

# 2 ZUKUNFT DES HANDELS

DIE WELT | FREITAG, 11. NOVEMBER 2022



Shoppern, arbeiten, leben: Eine lebendige Innenstadt braucht ein gutes Einkaufs-Angebot mit interessanten Geschäften, aber auch Grünflächen, Arbeitsplätze, Freizeitmöglichkeiten und Orte, an denen Menschen sich gerne treffen und aufhalten

**U**nsere Innenstädte drohen zu veröden, viele Ladenlokale stehen leer. Doch in der Krise liegt die Chance auf Veränderung, sagt der Zukunftsforscher Klaus Burmeister. Es gibt keinen Masterplan für das Neue. Antworten erfordern vernetztes Denken, ein Verständnis für systemische Zusammenhänge, neue Lern- und Kooperationsformen und Visionen für eine nachhaltige lebenswerte Zukunft.

VON DAGMAR TRÜPSCHUCH

**WELT:** Herr Burmeister, als Zukunftsforscher untersuchen Sie unter anderem die sozialen und ökonomischen Umbrüche der Städte. Haben unsere Innenstädte noch eine Zukunft?

**KLAUS BURMEISTER:** Natürlich haben Städte eine Zukunft. Aber warum unterhalten wir uns überhaupt über dieses Thema? Wir leben in einer Gesellschaft, in der sich nach Schiene und Elektrizität eine neue Infrastruktur entfaltet. Infrastrukturen waren immer Treiber der Veränderung von Städten. Heute entwickelt sich eine informationstechnische Infrastruktur. Hierfür brauchen wir neue und angemessene Antworten. Die Innenstadt, und das ist meiner Meinung nach das Hauptproblem, wurde seit den 1970er-Jahren massiv auf eine Einkaufsstadt reduziert. Dabei war die Stadt immer der Lebensort von Menschen. Und genau das ist auch das Thema: die Zurückeroberung von öffentlichen Räumen. Es gilt, die Stadt wieder zum Ort des Austauschs zu machen, auf ganz unterschiedlichen Ebenen. Aus meiner Sicht geht es um die Neuerfindung von Urbanität. Darüber unterhalten wir uns. Und da spielt Innenstadt natürlich eine wichtige Rolle.

**Was macht für Sie die Innenstadt aus?** Früher gab es ein Rathaus, einen Marktplatz, Läden und Apotheken. Da ist man hingegangen, um die wichtigsten Dinge des Lebens zu besorgen. Allgemeiner gesprochen ist eine Innenstadt der Raum, wo verschiedene Verkehrsstraßen zentral zusammenkommen. Wo es eine Verdichtung gibt von Öffentlichem sowie von Arbeits- und Einkaufsmöglichkeiten.

**Wie schaffen wir es denn, die Städte wieder lebendig zu machen?** Ich denke, es geht um eine Wiederaneignung der Stadt durch ihre Bürger, die Menschen, die dort leben. Die Reduzierung auf Handel ist ein Fehler gewesen. Es geht darum, Lebendigkeit zurückzubekommen. Ich weiß von keinem Projekt, wo wirklich außer im 19. Jahrhundert, Plätze angelegt wurden, die Lebensqualität ausstrahlen und mehr waren als Straßenkreuzungen. Wir haben

Städte, die vor vielfältigen Herausforderungen stehen. Es geht nicht nur um Handel, es geht um sozialen Zusammenhalt, um Klima, um Mobilität. Es geht um eine neue Infrastruktur für Wissen und Arbeit. Es geht um eine nachhaltige Organisation der städtischen Daseinsvorsorge für die Bürgerdienste. In einer multiperspektivischen Sicht geht es darum, wie wir uns die Stadt als Bürger, als Unternehmer, als Handelstreibende oder als Stadtverwaltung wünschen. Wir brauchen einen neuen Entwurf für das, was eine europäische Stadt im 21. Jahrhundert sein kann und will. Und das wird nur gehen unter Einbezug aller städtischen Akteure. Es wird nur gehen mit Mut und kreativen Ideen.

**Was muss noch passieren?** Man muss darüber nachdenken, wie die Stadt wieder Eigentümer für die Gestaltung öffentlicher Räume werden kann. Man muss auch radikal der Stadtgesellschaft Möglichkeiten geben, gestalterisch Einfluss zu nehmen. Wenn wir Veränderung in die Stadt reinbekommen wollen, muss die Verwaltung als Ermöglicher mit einem positiven Beispiel vorangehen. Selbstverständlich gehört zu einer Stadt der Handel. Das war immer so, aber einseitige Fixierung auf den Handel hat uns in diese Situation geführt durch wenig innovative und profitorientierte Strategien. Eine Stadt hat einen Gemeinwohl-Auftrag. Der Handel muss sich um seinen Umsatz kümmern. Das sind unterschiedliche Interessen und Sichtweisen. Und wenn es um lebenswerte Städte geht, dann wird es im besten Fall mit dem Handel gehen, der die Notwendigkeit zu Innovationen erkennt hat.

**Wie sieht die City von morgen aus?** Wir brauchen Konzepte, die langfristig angelegt sind, um Städte unter dem Druck von vielfältigen Veränderungen lebenswert zu erhalten. Aber wir müssen die städtische Gesellschaft einbeziehen. Wir brauchen im besten Fall eine Politik, die Handlungsräume für Städte neu eröffnet, damit sie überhaupt zum Akteur werden können, um internationalen Investoren Paroli bieten zu können. Und dann brauchen wir ein Zukunftsbild davon, wie die Stadt 2050 aussehen soll. Wie sieht der Verkehr aus? Wie sieht eine Stadt aus, die noch heißer wird? Das sind einige der weitergehenden Fragen.

**Welche Rolle hat der Handel dabei?** Der Handel könnte eine Rolle als Innovationspartner spielen, wie bei neuartigen Angebots- und Nutzungsmischungen bis zu hybriden Arbeitsplätzen oder beim Warentransport, in Sinne einer nachhaltigen City-Logistik. Muss jeder einzelne Zulieferer in die Stadt reinfahren? Kann man das nicht anders organisieren? Wir haben auf vielen Ebenen grundlegende Fragestellungen, und leider kommen sie alle gleichzeitig. Was es nicht einfacher macht für die Stadt, die Akteure, die Wirtschaft und die Menschen. Krisen jedoch sind immer auch eine Chance für Veränderung.

## VISIONEN für die Einkaufsstadt von morgen

Eine City braucht viel Grün und eine gesunde Mischung aus Geschäften und anderen Nutzungskonzepten. Der Handel kann dabei Innovationstreiber sein. Zukunftsforscher Klaus Burmeister und Stadtplaner Caspar Schmitz-Morkramer über lebenswerte Innenstädte

### Zur Person

Klaus Burmeister



**Klaus Burmeister** ist Zukunftsforscher, Gründer von Z\_punkt – The Foresight Company und Leiter vom Foresightlab in Berlin. Das Foresightlab ist ein Laboratorium zur Erkundung und Erprobung von Ideen, Konzepten und Lösungen für eine nachhaltige Zukunftsgestaltung. Es arbeitet etwa mit der Körber Stiftung am Projekt „Deutschland besser machen – mit der zukunfts-fähigen Stadt“ zusammen. „Es gibt keinen Masterplan für das Neue“, betont Burmeister. Er setzt auf vernetztes Denken und Menschen mit Visionen.

### Zur Person

Caspar Schmitz-Morkramer



**Caspar Schmitz-Morkramer** ist Gründer und Inhaber des Architekturbüros caspar mit Büros in Köln und Hamburg. Das Architekturstudio unterhält mit caspar.esearch eine eigene Forschungsabteilung. Das Buch „Retail in Transition“ von Caspar Schmitz-Morkramer ist die erste Büroveröffentlichung, die caspar.esearch entwickelt hat. „Verkaufswelten im Umbruch“ ist eine kritische Studie, die darauf abzielt, die rasanten Veränderungen, besonders im deutschen Einzelhandel, besser verstehen zu können.

## W

Wichtiger als die Architektur und die Gebäude einer Stadt sind die Erlebnisse, die die Menschen in ihrer Stadt haben, sagt der Stadtplaner Caspar Schmitz-Morkramer. Als Teil der Innenstadt ist und bleibt der Handel bedeutend. Er wird sich aber anders aufstellen müssen und mehr lokale Angebote machen müssen.

**WELT:** Herr Schmitz-Morkramer, Sie beschäftigen sich als Architekt und Stadtplaner mit urbanen Entwicklungen. Unter dem Titel „retail in transition – Verkaufswelten im Umbruch“ haben Sie eine eigene Studie erstellt. Was war der Anlass?

**CASPAR SCHMITZ-MORKRAMER:** Wir beschäftigen uns schon seit langem mit innerstädtischen Immobilien und Handel ist ein Teil unserer Architektur. Wir haben schon länger gespürt, dass da etwas im Wandel ist. Als wir dann gemerkt haben, dass die Kunden, die mit uns einzelhandelsbasierte Immobilien planen, immer größere Schwierigkeiten hatten, die Händler durch Mietverträge zu binden, ist mir klar geworden, dass etwas passieren muss. Und bei einem Spaziergang im Februar 2017 über die Hohe Straße in Köln habe ich mir die Frage gestellt, ob diese monofunktionale und ästhetisch auch nicht auf Menschen bezogene Stadt, durch die ich da gerade wandle, wirklich das ist, was wir wollen. Oder ob wir nicht eine große Fehlentwicklung in unseren Innenstädten haben, weil wir dem Handel so viel Platz gegeben haben und er vieles andere aus der Innenstadt verdrängt hat. Wir haben uns die Frage gestellt, ob dieser Wandel, den wir beobachten, nicht auch eine Chance ist, die europäische Stadt wieder zurück in unsere Innenstädte zu holen, heißt, dass neben der Funktionalität Einkauf auch wieder Aufenthaltsqualität entstehen kann. Und wir als Bürger unsere Innenstadt wieder zurück bekommen können.

**Wie definieren Sie Innenstadt? In Berlin zum Beispiel, kann ich keine Innenstadt ausmachen.**

Berlin ist wirklich etwas Besonderes unter den deutschen Großstädten. Für eine Metropole ist es relativ typisch, dass sie eine polyzentrische Struktur hat, beziehungsweise, dass die Zentren ineinander übergehen. Dann wird es auch schwierig zu definieren, wo genau die Innenstadt ist. Historisch gesehen ist die europäische Stadt jedoch eine Stadt, die sich aus einem Kern heraus entwickelt hat. Der war das politische, das soziale, das religiöse, aber eben auch ganz wichtig – das kommerzielle Zentrum. Ich selber bin in Frankfurt geboren und das heutige Rathaus, der Römer, war ein Handelshaus. Insofern ist der Handel

für die europäische Stadt und für unsere Stadtkultur ein ganz essentielles und wichtiges Element. Heute ist es aber so, dass der Handel zu viel Raum eingenommen hat und die anderen Funktionen der Stadt verdrängt wurden. Aber eigentlich ist die Innenstadt die gute Stube der Stadt, wo wir zusammenkommen und verschiedene Themen teilen. Und die müssen besser herausgearbeitet werden.

**Was müssen wir unternehmen, um mehr Leben in die Stadt zu bringen?**

Wenn Sie am Samstag um 14 Uhr in die Kölner Hohe Straße gehen, werden Sie von den Menschenmassen getrieben. Wenn Sie sonntags hingehen, sind Sie ganz alleine. Stadt funktioniert im Endeffekt nur an 24 Stunden über sieben Tage hinweg. Ich glaube, dass wir das hinbekommen müssen. Wir brauchen in der Stadt wieder überlappende Nutzungen, die unterschiedliche Bespielungszeiten haben, damit sie auch unabhängig der klassischen Ladenöffnungszeiten attraktiv ist. Wir brauchen einen attraktiveren öffentlichen Raum. Und wir brauchen unterschiedliche Nutzungen in der Stadt. Ich glaube, dass das Thema Wohnen in der Stadt, also eine dauerhafte Belegung, ein ganz wichtiger Aspekt ist. Ich möchte den tollen dänischen Stadtforscher Jan Gehl zitieren: First life, then spaces, then buildings – the other way around never works.

**Welche Rolle spielt dabei Begrünung?**

Wir brauchen definitiv mehr Grün in der Innenstadt. Wir dürfen auch nicht ganz außer Acht lassen, dass – wir haben es gerade in diesem wunderbaren Sommer erlebt – gerade die Stadtaufheizung, das Mikroklima in der Stadt, in den nächsten Jahren sicherlich noch zu einer großen Belastung führen wird. Das heißt, wir müssen tatsächlich sehr massiv schauen, dass wir dieses Bild des Urbanen, Städtischen, Steinernen in den nächsten Jahren gewandelt bekommen. Und eben mehr Grün in die Stadt, auf die Plätze, auf die Straßen, aber eben auch auf die Häuser und durch begrünte Fassaden bekommen.

**Welche Rolle spielt die Politik?**

Es muss einen politischen Gestaltungswillen geben und auch die Verwaltungen müssen in meinen Augen noch viel mutiger vorweg gehen. In Paris gibt es zum Beispiel mit Anne Hidalgo eine sehr mutige Bürgermeisterin, die diese Veränderung befördert, die Grün in die Stadt reinbringen möchte, die tolle Projekte an verschiedensten Stellen in ihrer Stadt einfach durchgedrückt hat, um eine nachhaltige und soziale Stadt zu gestalten. Sie geht da sehr offensiv ran und geht auch ganz neue und andere Wege. Sie ist auch bereit, die Kommune selbst in das Risiko mit reinzunehmen. Wir brauchen genau solche Menschen mit Visionen, die andere Menschen mitnehmen können.

**Wie muss sich der Handel verändern?**

Der Handel ist für die Innenstadt wichtig, nicht in dieser Monofunktion, wie wir ihn zurzeit haben. Aber als Teil der Innenstadt ist und bleibt er wichtig. Natürlich müssen sich Einkaufskonzepte auch verändern, natürlich wird sich der Handel auch anders aufstellen müssen. Er muss sich die Frage stellen, wie er auf seiner Fläche anders agieren kann. Wir sehen mittlerweile viele Händler, die zum Beispiel Pop-up-Stores auf ihrer Ladenfläche erlauben, die auch gastronomische Angebote integrieren. Wenn wir früher in die Innenstadt gegangen sind, um einzukaufen, dann haben wir das getan, weil wir einkaufen mussten, weil wir etwas brauchten. Wir müssen heute nicht mehr einkaufen gehen. Wir können alles bestellen. Kein Mensch muss einkaufen gehen. Das heißt, wir tun es, weil wir es wollen. Und das heißt natürlich auch, dass die Erwartungshaltung eine andere ist. Attraktiv wird die Stadt dann, wenn ich im Handel wieder Dinge vorfinde, die tatsächlich lokal sind. Dass ich in Hamburg etwas bekomme, das ich in Köln nicht kaufen kann. Ich kenne auch kaum eine deutsche Stadt, die attraktive Gastronomie in der Innenstadt hat. Wir müssen im Endeffekt gucken, dass wir auch die lokalen Händler wieder zurückbekommen.