

Neues Projekt CityLab Südwestfalen

Mit dem CityLab Südwestfalen startet voraussichtlich ab Herbst 2019 das Nachfolgeprojekt des erfolgreichen Einzelhandelslabors Südwestfalen. Ziel ist es, die Attraktivität und die Aufenthaltsqualität für Einwohner, Besucher, Touristen und zuzugswillige Fachkräfte in den Innenstädten Südwestfalens zu steigern. Dabei steht vor allem die digitale und betriebswirtschaftliche Stärkung der innenstadtrelevanten Unternehmen

aus Einzelhandel, Gastronomie, Ladenhandwerk und Dienstleistern im Fokus. „Unsere Erkenntnis aus dem Einzelhandelslabor zeigt, dass eine Branche alleine nur schwer ein Garant für eine attraktive Innenstadt sein kann“, erklärt Thomas Frye von der IHK Arnsberg.

Das Projekt CityLab wird mit Mitteln aus dem Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) und dem Land NRW gefördert und

ist auf drei Jahre ausgerichtet. Das Gesamtvolumen des Projektes beträgt 1,9 Millionen Euro. Projektpartner sind die IHK Arnsberg, die das Projekt koordiniert, die SIHK Hagen, das Competence Center E-Commerce der Fachhochschule Südwestfalen sowie das Center for Business Education der Fachhochschule Südwestfalen und die TU Dortmund (Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik).

CityLab: Teufelskreis durchbrechen

Projektidee von IHKs und Hochschulen in Südwestfalen erneut zur Förderung vorgeschlagen

Im Rahmen des Aufrufs „Regio. NRW – Innovation und Transfer“ hat ein Gutachtergremium 36 Projekte zur Förderung empfohlen. Ziel ist, mit neuen Kooperationen die innovativen Potentiale in den Regionen zu heben und die Standortqualität zu stärken. Der Förderaufruf richtete sich an kommunale und regionale Wirtschaftsförderungen, Kammern, Hochschulen und Forschungseinrichtungen. Unter den empfohlenen Projekten ist auch das „CityLab Südwestfalen“, das die IHK Arnsberg gemeinsam mit der SIHK Hagen, der Fachhochschule Südwestfalen und der Technischen Universität Dortmund eingereicht hat. Die Projektidee resultiert aus den Erfahrungen des aktuell noch laufenden Projektes „Einzelhandelslabor Südwestfalen“.

Eine Projektpartnerin ist Valerie Wulfhorst, Professorin für BWL an der Fachhochschule Südwestfalen. Sie stellt ihre ganz persönliche Mo-

tivation für dieses Projekt dar: Seit 2009 ist sie Professorin für BWL an der Fachhochschule Südwestfalen am Standort Soest und hat vorab an der Ruhr-Universität Bochum am Marketing-Lehrstuhl promoviert. Durch den Familienbetrieb ihres Mannes, der Brotmanufaktur Wulfhorst in Bielefeld, kennt sie die Herausforderungen nicht nur aus Statistiken oder Forschungsberichten, sondern erlebt sie tagtäglich hautnah. Es ist ihr daher eine große Freude gemeinsam mit den IHKs Arnsberg und Hagen und den Kollegen von der FH Südwestfalen und der TU Dortmund einen möglichen Lösungsweg aus der Schere zwischen Wettbewerbsdruck und -nachteilen für die innenstadtrelevanten KMUs zu entwickeln.

Kleine und mittelständische Einzelhändler, Handwerker, Gastronomen und Dienstleister in den Mittelzentren Südwestfalens stehen heutzutage vor großen Herausforderungen. Einerseits wird der Wett-

bewerb durch große Ketten immer intensiver: Kunden werden durch günstige Preisangebote und ein breites Produktsortiment gelockt, der Online-Handel boomt und das Kaufverhalten ändert sich mit der Tendenz, den Service vom lokalen Händler abzugreifen, aber dann das günstigere Online-Angebot zu kaufen bzw. lokale Handwerkspreise mit vorher „gegoogelten“ Online-Preisen zu drücken.

Andererseits haben die kleinen und mittelständischen Unternehmen aber mit knapperen Ressourcen zu kämpfen: hoher Kostendruck aufgrund geringerer Skaleneffekte, höhere Einkaufspreise (z.B. können bekannte Marken ihre Verhandlungs- und Marktposition bei den Zulieferpreisen an kleine Händler ausnutzen), Personal- und Fachkräftemangel (in der Regel haben es große Ketten als Arbeitgeber aufgrund ihrer Bekanntheit leichter, qualifiziertes Personal zu finden), bürokratischer Auf-

wand, steigende Mietpreise in den attraktiven Innenstadtlagen und eine Personalstruktur, die weniger Expertise hinsichtlich Digitalisierung, Marketing, IT u.v.m. zulässt.

Diese Schere wird durch den demografischen Wandel noch verstärkt: Nachfolgeprobleme der kleinen und mittelständischen Unternehmen, abnehmende Zahlen der Erwerbsbevölkerung, Abwanderung junger Menschen in stärker urbanisierte Regionen, mangelnde Attraktivität der Region für Hochqualifizierte, teilweise schwache Versorgungsstrukturen in ländlichen Räumen, geringere Anzahl an Einzelhandelsbetrieben und Ladenhandwerk sowie die stetige Verschärfung des Fachkräftemangels sind nur einige Schwächen bzw. Risiken, die im integrierten Handlungskonzept der Region SWF aus 2014 identifiziert wurden.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, wie man diesen Teufelskreis durchbrechen kann. Ein Schlüssel zum Erfolg scheint die Attraktivität der Region und der Innenstädte an sich zu sein: Lebendige Städte und Dörfer, attraktive

Ausbildungs-, Berufs- und Freizeitangebote, nachhaltige, ganzheitliche Stadtentwicklung und eine Stärkung der Innenstädte durch nachhaltige Strategien zur Unterstützung von Start-Ups und Multi-Channel-Handel erhöhen die Kundenfrequenz in den Städten. Die zentrale Frage lautet also, wie die Attraktivität und Innovationskraft der Region und Innenstädte erhöht werden kann.

Genau an dieser Stelle setzt die Idee des „CityLab Südwestfalen“ an, ein gemeinsames Forschungs- und Entwicklungsprojekt der Industrie- und Handelskammern Arnsberg und Hagen, der Fachhochschule Südwestfalen und der Technischen Universität Dortmund. Adressaten des Projekts sind nicht nur die inhabergeführten Einzelhändler in den Mittelzentren Südwestfalens, sondern ebenso Gastronomen, Handwerker mit Ladengeschäften und Dienstleister, die allesamt von den beschriebenen Problemen betroffen sind. Gleichzeitig sollen wichtige Netzwerke einbezogen werden: Stadtmarketing und Gemeinden, Wirtschaftsförderer,



Foto: FH Südwestfalen

Prof. Valerie Wulffhorst

Kaufmannschaften, Kultureinrichtungen, Vereine, usw. Als Ziel hat sich die Projektgruppe zunächst die Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität in den Innenstädten Südwestfalens für Einwohner, Besucher, Touristen und zuzugswillige Fachkräfte gesetzt. Hierfür sollen einerseits die unternehmerischen Kompetenzen gestärkt, andererseits digitale Services entwickelt und durch die beteiligten Akteure der



BMS
Industriebau.



**Zukunft bauen.
Für den Mittelstand.***

* zum Beispiel: Neubau einer Logistikhalle mit Verwaltungsgebäude für die Alfons Brass Logistik GmbH & Co. KG in Korbach

BMS · Briloner Montage- und Schlüsselfertigbau GmbH

Alte Heeresstraße 25 · 59929 Brilon

Tel: 02961 980-200

www.bms-industriebau.de



Stadt erbracht werden. Diese sollen auf die speziellen Eigenschaften einer Stadt zugeschnitten und durch ein konsistentes Stadtmarketing untermauert werden. Die Projektidee basiert auf zwei Phasen: In einer ersten Phase sollen Innovations- und Attraktivitätsprofile gemeinsam mit den beteiligten Städten entwickelt

und Qualifizierungsworkshops angeboten werden. In einer zweiten Phase soll eine Modellstadt ausgewählt und das entwickelte Profil durch Profilentwicklungsprojekte „mit Leben gefüllt“ werden. Diese Umsetzung basiert auf drei Säulen: 1. einer City Marketing-Fundierung, 2. einer webbasierten Architektur- und Pro-

zessplattform (z.B. City Analytics) und 3. zielgruppenspezifischen Umsetzungsinstrumenten (z.B. City-Frequenzgenerierungs-App). Auch diese Projektphase soll durch Weiterbildungsangebote, wissenschaftliche Forschung sowie lokale „Kümmerer“, also vor Ort arbeitende Ansprechpartner begleitet werden.

Passanten-Zählung: Wieder höhere Frequenzen in den Innenstädten

Die Anzahl der Besucher ist ein wesentliches Indiz für die Lebendigkeit von Innenstädten. Deshalb hat die IHK Arnsberg zusammen mit den kommunalen Wirtschaftsförderungen 2018 zum vierten Mal die Passantenfrequenzen in den Innenstädten der Region erhoben. Erfreulich: In einigen Städten haben sich die Frequenzen stabilisiert beziehungsweise verbessert.

Passantenfrequenzen können als Gradmesser für die Attraktivität von Innenstädten dienen und Hinweise auf Erfolg oder Misserfolg beispielsweise von Stadtmarketingaktivitäten geben. Gerade bei der Diskussion um und die Argumentation für verkaufsoffene Sonntage können regelmäßig durchgeführte Zählungen wertvolle Dienste leisten. Gemessen wurde in den beteiligten Städten jeweils an drei von vier Samstagen im September 2018 die Stundenfrequenz zwischen 11:00 Uhr und 12:00 Uhr.

In den vergangenen Jahren war der „Puls unserer Innenstädte“ deutlich ins Holpern geraten, nicht

zuletzt auch, weil der nach wie vor wachsende Onlinehandel gerade den inhabergeführten, stationären Einzelhandel in innenstadtprägenden Branchen massiv unter Druck setzt. Die Studie „Vitale Innenstädte 2018“, die die IHK Arnsberg im Januar vorgestellt hat, unterstrich diese Erkenntnis.

Umso erfreulicher ist es, so IHK-Handelsreferent Stephan Britten, dass sich die Frequenzen laut der aktuellen Erhebung an einigen Standorten stabilisiert beziehungsweise sogar erholt haben. In Zahlen heißt das: Bei der Messung hielten sich 14.900 Passanten in den Top-Lagen der Innenstädte auf.

Zwar ist damit nach wie vor der Wert von 16.700 Passanten im Jahr 2010 (erste Messung) nicht wieder erreicht, jedoch fast die Zahlen aus 2014 (15.000 Passanten). „Es besteht also Hoffnung für Südwestfalens Innenstädte. Deutliche Frequenzzuwächse im Vergleich zur Messung 2016 konnte Lippstadt als einer der Top-Einkaufsstandorte verzeichnen, ebenso überwiegend positiv die Zahlen für Soest und Arnsberg-Neheim. Erfreulich: auch in Brilon und in Schmallenberg haben sich die Frequenzen wieder deutlich gesteigert“, sagt Stephan Britten.

Aber eines zeigt auch die aktu-

DR. RIEDEN GMBH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft 	Wirtschaftsprüfung	Steuerberatung
	Sanierungsberatung	Heilberufberatung
www.dr-rieden.de		
59872 Meschede, Lanfertsweg 78 Tel. 0291/9999-0 · info@dr-rieden.de	59939 Olsberg, Kampstraße 2 a Tel. 02962/97 50-0 · olsberg@dr-rieden.de	59821 Arnsberg, Brückenplatz 13 Tel. 02931/52 10-0 · arnsberg@dr-rieden.de