

Bunte Altstadt sichern – Hattingen braucht ein Konzept zur Stärkung des stationären Einzelhandels!

Präambel:

Auch im letzten Jahr wurden durch Ver.di wieder mehrere verkaufsoffene Feiertage in Hattingen verhindert, was es dem stationären Handel immer schwerer macht gegen die wachsende Konkurrenz im Onlinehandel bestehen zu können. Glücklicherweise setzt sich nun auch die neue Landesregierung endlich für eine rechtssichere Lösung bei den verkaufsoffenen Feiertagen ein und gibt dem stationären Handel damit die dringend notwendige Planungssicherheit.

Der stationäre Handel ist ein Ankerpunkt für unsere Innenstadt. Er sorgt dafür, dass diese lebendig und attraktiv für Touristen bleibt. Er bietet unseren Bürgern ein attraktives Angebot, um ihre Einkäufe vor Ort erledigen zu können. Gleichzeitig erkennen wir die Gefahr, dass der Kommunalpolitik und unserer Stadt bei Gleichgültigkeit gegenüber diesen Problemen künftig Steuereinnahmen aus Handel und Tourismus ausbleiben könnten, wenn wir nicht endlich anfangen mit einem umfassenden Konzept den Problemen im stationären Handel zu begegnen. Auch die zahlreichen Arbeitsplätze im Einzelhandel gilt es für uns zu erhalten. Wir kämpfen für unsere lebendige Innenstadt. Denn wir haben ein Herz für den lokalen Handel und die zahlreichen Existenzen, die damit zusammenhängen. Darum wollen wir dafür sorgen, dass unsere Altstadt nicht nur weiterhin bunt und einladend bleibt, sondern wollen ihren attraktiven Charme sogar noch durch eine intelligente Mischung aus Historie und Moderne verbessern. Kommunen und Handel müssen hier zusammenarbeiten, um unsere Stadt langfristig vital zu erhalten.

Wir fordern daher:

1. Einzelhandel Digitalisieren

Um den stationären Einzelhandel attraktiv und konkurrenzfähig zu halten müssen wir unsere Strukturen dem Kaufverhalten und den Interessen der Konsumenten anpassen. Die Entwicklung über Teleshopping zu Online-/ E-Commerce hin zum Mobile Customer ist dabei hinreichend bei der Planung von Infrastruktur und Rahmenbedingungen für den Handel zu berücksichtigen. Zunächst müssen hierfür Digitalisierungsstrategien entwickelt werden, um den stationären Einzelhandel zukunftsfest zu machen. Die Grundvoraussetzung dafür ist es den Breitbandausbau voranzutreiben für eine adäquate Infrastruktur vor Ort. Dazu gehört es auch ein flächendeckendes W-Lan-Angebot in der Hattinger Innenstadt sicherzustellen, welches nur einen zentralen Login erfordert. Mit der Einführung des Freifunks ist ein Grundstein aus einer Bürgerinitiative bereits gelegt worden, jedoch muss dieser für die Innenstadt dringend weiter ausgebaut werden, um den Anforderungen eines modernen Kunden gerecht werden zu können. Digitale Konzepte zur Optimierung des lokalen Handels können erst dann gewinnbringend genutzt werden, wenn die dazu notwendige technische Basis geschaffen ist. Zudem gilt es Prozesse einzuführen, die die Kundenzufriedenheit mit den lokalen Händlern bewerten und erhöhen können. Die Digitalisierung kann dabei die Standortattraktivität und damit auch die Besuchsfrequenzen verbessern. Es werden aber auch einfach einsetzbare technologische Lösungen und Tools benötigt, damit die Digitalisierung von allen rund um den Einzelhandel engagierten Personen erfolgreich genutzt werden kann. Es ist entscheidend, dass diese Konzepte (Gerät-) kompatibel und standardisiert sind, sowie den Anforderungen und Budgets der Händler entsprechen. Damit der Handel davon

auch profitieren kann gilt es zu prüfen welche Förder- und Finanzierungsprogramme von der Stadt genutzt werden können, um die Rahmenbedingungen zu verbessern. Wir wollen ein umfassendes Mobile-Customer-Projekt starten, welches aus mehreren Elementen besteht, die die Verknüpfung von Online- & Offline- Handel ermöglichen. Dafür fordern wir die Verwaltung auf die Einführung einer neuen, zentral bereitgestellten App zu prüfen, die auf vielfältige Weise das Einkaufserlebnis der Kunden verbessern soll. Dabei muss die Stadt das Rad nicht neu erfinden, sondern kann sich an bereits bestehenden Projekten orientieren und soll sich, wenn möglich diesen anschließen. Beinhaltet soll diese App unter anderem eine digitale Wegeführung, die es Einheimischen und Touristen einfacher machen soll sich in der Stadt zurechtzufinden und ein geeignetes Geschäft für ihren Einkauf, oder den nächstgelegenen Geldautomaten ihrer Bank zu finden. Dieser App sollen sich alle lokalen Händler anschließen können und darüber hinaus ihren Kunden bei Auswahl ihres Shops exklusive Angebote anzeigen können. Zusätzlich soll der Kunde eine Auswahl des Sortiments bekommen, um sich schneller im Geschäft zurechtfinden zu können. QR-Codes sollen künftig von den Händlern in ihren Schaufenstern positioniert werden und über diese App gescannt werden können. Der Kunde bekommt dann eine Produktinformation auf dem Smartphone. Weiterhin gilt es Kooperationen mit mobilen Zahlungsdiensten wie PayPal zu prüfen, die ein einfaches Bezahlen per App möglich machen könnten. Mittels dieser App sollen auch Verfügbarkeitsprüfungen und Produktbestellungen bei den stationären Händlern von zu Hause aus getätigt werden können, die der Kunde dann im jeweiligen Laden mit entsprechender Serviceleistung wie beispielsweise einer umfassenden Beratung abholen kann. Solche Kooperationen können gemeinsame Synergien bündeln und das Einkaufserlebnis für alle Seiten moderner und interessanter gestalten. Auch können die Händler für eine bessere Kundenbindung den Nutzern der App Gutscheine oder Angebote zur Verfügung stellen.

Um die Innenstadt auch für Touristen noch attraktiver zu gestalten und auch hier eine Verbindung zwischen digitaler und analoger Welt herzustellen schlagen wir QR-Bodenplatten an relevanten Plätzen und Sehenswürdigkeiten vor. Diese können dann über die App gescannt werden oder es können über die Standortkarte in der App Textinformationen zu der jeweiligen Sehenswürdigkeit aufgerufen werden.

Für den Einzelhandel ist Chancengleichheit und ein fairer Wettbewerb zwischen stationärem und Onlinehandel zwingend notwendig. Daher ist die Stadt gefordert ein Onlineangebot für die lokalen Händler zu schaffen über welches sie ihre Waren den Kunden anbieten können. Da die kleineren Händler ein solches Angebot nicht selbst bereitstellen können ist hier die Stadt gefordert ein solches Angebot bereitzustellen, über welches die lokalen Waren zum Verkauf angeboten werden können und über kurze Wege bei den Kunden vor Ort ankommen können. Dies sorgt auch für eine Verbesserung der Situation in entlegenen Stadtgebieten wie Winz-Baak und eine weitreichende Verfügbarkeit der Waren unseres stationären Handels. Weiterhin ist es erforderlich, dass Händler gegenüber den Vertreibern, sowie gegenüber den Kunden ihre Leistungen und Wettbewerbsvorteile herausstellen können. Um diese bei diesem Vorgang zu unterstützen sollten ihnen Umsetzungshilfen an die Hand gegeben werden. Auch bei der Umsetzung von digitalen Maßnahmen gilt es gerade kleine Händler zu unterstützen. Dafür sollen ihnen bei Einführung dieses Projektes entsprechende Leitfäden und Checklisten zur Hand gegeben werden, die sie bei der Umsetzung unterstützen.

Für den lokalen Handel bieten sich durch die App auch günstige Informationsmöglichkeiten über ihre Kunden. Durch die Digitalisierung werden Kundenbedürfnisse für den stationären Handel schwieriger zu erfassen und zu bedienen. Vorhersagen zum Kaufverhalten sind damit kaum kalkulierbar, während der Onlinehandel die Daten zum individuellen Kaufverhalten bereits jetzt umfassend nutzen kann.

Damit sich Händler diesen neuen Bedürfnissen anpassen können soll die App auch eine anonymisierte Auswertung vom Kaufverhalten der Nutzer ermöglichen. Ein verbessertes Einkaufserlebnis, ein besserer Service und eine persönlichere Betreuung der Kunden sind im Zuge dessen möglich.

2. Attraktivität der Innenstadt sichern und verbessern

Wir fordern ein klares Bekenntnis zur zentralörtlichen Funktion einer Innenstadt. Der lokale Handel ist dabei ein unerlässliches Element im Hattinger Stadtbild. Für die Innenstadt muss ein fundiertes Konzept erstellt werden. Dazu gehört auch ein bedarfsadaptierter Branchen- und Geschäftsmix. Eintönige Niederlassungen gilt es dabei zu vermeiden. Die Innenstadt gilt es zudem multifunktional zu gestalten. Ein guter Mix aus Wohnlandschaft, Einkaufsmöglichkeiten, Touristenattraktionen, sowie Freizeitangeboten sollte geschaffen und miteinander verknüpft werden. Daraus entsteht auch ein authentisches Gesamtbild, welches den Charme und die Charakteristika unserer Stadt stets im Blick haben sollte. Wie erfolgreich solch ein komplexes Zusammenwirken der Akteure (Bürger, Handel, Stadt, Immobilienbesitzer) sein wird hängt auch von der Zusammenarbeit der Akteure ab. Zur Koordinierung und zur Steigerung der gesellschaftlichen Akzeptanz sollte dieser Vorgang von der Verwaltung durch Dialog- und Informationsangebote unterstützt werden. Hierfür kann sich auch beispielsweise eine digitale Plattform gut eignen.

Die Aufgabenfelder des Stadtmarketings gilt es im Zuge dessen ebenfalls neu zu bewerten und zu definieren. Dabei sollen keineswegs gute oder bereits bestehende Projekte vernachlässigt werden, sondern durch Projekte, die den neuen Herausforderungen unserer Zeit gerecht werden, ergänzt werden. Eine Zusammenarbeit von Stadtmarketing und Stadtverwaltung ist hier unerlässlich. Für Digitale Projekte soll die Stadt mit einem neuen „Digitalmanager“ (CDO, Central Digital Officer) unterstützend agieren können. Eine solche qualitativ anspruchsvolle Aufgabe erfordert für die Stadt eine hohe Prioritätensetzung. Dies ist im Zuge der aktuellen Lage des Einzelhandels auch dringend notwendig.

Die Online- sowie Offlineerreichbarkeit gilt es zu verbessern und sicherzustellen. Das gilt sowohl für die Erreichbarkeit durch ÖPNV und Individualverkehr, als auch für die digitale Erreichbarkeit über Online-Suchmaschinen, oder der Bündelung der Händler auf der Homepage des Stadtmarketings. Auch die Vermarktung benötigt dabei zwingend neue Impulse. Durch digitale Technologien wie „Click & Collect“ sind zudem im Rahmen des Leerstandsmanagements Frequenzmessungen im Innenstadtbereich möglich

Die finale Inbetriebnahme der Bimmelbahn in der Hattinger Innenstadt lehnen wir ab, da sie unserer Ansicht nach das Einkaufserlebnis der Menschen stören und in einem klaren Widerspruch zu der Bezeichnung „Fußgängerzone“ stehen würde. Außerdem

können wir ein daraus entstehendes Sicherheitsrisiko für Fußgänger nicht ausschließen.

3. Nahversorgung stadtweit sicherstellen

Bereits jetzt ist der Rückzug des Handels mit Produkten des täglichen Bedarfs in einigen Regionen unserer Stadt zu verzeichnen. Daher stellt sich für uns auch die Frage, wie eine verbrauchernahe Grundversorgung in Zukunft sichergestellt werden kann. Hierfür ist der Handel eine zentrale Säule, sollte allerdings auch durch private und öffentliche Dienstleistungen ergänzt werden. Für Verbraucher ist das Hauptkriterium bei der Wahl ihrer bevorzugten Einkaufsstätte noch immer die räumliche und zeitliche Erreichbarkeit, sowie eine große Auswahl an Waren und Dienstleistungen, gefolgt von einem preisgünstigen Angebot gepaart mit qualitativ hochwertiger Ware. Diese Faktoren sind auch Ausdruck der steigenden Mindestanforderungen von Verbrauchern, welche die Ausdünnung einiger Regionen begünstigen. Um dieser Entwicklung adäquat begegnen zu können ist ein Netzwerk bestehend aus Politik, Verwaltung, Handel, Gastronomie, sowie den ortsansässigen Bürgerinnen und Bürgern notwendig, durch die aufeinander abgestimmte Lösungen für die Nahversorgung entwickelt werden können. Ohne eine solche Koordination der Akteure ist eine Situationsverbesserung aus unserer Sicht nicht erreichbar. Erfahrungsaustausch, sowie Bedarfsabklärung sind Kernaufgabe eines solchen Netzwerkes. Die Aufgabe der Stadt muss es sein sich selbst entsprechende Vorgaben für die eigene Planungshoheit zu setzen, sowie Anreize für eine wohnortnahe Versorgung zu schaffen. Der „Masterplan Einzelhandel“ ist vor dem Hintergrund möglicher Planungen zu Digitalisierungsbestrebungen neu zu bewerten und hinsichtlich gestiegener Anforderungen an neue räumliche Ansiedlungen außerhalb des innerstädtischen Bereiches fort zu schreiben. Die ersatzlose Schließung des lokalen Einzelhandels und die damit zusammenhängende sinkende Grundversorgung in Anwohnerreichen Stadtteilen ist dabei möglichst zu vermeiden und durch geeignete Maßnahmen zu beheben. Dabei ist die vereinfachte Erschließung neuer und bestehender Flächen, sowie die Ermöglichung von Erweiterungen der Flächennutzung hinsichtlich baurechtlicher Bedenken kritisch zu prüfen, den Möglichkeiten des neuen Landes- und Stadtentwicklungsplans anzupassen und alte Haltungen bei der Flächenvergabe ggf. zu überdenken.

4. Jobmotor schaffen und in Weiterbildung investieren

Der Einzelhandel ist einer der größten Arbeitgeber Deutschlands und auch der Stadt Hattingen. Die Anforderungen an das Personal im Handel wandeln sich dabei stetig. Durch die Digitalisierung, den sich verändernden Wettbewerb hat sich dieser Anforderungskatalog deutlich verbreitert. Hinzu kommen die hohen Kundenerwartungen. Als Ruhrgebietsstadt, die verkehrsgünstig gelegen ist muss es unser Anspruch sein für entsprechende (Weiter-)Bildung der Beschäftigten und damit für Arbeitsplätze zu sorgen. Auch der Zuzug junger Familien kann hierdurch gefördert werden. Dafür muss wieder vermehrt in Ausbildung junger Menschen investiert werden. Hierzu gehört eine konsequente Verbesserung von Bildungschancen in allen Phasen einer Biographie, einschließlich der Erwachsenen- und -weiterbildung, zu einem soliden Gesamtkonzept dazu.

Die Existenz umliegender Hochschulen und Universitäten in allen angrenzenden Großstädten, sowie die Zusammenarbeit mit den Berufsschulen sollte durch

Kooperationsprojekte strategisch besser genutzt werden. Zudem muss es ein langfristiges Bestreben sein eigene Technologie- und/oder Kompetenzzentren in Hattingen beherbergen zu wollen, die durch die gute Infrastruktur und Lebensqualität in der Region angelockt werden können. Die Ansiedlung von Industrie und Handwerk ist dabei im gleichen Zusammenhang zu nennen. Eine Sensibilisierung über die künftigen Anforderungen, aber auch Möglichkeiten für Beschäftigte im Einzelhandel sollte umfassend stattfinden. Dazu zählen neben klaren Skizzierungen der Karrierechancen auch die Ermöglichung flexibler Arbeitszeitmodelle.

5. Für fairen Wettbewerb sorgen

Die Digitalisierung verändert den Wettbewerb zwischen Onlinehandel und dem stationären Handel. Das Verhältnis von Herstellern und Händlern wird hierbei massiv verändert. Es sind daher zwingend Gesetzesanpassungen von Bund und Ländern notwendig. Doch auch vor Ort können wir etwas dafür tun, um kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU's) bessere Rahmenbedingungen für einen fairen Wettbewerb mit dem Onlinehandel zu ermöglichen. Hierzu gilt es vor allem die durch die neue Landesregierung angestoßene rechtssichere Möglichkeit der verkaufsoffenen Sonn- und Feiertage zu nutzen. Die erfolgreiche Umsetzung einer begrenzten Anzahl von Sonntagsöffnungen kann dem stationären Handel erweiterte Möglichkeiten für einen fairen Wettbewerb sichern. Dafür wird von den Händlern aber auch Planungssicherheit benötigt, damit solche Möglichkeiten gewinnbringend genutzt werden können. Die Stadt muss sich dafür einsetzen, dass diese verkaufsoffenen Feiertage von den stationären Händlern genutzt werden können und sollte ihr Möglichstes dafür tun, dass diese letztlich auch der Planung entsprechend umgesetzt werden.