

## **Nachberichterstattung zum 3. Unternehmerstammtisch am 20.02.2019 im kleinen Festhallsaal**

### **Teil 1.**

### **IHK trifft stationären Handel**

#### **Interessanter und informativer 3. Unternehmerstammtisch**

„Ich lass mir auch den Weihnachtsbaum schicken!“, mit dieser Aussage, so Marc Watgen, Leiter des IHK-Dienstleistungszentrum Landau, bei seinem Beitrag beim 3. Unternehmerstammtisch, wird auch die Problematik für den stationären Handel im Internetzeitalter deutlich. Eingeführt in den Abend hatte der Sprecher des Arbeitskreises Herxheim ist (m)eins, Erwin Welsch, mit dem Hinweis, dass mit dem heutigen Schwerpunktthema „Notwendige Marketinginstrumente für den stationären Handel“ dem Wunsch der Gewerbetreibenden bei der letzten Zusammenkunft entsprochen wird. In seiner Begrüßung ging Ortsbürgermeister Franz-Ludwig Trauth auf die Anstrengungen der Ortsgemeinde ein, mit einem Zentrumsmanagement, u.a. den Einzelhandel im Ortszentrum, zu stärken.

Neben einer aktuellen Situationsbeschreibung ging Watgen (im Bild bei seinem Vortrag) auch auf notwendige Marketinginstrumente für den Einzelhandel ein. Wichtig erscheint ihm ein Marketingmix, der bei jedem Einzelhändler anders aussehen kann. Auch muss jeder Händler für sich entscheiden, welche Vertriebskanäle er nutzt! Deutlich wurde, dass sich der stationäre Handel auf seine Stärken konzentrieren muss. Bei der aufgezeigten Stärken-/Schwächenanalyse sind Servicequalität und Einkaufserlebnisse, die nur vor Ort geschaffen werden können, ganz zentral.



Watgen ging auch auf die Frage ein, was bringt die Zukunft? Dabei wurde deutlich, dass der Online Handel den stationären Handel nicht ersetzen wird. Für viele Händler können Multichannel-Konzepte, die online und offline-Elemente vereinigen, ein Lösungsweg zu sein.

Wichtig hierbei war die Aussage, wonach „starke Standorte bleiben stark, schwache werden (noch) schwächer.“

Was kann eine Kommune tun, um ihre Zentren attraktiv zu halten und „ihren“ örtlichen Handel zu unterstützen? - war eine weitere Fragestellung, auf die Watgen einging. Die demographische Entwicklung, die Digitalisierung und das damit einhergehende Verbraucherverhalten sind für die Kommunen kaum beeinflussbar. Beeinflussbar sind aber viele Standortfaktoren und das Profil der Kommunen nach innen und nach außen zu stärken.

Es gibt viele Stellschrauben, an der jede Kommune drehen kann. Als für ihn die Wesentlichen nannte Watgen:

**1. „Harte“ Standortfaktoren müssen stimmen.** Klassische Standortfaktoren spielen eine zentrale Rolle. Besonders Mobilität bleibt wichtig.

**2. Klare Konzepte müssen her.**

Angesichts der sich schnell ändernden Rahmenbedingungen bedarf es klarer Ziele und Konzepte. Dies gilt für die Innenentwicklung genauso wie für die Handels- oder Gewerbeflächenentwicklung.

**3. Konzentration auf die Entwicklung der Zentren.**

Ein Standort lebt von einer attraktiven Mitte. Diese gilt es zu stärken, nicht zu schwächen.

**4. Nahversorgung sicherstellen.**

Der Verkaufsflächenbedarf wird deutlich sinken. Auch die Zahl der Betriebe wird abnehmen und sich auf die Toplagen konzentrieren. Kommunen müssen sich klar darüber sein, wo künftig Handel und Nahversorgung stattfinden soll.

**5. Wirtschafts- und bürgerfreundliche Verwaltung.**

Hierzu zählen flexible Erreichbarkeit, Nutzung moderner Medien (E-Gouvernement) und Kundenorientiertheit.

**6. Standortvermarktung.**

Hier gilt, tue Gutes und rede darüber.

**7. Professionelle Wirtschaftsförderung.**

Dabei ist die Pflege der „Bestandskunden“ Pflicht. Gegenüber Investoren bedarf es einer verbindlichen Kommunikation und klarer Rahmenbedingungen.

**8. „Wir-Gefühl“ erzeugen.**

Der Standortwettbewerb auf regionaler und überregionaler Ebene wird immer härter. Alle Akteure, „den Arbeitskreis Herxheim ist (m)eins zähle ich dazu“, so Watgen, „müssen daher gemeinsam und loyal handeln.“

**Abschließend stellte er fest:**

- Die Wirtschaft kann nicht ohne die Verwaltung
- Die Verwaltung kann nicht ohne die Politik
- Die Politik kann nicht ohne die Wirtschaft

Mit der Arbeit des Arbeitskreises „Herxheim ist (m)eins“ sieht er viele der vorgenannten Stellschrauben zielführend angepackt. „Was sie ehrenamtlich leisten“, so Watgen zu Schluss, „ist großartig und hilft sowohl der Ortsgemeinde als auch dem stationären Handel in ganz besonderer Weise.“ Für den ersten Teil seiner Ausführungen erhielt Watgen viel Zuspruch. Informationen zum zweiten Beitrag, IHK-Kampagne „Heimat shoppen“, erfolgten in der nächsten Ausgabe.