

# „Einzelhandel wird nie mehr sein wie früher“

Der KIT-Stadtforscher Matthias Stippich fordert ein neues Marketing für die Innenstädte

**Bühl/Achern.** Patentrezepte für Einzelhandel und Gastronomie hat Matthias Stippich nicht. Der Architekt und Stadtforscher aus Achern hat am Lehrstuhl für Stadtquartiersplanung des Karlsruher Instituts für Technologie (KIT) bei Professor Markus Nepl über Einzelhandel promoviert. Im letzten Teil des BNN-Interviews entwickelt der Wissenschaftler, der am KIT und der Fachhochschule Ostschweiz lehrt, Ideen für eine neue Zukunft.

**Die Zahl der Ketten in den Innenstädten wächst. Gute inhabergeführte Geschäfte wie Juwelier Durst in Bühl oder Schuh-Schäfer in Achern finden oft keinen Nachfolger.**

Stippich: Es zerreißt einem das Herz, wenn Traditionen enden. Ein Rezept für den Fortbestand inhabergeführter Geschäfte habe ich natürlich nicht. Eine

## ABB-Interview



**Matthias Stippich**  
Architekt

Strategie zum Überleben könnte ein lokales Narrativ, also eine starke Erzählung, sein. Kleine Geschäfte könnten so eine emotionale Bindung von Produkt zum Ort schaffen.

**Können die mit den Filialen der großen Ketten konkurrieren?**

Stippich: Ich glaube, dass die Filialisierung ein Zwischenschritt in einer Transformation zu etwas Neuem ist. Die Bindung zum Ort können Filialisten nur sehr begrenzt leisten. Studien zeigen aber, dass Kunden bereit sind, für lokale Produkte mit emotionalem Bezug mehr Geld auszugeben.

**Was kann die Politik tun, um Leerstände zu vermeiden?**

Stippich: Die Politik muss möglichst viel Einfluss auf den Boden der Innenstadt nehmen, mehr Gemeinwesen etablieren und den Konsum als einen Baustein unter gleichwertigen anderen verstehen. Ein Vorkaufsrecht auf Grundstücke in der Innenstadt müsste man ernsthaft diskutieren. Auch das Prinzip der Erbpacht finde ich interessant.

**Was können die Kommunen tun?**

Stippich: Die Entwickler von Shopping-



Der Johannesplatz in Bühl und sein gastronomisches Angebot ziehen vor allem im Sommer viele Gäste an. Stadtforscher Matthias Stippich fordert, dass Kneipen ein wesentlicher Bestandteil eines neuen Innenstadtversprechens werden müssen. Fotos: Ulrich Coenen

Centern suchen sich Nutzungen aus, bringen die in eine clevere Reihenfolge und stricken eine gute Erzählung rein. Der Aufenthalt wird zum Erlebnis. Das Stadtmarketing könnte davon lernen, eine Vision für die Innenstadt als Ganzes aufzuzeigen.

**Wie soll das funktionieren?**

Stippich: Man muss sich eine gemeinsame Erzählung entwickeln. Was unterscheidet Bühl von Achern, Offenburg oder Baden-Baden. Um es ein wenig pathetisch zu formulieren: Was macht die Heimat aus? In diese Erzählung muss man die Einzelhändler einbinden, aber auch alle anderen relevanten Akteure. Dann wird eine Innenstadt einzigartig.

**Haben kleinere Gemeinden wie Bühlertal oder Ottersweier überhaupt noch eine Chance oder wird der Einzelhandel dort komplett aussterben?**

Stippich: Der Einzelhandel wird dort nie mehr so sein wie vor 30 Jahren. Wenn es um die Grundversorgung geht und ein Bezug zum Lokalen besteht, kann das auch in Zukunft funktionieren. Ein Beispiel sind Hofläden und Winzergenossenschaften. Modegeschäfte haben vermutlich keine Perspektive in den kleinen Gemeinden.

**Gaststätten, die für die Innenstädte wichtig sind, schließen in Mittelbaden.**

**Dafür gibt es immer mehr Imbisse mit Döner oder Pizza.**

Stippich: Restaurants und Kneipen müssen ein wesentlicher Bestandteil unseres neuen Innenstadtversprechens sein. Die aktuelle Entwicklung tut mir in der Seele weh. Der klassische Restaurantbesuch geht aber nun einmal zurück. Das ist eine gesellschaftliche Entwicklung.

**Kann man also gar nichts tun?**

Stippich: Ein Ansatz kann die Frage sein, was die Menschen beispielsweise in die Dönerläden treibt. Da will ich schnell etwas zu essen bekommen und es vielleicht auch mitnehmen. Man könnte sich eine entsprechende Antwort der badischen Küche auf diesen Wunsch überlegen.

**Haben Architekten und Stadtplaner Möglichkeiten einzuwirken?**

Stippich: Daran glaube ich schon. Die Bodenfrage ist aber zentral, sonst hat weder die Politik noch die Planung einen wirksamen Zugriff. Stadtplaner sollten in dieser Zeit der großen Veränderungen sehr viel mehr Visionen für mögliche Zukünfte aufzeigen. Wenn die Menschen eine positive Zukunftsvorstellung ihrer Innenstadt haben, werden sie konstruktiv an ihrer Gestaltung mitarbeiten. Entscheidend für den dauerhaften Erfolg der Innenstädte sind die Aufenthaltsqualität und die räumliche Qualität. Das wiederum können die Architektinnen

und Architekten richtig gut.

**Wer ist schuld? Der Verbraucher, der alles bei Amazon bestellt?**

Stippich: Es ist keine Frage der Schuld. Die Digitalisierung ist einfach da. Wir müssen mit ihr umgehen und versuchen, sie ein Stück weit zu steuern. Die Entwicklung lässt sich aber nicht zurückdrehen.

**Ist die Lage der Einzelhändler also hoffnungslos?**

Stippich: Nein, es geht um die Bewältigung der Transformation. Ähnlich wie bei dem Beispiel der Dönerläden kann ich mir für den Einzelhandel die Frage stellen, was die Kunden am Interneteinkauf reizt. Was kann ich lokal machen, dass der Onlinehandel nicht kann? Da gibt es schon interessante Ansatzpunkte, die diese vermeintlichen Gegenpole zusammenbringen. In der Karlsruher Kaiserstraße hat gerade Zalando eine Filiale eröffnet. Meine Buchhandlung in Oberkirch liefert schneller als Amazon und berät mich dabei zielgenauer als der Algorithmus. Wir müssen mehr über digital-analoge Hybride nachdenken. Der stationäre Handel und der Onlinehandel werden zukünftig koexistieren und es wird noch eine ganze Menge Neues dazwischen geben.

Das Gespräch führte  
Ulrich Coenen