

„Kunden kehren nicht in Innenstädte zurück“



Foto: D. Ilgner

Gerrit Heinemann

Gerrit Heinemann von der Hochschule Niederrhein warnt, Kunden seien kontakttraumatisiert und rät Städten wie Mönchengladbach, sich auf einen Handelsstandort zu konzentrieren. Aber die Händler selbst können auch eine Menge tun.

VON GARNET MANECKE

Gerrit Heinemanns Handlungsempfehlung ist klar: „Jetzt bloß nicht durchdrehen.“ Angesichts von Leerständen, Lockdown und der Konkurrenz des Online-Handels dürfte der Rat des Professors für Managementlehre und Handel an der Hochschule Niederrhein für manchem Ladeninhaber schwer fallen. Die gute Nachricht: Die Einzelhändler, die es noch gibt, haben eine Chance – wenn auch womöglich nicht an ihrem jetzigen Standort

[Mit welchen Strategien der Einzelhandel überleben kann](#), war das Thema von Heinemanns Vortrag beim dritten digitalen Treffen des Kompetenzzentrums Lokale Ökonomie am Niederrhein. Wer eine lebendige Stadt will, muss bei der Planung der Innenstädte radikal umdenken. „Städte, die auf Einzelhandel in allen Stadtteilen setzen, werden bald Geister-Stadtteile haben“, sagte Heinemann. „Corona hat nur eine Entwicklung beschleunigt, die sich schon lange abgezeichnet hat.“ Nach Corona werden die Kunden nicht mehr in Massen in die Städte zurückkehren, schätzt er. „Sie sind kontakttraumatisiert

Um zu überleben, muss der stationäre Einzelhandel seinen Vorteile gegenüber dem Online-Handel nutzen und zu den Kunden gehen. Ein positives Beispiel sind die Lieferdienste und „Drive-ins“, die Einzelhändler und Gastronomen im ersten Lockdown ins Leben gerufen haben. Da könnten sich auch mehrere Unternehmen zusammenschließen und für andere mit ausliefern, rät Heinemann. Verbundgruppen und eigene Online-Handelsplattformen seien dagegen nicht sinnvoll. „Marktplätze sind das Schwierigste, was man gründen kann“, sagt der Wissenschaftler. Auch die Voraussetzungen für eigene Online-Shops hätten die meisten Einzelhändler nicht. Heinemann rät, die Präsenz über Social-Media-Kanäle zu stärken, vorhandene Handelsplattformen wie Ebay zu nutzen und die Auftragsannahme per Telefon zu sichern.

Neben der Umsatzsicherung ist die Kostenbremse der zweitwichtigste Faktor, um durch die Krise zu kommen: Verhandlungen mit Vermietern, Anträge für Staatshilfen und ein Worst-Case-Plan gehören dazu. „Setzen Sie sich Zeitfenster, in denen bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein müssen, und was passieren soll, wenn das nicht eintritt“, sagt Heinemann. „Die Notbremse zu ziehen ist immer möglich.“

Bei der Stadtplanung empfiehlt Heinemann, sich nicht von Lokalpatriotismus leiten zu lassen. Gerade in Städten mit einer Ansammlung von Mittelzentren laufe der Einzelhandel Gefahr, zu fleddern zu werden, weil nicht mehr genug Kunden und damit Umsatz vorhanden seien. Er plädiert dafür, den Einzelhandel in ein Zentrum zu konzentrieren und die Stadtteile zu familienfreundlichen Wohnvierteln zu machen.