

Stadt Radevormwald
der Bürgermeister
Bauverwaltungsamt/Stadtplanung und Umwelt
Hohenfuhrstraße 13
42477 Radevormwald

Per Mail: Elisabeth.Boehmer@radevormwald.de



Wuppertal, 14.11.2019
RA Ralf Engel (Pi)
En\Radevormwald\Stadtentwicklung\
Fortschreibung Einzelhandelskonzept\
Stellungnahme-14.11.19\St-Rade-141119

**Stadt Radevormwald – Einzelhandelskonzeptes Fortschreibung 2019
Hier: Stellungnahme des Handelsverbandes NRW**

Sehr geehrte Frau Böhmer,
sehr geehrte Damen und Herren,

in vorbezeichneter Angelegenheit nehmen wir Bezug auf Ihre E-Mail vom 30.09.2019 und bedanken uns für die Gelegenheit zur Stellungnahme zu dem vorliegenden Entwurf der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Radevormwald 2019.

Nachfolgend erhalten Sie unsere Stellungnahme, wobei wir uns auf Ausführungen zu Punkt 7 (Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Radevormwald) im vorliegenden Entwurf beschränken.

Abseits der im vorliegenden Entwurf gemachten statistischen Angaben sowie des Zahlenwerkes im Übrigen muss das Einzelhandelskonzeptes in der Fortschreibung 2019 den Einzelhandel dabei unterstützen, Antworten auf folgende Fragen bzw. Problemstellungen zu finden:

Handel agiert am Kunden vorbei

Viele Maßnahmen des Handels kommen bei Kunden nicht an – beispielsweise bereits deshalb, weil 20-25 % der Kunden nicht wissen, ob von dem Händler, bei dem sie beispielsweise soeben stationär gekauft haben, ein entsprechender Online-Shop existiert.

Das Ende der klassischen Customer Journey naht

Einkaufsprozesse verändern sich dramatisch: Versorgungskäufe finden zunehmend online statt – auch weil es dank neuer Technologien besonders einfach ist. Neue Geschäftsmodelle finden hierauf oft keine Antwort.

Handel sucht Frequenz und bringt keine mehr

Orientierung an Bewegungsräumen der Konsumenten: Nur noch wenige Händler sind selbst Besuchermagneten – das Umfeld entscheidet. 1A-Lagen werden von Händlern gesucht.

Handelsverband
Nordrhein-Westfalen
Rheinland

Geschäftsstelle Wuppertal

Kipdorf 35
42103 Wuppertal

Tel.: 0202/24 83 90
Fax: 0202/24 83 939

engel@hv-nrw.de
www.rheinland.hv-nrw.de

Vorsitzender
Friedrich G. Conzen

Hauptgeschäftsführer
Dr. Peter Achten

Weitere Geschäftsstellen

40479 Düsseldorf
Kaiserstr. 42a
Tel: 0211/49 80 60
Fax: 0211/49 80 636

41236 Mönchengladbach
Mühlenstr. 129
Tel: 02166/29 29
Fax: 02166/25 03 5

51467 Bergisch Gladbach
Altenberger-Dom-Str. 200
Tel: 02202/93 59 0
Fax: 02202/93 59 557

Verinsregister AG Düsseldorf
VR 3617

Gerichtsstand Düsseldorf

Dynamik im Einzelhandel spaltet Stadt und Land

Die Schere zwischen Metropol- und ländlichen Regionen geht angebotsseitig immer weiter auf. Technologievorsprung und Konsumentenansforderungen führen nachfrageseitig zur Zweiklassengesellschaft in punkto Dynamik, Erreichbarkeit und Versorgungssicherheit.

Hersteller und Marktplätze fordern etablierte Händler heraus

Der Einzelhandel muss zunehmend um seinen exklusiven Kundenzugang fürchten bzw. wird ausgeschaltet. Viele Hersteller verstärken den Direktvertrieb oder nutzen Marktplätze, vor allem Amazon und eBay.

Personal agiert als „Sargnagel“ des Handels

Personal sollte gerade im digitalen Zeitalter der entscheidende Erfolgsfaktor für den Handel sein – das Gegenteil ist aber häufig der Fall: Investitionen in qualifiziertes Personal sind überlebensnotwendig.

Diese vorgenannten sechs Thesen sind das Ergebnis einer Studie des Instituts für Handelsforschung (IFH), Köln aus Juni 2017. Aus diesen Thesen leitet das IFH eine Reihe von Zukunftsanforderungen für den Einzelhandel ab, von denen nachfolgend genannte unserer Auffassung nach unbedingt bei der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Beachtung finden, um nicht zu sagen durch konkrete Maßnahmen, die im Einzelnen noch zu formulieren wären, in das Einzelhandelskonzept 2019 Eingang finden sollten:

Einzelhandel der Zukunft

- kennt und nutzt die für ihn relevanten Vertriebskanäle optimal – und steuert diese kundenspezifisch aus;
- muss eine starke Marke mit Profil im kanalübergreifenden Wettbewerb sein;
- kooperiert mit (anderen) Händlern, Lieferanten, Kommunen, Immobilienwirtschaft zur Sicherung der Frequenz;
- betreibt fortlaufend aktives Standortportfolio-Management und erschließt sich neue Standortmöglichkeiten und
- investiert in qualifiziertes, emphatisches Personal, um stationären Wettbewerbsfaktor auszuspielen.

(Quelle: IFH Institut für Handelsforschung GmbH, Köln – „Handel muss handeln – Die sechs wichtigsten Trends im Einzelhandel und ihre Auswirkungen; Köln, 2017)

Daraus leiten sich unserer Ansicht nach folgende inhaltlichen Anforderungen an das Einzelhandelskonzept für die Stadt Radevormwald ab:

Der stationäre Einzelhandel ist technisch (städtische Infrastruktur) in die Lage zu versetzen, das Angebot durch entsprechende Onlineangebote zu erweitern, soweit diese technischen Anforderungen nicht bereits bestehen bzw. umgesetzt sind.

Die Schaffung einer „starken Marke“ mit Profil im kanalübergreifenden Wettbewerb geht nur „im gleichen Schritt“ damit, dass die Stadt Radevormwald selbst sich als Wirtschaft-Standort, und zwar in dem Sinne, dass Radevormwald selbst zur Marke wird; dies üblicherweise einhergehend mit einer stärkeren (über-) regionalen Einbindung des Standorts Radevormwald (Wirtschaftsregion vom Wald – Lennep – Hückeswagen).

Es versteht sich von selbst, dass der stationäre Einzelhandel mit Mitbewerbern vor Ort, Lieferanten, der Immobilienwirtschaft, aber auch selbstverständlich mit der Stadt zur Sicherung der Kundenfrequenz kooperiert. Damit aber nicht genug: Das Motto muss lauten: Statt **durch** alle, d.h. alle in Radevormwald tätigen Unternehmer, also insbesondere auch Handwerker und Industrielle müssen sich an der Fortentwicklung des Einzelhandelsstandortes Radevormwald beteiligen. Grund für diese Forderung ist einerseits die, dass der Einzelhandel vor Ort, bedingt durch den anhaltenden Strukturwandel, zukünftig das Thema „(-Innen-) Stadtentwicklung nicht alleine bespielen können wird, und zwar auch nicht in Zusammenarbeit mit vor Ort ansässigen Gastronomiebetrieben und bestimmten strukturellen Dienstleistern. Hier bedarf es des verstärkten Engagements von Handwerk und Industrie. Die Notwendigkeit einer derartigen Zusammenarbeit ist problemlos zu erkennen bzw. zu kommunizieren, denn eine lebendige und attraktive (Innen-) Stadt ist ein (weicher) Standortfaktor im Wettbewerb um Fachkräfte.

Der stationäre Einzelhandel ist bei dem von ihm verlangten aktiven Standortmanagement durch geeignete flankierende Maßnahmen aus den Bereichen Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing zu unterstützen. Neue Standortmöglichkeiten zu erschließen setzt voraus, dass beispielsweise ein funktionierendes Leerstandsmanagement betrieben wird. Die erfolgreiche Akquise qualifizierter, empathischer Mitarbeiter hat entscheidend zur Voraussetzung, dass es gelingt, diese Mitarbeiter vor Ort bzw. aus dem näheren Umfeld zu gewinnen. Ein funktionierendes Gesundheitswesen, attraktive Bildungsmöglichkeiten und kulturelle Angebote, sowie ausreichend attraktiver Wohnraum sind zwingende Voraussetzungen hierfür.

Die unserer Auffassung nach zu formulierenden Anforderungen an den Inhalt eines Einzelhandelskonzeptes, abgesehen von den ohnehin zu erfüllenden „technischen“ Voraussetzungen, die im vorliegenden Konzept auf den ersten 57 Seiten „abgearbeitet“ werden, lassen „den Verdacht“ aufkommen, dass diese nicht von der Stadt Radevormwald allein erfüllt bzw. abgearbeitet werden können. Es ist deshalb zwingend zu überlegen, ob die Stadt Radevormwald sich nicht im Sinne einer Zusammenarbeit im „beschränkt überregionalen“ Raum neue Möglichkeiten erschließt. M.a.W.: Es ist erforderlich, den Wirtschaftsstandort Radevormwald durch neue Kooperationen aus der unmittelbaren und weiteren Nachbarschaft – gedacht ist hier an die Standorte (Remscheid-) Lennep, Hückeswagen und Wipperfürth) weiterzuentwickeln.

Mit freundlichen Grüßen

RA Ralf Engel
Geschäftsführer