

Aachener Nachrichten Aachener Zeitung

Samstag, 2. Februar 2013, Wirtschaft

LOKAL.REGIONAL.GLOBAL

Handel 2020 – ein Beschäftigungsriese mit Forderungen an die Zukunft

Der Einzelhandel ist ein riesiger Wirtschaftssektor mit über 16 000 Betrieben und mehr als 30 000 Beschäftigten in unserer Region. Jeder fünfte Ausbildungsplatz ist im Handel. Eine Branche mit einer ungeheuren Dynamik durch Marktanteilsverschiebungen. Anlass für diesen Kommentar ist meine Sorge um den Aachener Einzelhandel und die ländliche Einzelhandelsversorgung.

Auf den ersten Blick mag diese Sorge erstaunen, denn der druckfrische Einzelhandelsatlas der IHK Aachen zeigt, dass sich die Beschäftigung im Handel der Region positiv vom Landestrend abhebt, ganz besonders in Aachen. Das Oberzentrum Aachen strahlt mit seinen Händlern weit hinaus und bindet Kaufkraft, die sonst abfließen würde. Die Zentralität von Aachen ist über 50 Prozent höher als die der übrigen Region, Aachen „zieht“ somit für andere Orte mit. Zwei Drittel aller Stadtbesucher kommen zum Einkaufen. Aber auch der Blick auf die

Mittelzentren zeigt, dass dort lokale Strategien positive Ergebnisse bringen.

Doch es gibt Herausforderungen in der nahen Zukunft, die kluge und klare Strategien erfordern.

Die Grenze: Wir sind direkt daran, jeder 5. Kunde kommt über die Grenze. Aber allen strategischen Untersuchungen ist gemein, dass sie genau an der Grenze aufhören. Das ist so, als wenn man in Köln nur eine Rheinseite betrachten würde. Die Wirkung der Einzelhändler am Aachener Kreuz kann man nur bewerten, wenn man die Effekte vom Woonboulevard in Heerlen (u.a. Ikea) oder der Outlets in Maasmechelen bzw. Roermond anschaut. Die Grenznahe führt auch zu Benachteiligungen bei den Öffnungszeiten. Fahren Sie mal an einem offenen Sonntag in die Outlets oder zu Ikea. Dort brummt es, und der Umsatz fehlt bei uns!

Der Online-Handel: Dessen Dynamik hat selbst gestandene



Ideen und Perspektiven

Von B. Stephan Baldin

Profis überrascht. In der Denke unserer Verwaltungsjuristen ist die größte Gefahr für den innerstädtischen Handel immer noch der „böse Bube“ von der grünen Wiese, sprich preisaggressive Handelsformen in Gewerbegebieten. Wir haben ein vorzügliches Abstimmungsinstrument für Handelsentwicklung in der Städtereion mit dem schönen Namen „Strikt“, aber Online-Handel kommt darin nicht vor. Online-Handelsformen sind aber die großen Gewinner der kommenden Jahre. Für 2020 reden wir von gut 25 Prozent Marktanteil.

Aus den beiden Herausforderungen ergibt sich ein Risiko-Potenzial von maximal 40 Prozent. Was folgt daraus, was ist zu tun: Wir müssen die Grundlagen un-

serer einzelhandelspolitischen Überlegungen aktualisieren.

Wir müssen die Handelseffekte der Grenzen verstehen, sie sind nicht mal in den teuren Gutachten richtig erfasst. Kooperations- und Austauschprozesse über die Grenzen hinweg müssen verbessert werden.

Am Kundenlauf arbeiten

Das Profil der Aachener Innenstadt muss dringend geschärft werden, insbesondere das der Altstadt: Sie macht Aachen unverwechselbar und einzigartig. Wir müssen in der Innenstadt am Kundenlauf arbeiten.

Die Sicherung der ländlichen Versorgung als interkommunales Kooperationsprojekt ist nach meiner Wahrnehmung noch nicht wirklich auf der Agenda aufgetaucht.

Mit der Plattform Städtereion, mit dem neuen Zweckverband (Städtereion, Heinsberg, Düren, Euskirchen) und neuer oder reanimierter Zusammenarbeit über

die Grenze (AG Charlemagne, Euregio) haben wir die Institutionen, mit denen wir diese Aufgaben angehen können.

Wir sollten die Aktualisierung des Profils unserer Region aus Konsumentensicht als interdisziplinären, offenen Prozess beginnen, also nicht im rein fachlichen Umfeld belassen. Das Profil unserer Stadt, unserer Region und die Zukunft eines wichtigen Wirtschaftszweiges sind zu bedeutsam, als dass sie nur im Hinterzimmerchen diskutiert werden dürfen.

Übrigens bedeutet das ein enormes Anwachsen der Logistikkette, die Online-Handel erst möglich macht. Das Wachstum des Güterverkehrs konterkariert alle Bemühungen, den Individualverkehr umweltgerechter zu machen, natürlich auch in Aachen und der Region.

► wirtschaft@zeitungsverlag-aachen.de

B. Stephan Baldin ist Geschäftsführender Vorstand der Aachener Stiftung Kathy Beys