



## „TransLOek“: Innenstädte und Lokale Ökonomien im Fokus - Wie der Einzelhandel überleben kann

Newsletter Nr. 05 / März 2021

### Prof. Dr. Gerrit Heinemann zu Gast beim 3. Regionalen Kompetenzzentrum „Lokale Ökonomie am Niederrhein“

„Angesichts der sich zuspitzenden Coronakrise muss der innerstädtische Einzelhandel einen Spagat machen. Er kann seine Existenz nur durch harte Sanierungsmaßnahmen bei gleichzeitiger Ausnutzung aller Umsatzmöglichkeiten sichern. Dabei sind Kreativität und Unternehmertum gefragt!“ Dies war das Fazit von Prof. Dr. Gerrit Heinemann – E-Commerce-Experte und Professor für Handel an der Hochschule Niederrhein – in seinem Vortrag zum Thema „Überlebensstrategien für den Einzelhandel“. Neben seinem Vortrag war eine intensive Diskussion der Teilnehmenden mit ihm Gegenstand des dritten Treffens des Regionalen Kompetenzzentrums „Lokale Ökonomien am Niederrhein“. Rund 150 Zuhörerinnen und Zuhörer nahmen am 2. Februar 2021 zwischen 15:00 und 17:00 Uhr an diesem digitalen Austausch teil und erfuhren, was Prof. Dr. Gerrit Heinemann zum Thema „Überlebensstrategien für den Einzelhandel“ zu sagen wusste.



Quelle: eBay.

In seinem Vortrag stellte der Referent gleich zu Beginn klar, nicht über Digitalisierung sprechen zu wollen, denn das tue er als „Wanderprediger“ seit 20 Jahren. Er stelle lieber die Schlüsselfrage, wie sich der innerstädtische Handel und mit ihm die Innenstädte selbst noch retten lassen. Diesbezüglich sehe er zwei Probleme: Zum einen wurden viele Innenstädte an den Bedürfnissen der Bürger vorbeigeplant, was auch damit zusammenhängt, dass die Position des Stadtdirektors abgeschafft und durch den gewählten (Ober-)Bürgermeister ersetzt wurde. Da fehlt es oft schlicht an Sachkenntnis. Zum anderen bringen Immobilien, die gewerblich vermietet werden, hohe Renditen ein. In Top-Innenstadtlagen, wie im Falle der Hohe Straße in Köln, werden bis zu 500,- EUR pro Quadratmeter im Monat aufgerufen.

Deshalb wird so sehr an der Idee von der Einkaufsstadt festgehalten. Dabei müsse man sich fragen, ob dies noch Sinn macht. Laut Prof. Dr. Heinemann muss die Rolle der Innenstadt mit den Bürgern zusammen neu definiert werden. Soll sie familiengerecht, altersgerecht, grün, leise, mit hoher Lebensqualität sein? Eine schöne Schlafstadt? Die Belebung der Innenstädte geht meist mit Trubel einher. Wollen die Bürger dies überhaupt? Die Stadtverwaltung muss dann Entscheidungen treffen und gegebenenfalls auf Wohnnutzung setzen. Möchte aber eine Stadt auf Biegen und Brechen am Einzelhandel in den Innenstädten festhalten, könne man laut Prof. Dr. Heinemann immer noch die Fachmärkte in die Innenstädte zurückholen: Baumärkte, Möbelhäuser und vor allem Lebensmittelmärkte. Große Flächen für solche Angebote gibt es ja durch die Leerstände wieder. Aber dann muss man sich im Gegenzug von der Idee der autofreien Innenstadt verabschieden. Die Gretchenfrage lautet: Will man unbedingt an der Vision Einkaufsstadt festhalten oder nicht? Dies ließe sich aber nur autofreundlich realisieren.

Prof. Heinemann wies darauf hin, dass sich auch ohne die andauernde Coronakrise innerhalb des Einzelhandels erhebliche Strukturverschiebungen vollzogen hätten. Einen Beleg hierfür liefere der Handel mit Bekleidung, in dem – so Prof. Dr. Heinemann – der „Shutdown und Showdown bereits vor Corona stattgefunden hat“. So seien die Gesamtumsätze des Bekleidungseinzelhandels in den letzten gut 25 Jahren erheblich (-35%) gesunken, während die Angebote insbesondere textiltremder Händler wie Lebensmitteldiscounter förmlich explodiert seien; die Umsatzrückgänge des Multilabel-Bekleidungseinzelhandels betragen sogar 84%. Den Verlierern stehen beim Handel mit Bekleidung aber auch Gewinner gegenüber; zu ihnen gehören neben den erwähnten textiltremden Bekleidungsanbietern textile Discounter und insbesondere der Online-Handel mit rund 18 Mrd. EUR Umsatz in 2020 ( $\pm 16\%$ ). Demgegenüber hat der stationäre Bekleidungseinzelhandel im letzten Jahr rund 30% Umsatz verloren.

In diesem Zustand traf der Shutdown den Einzelhandel. Prof. Dr. Heinemann dazu: „Rund die Hälfte des stationären Non-Food-Einzelhandels war vom ersten harten Shutdown zwischen Mitte März und Mitte April 2020 betroffen; rund 23% des stationären Non-Food-Einzelhandels waren von dem Light-Shutdown danach weiterhin betroffen“. Prof. Dr. Heinemanns Fazit zu den Folgen des ersten Shutdowns für den Einzelhandel fiel dementsprechend bedrückend aus:

- 12,1 Mrd. EUR Umsatzausfall bis Anfang Mai, weitere 10-20% Umsatzausfall bis Ende 2020 aufgrund der Hygiene-Vorschriften.
- Der Bekleidungshandel als Zugpferd der Innenstädte erwartet im günstigsten Fall fast 30% Umsatzverlust in 2020.
- Leerstände werden massiv zunehmen und Innenstädte können erodieren.
- Das Kontakttrauma der Kunden wird lange anhalten und die Frequenz niedrig halten.
- Der Online-Handel ist klarer Gewinner, Food und Lieferdienste sind Gewinner, stationärer Non-Food-Einzelhandel ist klarer Verlierer – vor allem lokale Händler\*innen.
- Warengruppen mit niedrigen Online-Anteilen sind und bleiben Verlierer und
- es besteht permanente Insolvenzgefahr.

Aber Prof. Dr. Heinemann beließ es in seinem Vortrag nicht bei diesem bedrückenden Fazit. Unter dem Motto „Bloß nicht durchdrehen – cool bleiben“ führte er seine Zuhörer zunächst durch das Dickicht der Staatshilfen. Anschließend bildete seine Erwartung für die Zeit nach der Corona-Pandemie den Ausgangspunkt seiner Überlebensstrategien für den Einzelhandel: „Menschen werden mehr Zeit in den eigenen vier Wänden verbringen. Diese Rückbesinnung auf das eigene Zuhause wird wahrscheinlich längerfristig anhalten und ein "Jahrzehnt des Zuhauses" einläuten.“ Dem Non-Food-Handel sprach er deshalb die Empfehlung aus, das Online-Geschäft maximal hochzufahren und das stationäre Geschäft radikal herunterzufahren. Er erläutert den eingangs zitierten Unternehmensspagat mit der Übersicht unten: Seiner Ansicht nach muss der Einzelhandel nach einer realistischen Lagebeurteilung alle Anstrengungen unternehmen, um die Kosten zu senken und die Umsätze zu steigern – die Übersicht zeigt die von Prof. Dr. Heinemann vorgeschlagenen beispielhaften Ansatzpunkte.

professor@gerritheinemann.de

ON 4 OFF

## Was n-/tun lokaler Handel?

„Der Unternehmerspagat: Der stationäre Non-Food-Einzelhandel kann seine Existenz nur durch Sanierung bei gleichzeitiger Umsatzsicherung sichern“

**USP – Umsatz-Sicherungs-Programm**

- ▶ **Online-Booster** – Instagram, WhatsApp, Marktplätze, Shopdaheim.de, (Onlineshop)
- ▶ **Store-Uplift** – Drive-in, Bring-to-Door, Order&Collect, Cross-/Upselling-Rabattierung
- ▶ **Shop-Home-Support** – Kuratierte Auswahlen, Day-Bags, Live-Chat-Beratung
- ▶ **Service-Catcher** – Lieferdienst, Abholservice, 24/7-Call-Center, Homeoffice-Pakete
- ▶ **Local Delivery-Hero** – „Ship-from-Store“ + kooperative Besetzung der letzten Meile

**KSK – Kosten-Sonder-Kommando**

- ▶ **Liqui-Task-Force** – Kaufverbot, CEO-Einzelbelegfreigabe, Storno Daueraufträge
- ▶ **Personalkosten-Cut** – Sofortiger Kapazitäts- und Altlastenabbau, max. Kurzarbeit
- ▶ **Mietzahlungs-Drop** – Ausnutzen 6-Monatsmietschuld, sofortige Mietverhandlung
- ▶ **Lieferantenkeule** – Annahmestopps, Auftragsstornos, radikale Nachverhandlung
- ▶ **Staatshilfe-Paket** – Steuerstundung, Express-Bürgschaften, KfW-Kredite

Quelle: Heinemann 2020, S. 47.

Rund eine Stunde nahm sich Prof. Dr. Heinemann nach seinem Vortrag noch Zeit, um die vielfältigen Fragen der Teilnehmenden zu beantworten – von weiteren Einschätzungen der Lage im zweiten großen Shutdown, über Hinweise auf wirksame und weniger wirksame Maßnahmen, bis hin zu den Zukunftserwartungen des Einzelhandels in Innenstädten und Nebenzentren. Dabei hat vermutlich sein Urteil zu den Perspektiven des Einzelhandels in Nebenzentren – an Beispielen vom Niederrhein festgemacht – für viele Diskussionen nach der Veranstaltung gesorgt: Auch in größeren Städten werde die Anzahl der Kundinnen und Kunden und der Umsatz kaum für mehrere Zentren reichen. Da die Einkaufsfunktion von zusätzlichen Zentren weiter wegbrechen werde, sei es sinnvoll, sich auf nur ein Zentrum zu konzentrieren und für andere Quartiere und Stadtteile neue Funktionen im Stadtgefüge zu finden.



Genau diese Thematik könnte ein spannender Gegenstand weiterer Veranstaltungen des Regionalen Kompetenzzentrums „Lokale Ökonomien am Niederrhein“ sein. Diese von den beiden Instituten NIERS und SO.CON der Hochschule Niederrhein im Rahmen eines anwendungsorientierten Forschungsprojekts (TransLOek) organisierten Veranstaltungen richten sich an Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Verwaltung, Kammern und Kommunen, insbesondere aber an Akteure, die in städtischen Quartieren dazu beitragen, die lokale Ökonomie zu stärken. Ziel der Veranstaltungen ist es, den Akteuren der lokalen Ökonomien am Niederrhein eine Plattform bereitzustellen, die über neuere Entwicklungen informiert, die einen verbesserten Erfahrungsaustausch ermöglicht und Vernetzungsmöglichkeiten bereitstellt.

Das damit verknüpfte Ziel einer Stabilisierung und Stärkung der lokalen Ökonomie ist keine auf den Niederrhein begrenzte Thematik; sie betrifft vielmehr bundesweit Quartiere, deren Funktion im städtischen Gefüge an Bedeutung verloren hat. Es handelt sich auch um keine grundsätzliche neue Problematik; sie ist nur seit dem Ausbruch der Corona-Pandemie stärker in den Fokus von Wirtschaft, Politik und Wissenschaft gerückt. Seitdem organisiert das Kompetenzzentrum Lokale Ökonomie im Rahmen des Projekts „TransLOek“ eine digitale Vortragsreihe zu dem Thema. Vor der Veranstaltung mit Prof. Dr. Heinemann konnten im vergangenen Jahr bereits zwei digitale Treffen hierzu erfolgreich durchgeführt



Den Vortrag in voller Länge:

<https://www.youtube.com/watch?v=ALfvJwO-wlQ>



Zur TransLOek Website:

<https://www.hs-niederrhein.de/transloek/>

## Ansprechpartner\*in

**Dr. Ann Marie Krewer**

Projektleiterin

Tel. Nummer: +49 (0) 2161 / 186 – 5731

E-Mail: [transloek@hs-niederrhein.de](mailto:transloek@hs-niederrhein.de)

**Prof. Dr. Rüdiger Hamm**

Projektleiter

Tel. Nummer: +49 (0) 2161 / 186 - 6411

E-Mail: [transloek@hs-niederrhein.de](mailto:transloek@hs-niederrhein.de)

*Sie möchten sich von unserem Newsletter abmelden? Dann besuchen Sie unsere Website und nutzen das Kontaktformular zur Abmeldung.*