

Landeshauptstadt Stuttgart
Der Oberbürgermeister
GZ: OB 7820

Stuttgart, 25.11.2020

Stellungnahme zum Antrag

Stadträtinnen/Stadträte – Fraktionen

Bündnis 90/DIE GRÜNEN-Gemeinderatsfraktion, FDP-Gemeinderatsfraktion,
Freie Wähler-Gemeinderatsfraktion, PULS-Fraktionsgemeinschaft, SPD-
Gemeinderatsfraktion

Datum

06.10.2020

Betreff

Transformation des Einzelhandels in eine existenzsichernde digitalisierte Zukunft
- Was plant die Wirtschaftsförderung?

Anlagen

Text der Anfragen/ der Anträge

Zu Punkt 1.

Die Wirtschaftsförderung stellt ihr Vorgehen zur Entwicklung einer mittel- bis langfristigen Zukunftsstrategie für den Stuttgarter Einzelhandel dar.

Die Wirtschaftsförderung ist zur Unterstützung der Stuttgarter Einzelhandels- und einzelhandelsnahen Unternehmen mit den Teams Stadtteilmanagement, Bestandspflege sowie Leerstands- und Zwischennutzungsmanagement strategisch aufgestellt. Die Personalkapazitäten z.B. im Team Stadtteilmanagement, das für die 23 Stadtbezirke zuständig ist, wurden in den letzten Jahren auf 2 Stellen erweitert.

Ziel ist u.a., sich für die Belebung der Zentren, Kaufkraftbindung und Standortmarketing zum Wohle des Stuttgarter Einzelhandels, der konsumorientierten Dienstleistungen oder der Gastronomie einzusetzen.

Die Instrumente der Wirtschaftsförderung umfassen individuelle Serviceangebote für Einzelhändler sowie bezirks- bzw. stadtweite Programme und Initiativen. Hier einige Beispiele (ausführliche Auflistung siehe Anhang):

- Netzwerk- und Informationsformate zur Wissensvermittlung und Kontaktförderung (z.B. vierteljährlicher Austausch mit allen HGV-Vorsitzenden sog. Q4-Veranstaltungen, Jour Fixe in allen Stadtbezirken – zusammengesetzt aus BezirksvorsteherIn, HGV, Stadtteilmanagement);

- Verkaufsfördernde Veranstaltungen und Instrumente mit dem Ziel der Kundengewinnung und -bindung sowie Belebung der Stadtteilzentren (z.B. Abendmärkte, Abendspaziergänge);
- Leerstands- und Zwischennutzungsmanagement mit dem Ziel der Vermeidung, Vermittlung und Bespielung von Leerständen in den Stadtteilzentren; indirekt auch Verbesserung des Branchenmixes und Förderung neuer Geschäftskonzepte (z.B. PopUp Stores, Internet-Leerstandsbörse);
- Einzelbetriebliche Angebote mit der Intention, inhabergeführte Einzelhändler durch bedarfsgerechte Beratungs- und Unterstützungsangebote und individuelle Hilfestellung im Wettbewerb besser zu positionieren (z.B. Online-Marketing-Beratung);
- Stärkung der Nahversorgungsstrukturen in den Stadtbezirken, u.a. durch das Förderprogramm „Nahversorgung konkret“, Vermittlung von Nahversorgungsmärkten (Bonusbörse z.B. Wolfbusch; Wochenmärkte z.B. Uhlbach).

Anlässlich der Corona-Pandemie entwickelte Maßnahmen, parallel zu den bereits bestehenden Instrumenten:

- Zusätzliche Netzwerk- und Informationsformate im Kontext von unternehmensrelevanten Inhalten wie Soforthilfe, Corona-Anfragen, Netzwerktreffen, Informationsbereitstellung usw.;
- Unterstützung der zentralen Online-Plattform www.stuttgartsindwir.de mit dem Ziel der Schaffung einer gebündelten Online-Präsenz für alle Stuttgarter Unternehmen durch eine zentrale Plattform;
- Initiierung und Durchführung der Öffentlichkeitskampagne „Bleiben Sie uns treu!“ als stadtweite, multimediale Kampagne zur Sensibilisierung der Bevölkerung und als Aufruf, die lokalen Unternehmen in der Corona-Krise zu unterstützen in enger Zusammenarbeit mit den HGVs, der CIS und der Abteilung Kommunikation der LHS;
- Existenzsicherungsberatung;
- Corona-Hotline mit Experten.

Unter Berücksichtigung des Strukturwandels, der Trends im Konsumverhalten und der Auswirkungen der Corona-Pandemie entwickelt die Wirtschaftsförderung ihre Zukunftsstrategie zur Stärkung des Stuttgarter Einzelhandels kontinuierlich weiter bzw. passt sie an. Durch den engen Austausch mit der CIS und den örtlichen HGVs wird sichergestellt, dass die Hilfs- und Unterstützungsangebote auch tatsächlich den Bedarf der Unternehmen treffen.

Wichtige Hinweise zur (künftigen) Ausrichtung der Aktivitäten werden zudem in den nächsten Monaten aus verschiedenen, derzeit laufenden Studien/Umfragen der Wirtschaftsförderung abgeleitet (siehe Punkt 2.).

Zu Punkt 2.

Die Wirtschaftsförderung stellt dar, zu welchen Ergebnissen sie in genannter schnellen Analyse insbesondere bezüglich des Einzelhandels gekommen ist.

Die Wirtschaftsförderung macht es sich zur Aufgabe, die wirtschaftliche Lage in Stuttgart kontinuierlich zu beobachten, Zukunftsszenarien zu entwickeln und darauf aufbauend entsprechend zielführende Maßnahmen zu erarbeiten. Dazu geht die Wirtschaftsförderung mehrgleisig vor und hat in diesem Jahr bereits drei konkrete Umfragen/Studien entweder selbst durchgeführt oder in Auftrag gegeben, um die Situation der Stuttgarter Wirtschaft – u.a. mit Fokus auf die zentrenrelevanten Unternehmensbranchen und damit auch dem Einzelhandel – aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten.

a) Unternehmensbefragung - durchgeführt von der Wirtschaftsförderung:

Die Abteilung Wirtschaftsförderung hat Mitte 2020 selbst eine Unternehmensbefragung bei rund 400 Stuttgarter Unternehmen durchgeführt. Zielgruppe waren vor allem die Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe in der Innenstadt und in den Stadtteilzentren.

Die Analyseziele waren die Bestandsaufnahme zur derzeitigen Situation der Unternehmen, die Analyse der Auswirkungen der Corona-Krise auf die Stuttgarter Unternehmen, die Erhebung von unternehmerischen Strategien im Umgang mit der Krise, die Identifizierung von Zukunftsthemen und Unterstützungsbedarfen und die Rolle der örtlichen Handels- und Gewerbevereine für Unternehmen.

Ausgewählte (vorläufige) Kernergebnisse der Unternehmensbefragung:

- Die wirtschaftliche Lage der Unternehmen hat sich seit Beginn der Corona-Krise deutlich verschlechtert. Auf einer Skala von „1 = sehr gute wirtschaftliche Lage“ bis „5 = sehr schlechte wirtschaftliche Lage“ sank der Wert von 1,86 auf 3,33.
- Etwa 60 % der befragten Betriebe rechnen mit nachhaltigen wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Krise auf ihr Unternehmen.
- Rund zwei Drittel der befragten Unternehmen haben bisher im Rahmen der Corona-Krise finanzielle Unterstützung in Anspruch genommen, die meisten von ihnen Soforthilfe und Kurzarbeitergeld.
- Diejenigen Unternehmen, die während der Corona-Krise ihre bisherigen Vertriebsstrategien ausgebaut haben (z.B. Lieferdienst, Abholservice, Online-Shop, Videoberatung), schätzen ihre wirtschaftliche Lage positiver ein als diejenigen, die ihre Angebote nicht ausgebaut haben.
- Die örtlichen Handels- und Gewerbevereine sind wichtige Netzwerkpartner von hoher Bedeutung für die Stadtteile.
- Bestehende Instrumente der Wirtschaftsförderung werden von den Unternehmen größtenteils positiv bewertet (Skala „1 = sehr gut“ bis „4 = sehr schlecht“): Online-Marketing-Beratung (1,6), Abendmärkte (1,7), Kampagne „Bleiben Sie uns treu!“ (1,9), Plattform StuttgartSindWir (1,9).

- Wichtige Zukunftsthemen für die Unternehmen sind (Skala „1 = wichtig“ bis „4 = unwichtig“): Online-Präsenz (1,8), kostengünstige Werbemöglichkeiten (2,1), Netzwerkaktivitäten mit anderen lokalen Unternehmen (2,1), breites Beratungsangebot für Unternehmen (2,1) und die städtische Wirtschaftsförderung als Ansprechpartner (2,1).

Die Wirtschaftsförderung wird diese Zukunftsthemen ihrer Arbeit in den nächsten Monaten fokussieren.

b) Studie „Vitale Innenstädte 2020“:

Die Landeshauptstadt Stuttgart beteiligt sich an der Studie „Vitale Innenstädte 2020“, einer der größten Innenstadtuntersuchung für Handel, Stadtplanung und -marketing, umgesetzt vom IFH Köln (Institut für Handelsforschung). Hierbei handelt es sich um eine Passantenbefragung zur Attraktivität der deutschen Innenstädte, die einen Vergleich der Stadt Stuttgart mit strukturähnlichen Großstädten ermöglicht und Optimierungspotenziale in den Bereichen Aufenthaltsqualität, Besucherstruktur, Einkaufsverhalten, Bedeutung von Online-Angeboten usw. hervorbringt.

Die Studie ist beauftragt, Ergebnisse sollten bis Ende 2020 vorliegen (vorbehaltlich etwaiger Einschränkungen durch die Corona-Pandemie).

c) Strukturanalyse der Wirtschaftsförderung:

Im Rahmen einer von OB/82 in Auftrag gegebenen Wirtschaftsstrukturanalyse (Gesamtwirtschaft) wird die Situation auch des Einzelhandels noch einmal im Gesamtgefüge beleuchtet. Die umfassende, branchenübergreifende Strukturanalyse wird derzeit unter Einbezug eines externen Büros erarbeitet und soll die Grundlage zur Entwicklung einer fundierten Wirtschaftsstrategie für die nächsten Jahre liefern. Ein vertiefender Bericht zur Strukturanalyse erfolgt in einem der kommenden Wirtschaftsausschüsse.

Zu Punkt 3.

Die Wirtschaftsförderung stellt mit entsprechender Begründung dar, ob und wie sie den Aufbau von lokalen Online-Marktplätzen unterstützen wird.

a) Online-Marktplatz im engeren Sinn:

Der folgenden Beantwortung liegt die Annahme zu Grunde, dass die antragstellenden Gemeinderatsfraktionen die Begrifflichkeit „lokaler Online-Marktplatz“ im Sinne eines kollektiven Online-Shop-Systems für Stuttgart verstehen. Der Vorschlag umfasst also den Aufbau einer Internetplattform mit der Möglichkeit zum Verkauf von Waren, mit anderen Worten eine Art „Amazon für Stuttgart“.

Diese Art von Online-Plattform hält OB/82 aus verschiedenen Gründen für nicht zielführend für die Stuttgarter Einzelhändler:

- Sofern ein „Amazon für Stuttgart“ etabliert werden soll, muss diese Plattform auch mit den bereits etablierten Plattformen (wie Amazon) konkurrieren können.

- Der Wirtschaftsförderung sind allerdings keine entsprechenden Plattformen bekannt, denen es gelungen ist, einen lokalen Online-Marktplatz nachhaltig erfolgreich zu betreiben.
- Eine Online-Plattform für den zentralen virtuellen Verkauf aufbauen heißt, einen professionellen Auftritt zu schaffen, der sich an erfolgreichen Plattformen messen lässt, da dieser in entsprechender Konkurrenz steht, auch mit Online-Riesen wie Amazon. Aus Sicht von OB/82 ist dies nicht möglich. Nach Expertenmeinung wird ein lokaler Online-Marktplatz der Zielgruppe Bürger/Kunden nur dann angenommen, wenn er ein Mindestmaß an Durchdringung (Anzahl teilnehmender Einzelhändler) erreicht. Wichtige Erfolgsfaktoren von Amazon und anderen Online-Shops sind insbesondere: Aktualität, Auswahl und Verfügbarkeit, Warenlieferung, Preis, Marketing, Zahlungsverkehr. Bei all diesen Faktoren hat eine lokale, kommunale Plattform geringe Chancen. Dies belegen zahllose, gescheiterte Beispiele aus anderen Städten.
- Die Einstiegshürden einer Online-Plattform sind für viele Einzelhändler hoch. Etliche Händler verfügen über kein Warenwirtschaftssystem, zudem ist der Verwaltungsaufwand zur Pflege der Warenbestände, Produktvarianten, Preisaktualisierungen usw. sehr hoch. Dies ist für etliche kleine, inhabergeführte Geschäfte – insbesondere auch in den Stuttgarter Außenbezirken – im Alltag nicht leistbar, sodass eine lokale Plattform mangels ausreichender Anzahl an Anbietern für Kunden unattraktiv ist.
- Die City-Initiative Stuttgart e.V. teilt die Einschätzung der Wirtschaftsförderung.

Bei den im Antrag genannten Beispiel-Plattformen handelt es sich im Fall von einzelheld.de um eine überregionale Online-Shop-Plattform, bei der sich einzelne Geschäfte aus ganz Deutschland kostenpflichtig registrieren können, um Waren über das Internet zu verkaufen. Dieses Portal steht auch jedem Stuttgarter Händler zur Benutzung offen. #stayopen ist ein kommerzielles Angebot für Händler, sich mithilfe eines Baukastensystems einen eigenen Online-Shop aufzubauen.

Die Einzelfallprüfungen, die seitens OB/82 konstant durchgeführt werden, ergaben stets, dass eine Förderung bzw. Beauftragung solcher Plattformen für den zentralen Online-Verkauf in keinem adäquaten Kosten-Nutzen-Verhältnis stehen.

b) Alternativen mit Fokus Online-Präsenz und individuelle Unterstützung:

Die Wirtschaftsförderung bestätigt die Notwendigkeit, die Stuttgarter Einzelhändler (sowie auch weitere Unternehmensbranchen) beim Thema Online-Marketing aktiv zu unterstützen.

In diesem Kontext prüft OB/82 neue Konzepte auf ihre Anwendbarkeit für Stuttgart (seit bsp. März 2020 mehr als 25 Plattformen) oder tauscht Erfahrungen mit anderen Städten aus. Die dezentrale Struktur mit 23 Stadtbezirken und rund 30 Handels- und Gewerbevereinen stellt bei der Implementierung neuer, möglichst flächendeckender Instrumente eine Herausforderung dar. Die Fragmentierung auf dem Markt erschwert seitens der Stadt EINE Plattform mit durchschlagender Kraft zu etablieren.

Die Wirtschaftsförderung verfolgt mit ihren Instrumenten im Bereich Online-Marketing deshalb das primäre Ziel, die Online-Präsenz (Sichtbarkeit im Internet) der Stuttgarter Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister zu verbessern.

- 1) durch individuelle Service- und Beratungsangebote, um das einzelne Unternehmen bei seiner Online-Aktivität passgenau zu unterstützen, und
- 2) durch die Förderung einer/weniger, ausgewählter Präsenz-Plattformen (z.B. StuttgartSindWir), die definierte Kriterien erfüllen (siehe unten).

Zu 1) Individuelle Service- und Beratungsangebote:

- Online-Marketing-Beratung: OB/82 bietet eine kostenlose zweistündige Beratung von Stuttgarter Unternehmen an. Hierzu hat OB/82 fünf externe Online-Experten beauftragt. Diese führen mit den Unternehmen ein 1:1-Gespräch und geben individuelle Hilfestellungen und Praxistipps zur Verbesserung der Online-Präsenz (Website, Suchmaschinenoptimierung, Social-Media, Online-Shop usw.). Das Angebot wird seitens der Stuttgarter Unternehmen äußerst positiv bewertet, da es passgenau und individuell auf das jeweilige Unternehmen zugeschnitten ist.
- Digitales Branchenbuch: Kostenloser Unternehmenseintrag für alle Stuttgarter Unternehmen im Online-Branchenbuch und auf stuttgart.de erhöht die Auffindbarkeit im Internet.
- Mehrere Informations- und Weiterbildungsangebote für Unternehmen und HGVs (u.a. Themenabende „Stationär und Internet wachsen zusammen“, „Generation Y und Z: Wie können junge Zielgruppen als Kunden und Mitarbeiter gewonnen werden?“ usw.)

Zu 2) Präsenz-Plattformen:

Folgende Kriterien hat OB/82 bei der Prüfung potenzieller Online-Plattformen für Stuttgart bisher definiert, u.a.: branchenübergreifendes Angebot, lokaler Bezug und Passung zu Stuttgart, ausschließlich für Stuttgarter Unternehmen, Seriosität und Referenzen des Anbieters, kostenlose Teilnahme (zumindest für ein Basis-Paket), keine langen Vertragslaufzeiten.

Derzeit prüft die Wirtschaftsförderung verschiedene Möglichkeiten zum nachhaltigen Ausbau der Plattform www.stuttgartsindwir.de und steht mit weiteren Plattform-Anbietern im Austausch. StuttgartSindWir wurde von Stuttgarter Einzelhändlern mit Unterstützung der Wirtschaftsförderung aufgebaut. Mittlerweile haben sich ca. 400 Unternehmen an diese Aktion angeschlossen.

Fritz Kuhn

ANHANG:

Detailerläuterung der Maßnahmen der Wirtschaftsförderung zur Stärkung des Stuttgarter Einzelhandels:

Netzwerk- und Informationsformate zur Wissensvermittlung und Kontaktförderung:

- Q4-Veranstaltungen zu unterschiedlichen Themen für die Vorsitzenden der örtlichen Handels- und Gewerbevereine und CIS (4 x p.a.)
- Jour-Fixe-Treffen in den Stadtbezirken mit den Bezirksvorstehern und Vertreter/innen der örtlichen Handels- und Gewerbevereine (2-4 x p.a. pro Bezirk)
- Regelmäßige Rundmails (Newsletter) zur Information über aktuelle Themen, Trends, Projekte und Förderprogramme für Einzelhändler
- Schnittstelle zwischen Unternehmen und Verwaltung bezüglich Projektvorhaben

Verkaufsfördernde Veranstaltungen und Instrumente mit dem Ziel der Kundengewinnung und -bindung sowie Belebung der Stadtteilzentren:

- Abendmärkte (mehrwöchige Veranstaltungsreihe in den Stadtteilzentren zur Belebung und als Präsentationsplattform für lokale Betriebe)
- Abendspaziergänge (Rundgänge durch den Stadtbezirk, dabei Blick hinter die Kulissen lokaler Betriebe)
- Unterstützung bei der Konzeption und Beantragung von Verkaufsoffenen Sonntagen
- Initiierung und Umsetzung von kollektiven Werbemaßnahmen (z.B. Gemeinschaftsanzeigen in der Presse)

Leerstands- und Zwischennutzungsmanagement mit dem Ziel der Vermeidung, Vermittlung und Bespielung von Leerständen in den Stadtteilzentren; indirekt auch Verbesserung des Branchenmixes und Förderung neuer Geschäftskonzepte:

- Online-Portal „Räume in Stuttgart“ (Vermarktungsplattform der städtischen Wirtschaftsförderung für leerstehende Gewerbeflächen)
- Regelmäßige Erhebung leerstehender Gewerbeflächen in den Stadtteilzentren
- Förderprogramm zur Revitalisierung von Ladenlokalen (im Rahmen des Investitionsfonds „Stadtteilzentren konkret“)
- Austausch mit Immobilieneigentümern und Maklern (u.a. Eigentümerversammlungen und Ansprache der Eigentümer)
- Zusammenbringen von Angebot (Leerstände) und Nachfrage (Flächengesuche) durch Kontaktvermittlung

Einzelbetriebliche Angebote mit der Intention, inhabergeführte Einzelhändler bei der Positionierung im Wettbewerb durch bedarfsgerechte Beratungs- und Unterstützungsangebote und individuelle Hilfestellung zu unterstützen:

- Verwaltungslotse für Betriebe (Unterstützung bei Mail- & Telefonanfragen)
- Kostenlose, individuelle Online-Marketing-Beratung
- Kostenloser Eintrag im Digitalen Branchenbuch der LHS
- Koordination von Leistungen im Rahmen des Förderprogramms „Stadtteilzentren konkret“

Stärkung der Nahversorgungsstrukturen in den Stadtbezirken, u.a. durch das Förderprogramm „Nahversorgung konkret“:

- Förderung von Neuansiedlungen und Maßnahmen zur Bestandssicherung in Defiziträumen (nicht- oder unterversorgte sowie in ihrer Versorgung gefährdete Gebiete in Stuttgart)

Seit Beginn der Corona-Pandemie neu entwickelte Maßnahmen parallel zu den bereits bestehenden Instrumenten:

Zusätzliche Netzwerk- und Informationsformate:

- Aufbau und Pflege einer tagesaktuellen Datenbank mit Informationen von Bund, Land, Kammern usw. mit Verordnungen, Fragen-Antworten-Katalogen, Auslegungshilfen, Formularen, Ansprechpartnern usw.
- Individuelle Hilfestellung, Lotse, Begleitung innerhalb Verwaltung und darüber hinaus (unzählige telefonische Beratungen)
- Regelmäßige Rundmails (Newsletter) von unserem Team an alle Stuttgarter Handels- und Gewerbevereine zur Informierung über aktuelle Themen, Trends, Projekte und Förderprogramme für Unternehmen (bisher über 35 Rundmails)
- Mehrere Videokonferenzen mit HGVs und CIS zum Austausch
- Unterstützung der „Corona Hotline“ der Aktiven Stuttgarter e.V. – kostenlose Beratung durch Steuer-, Unternehmensberater, Rechtsanwälte (finanzieller Zuschuss und breite Bewerbung durch die Wirtschaftsförderung)

Unterstützung der zentralen Online-Plattform www.stuttgartsindwir.de mit dem Ziel der Schaffung einer gebündelten Online-Präsenz für alle Stuttgarter Unternehmen durch EINE zentrale Plattform:

- Kostenlose Möglichkeit das eigene Unternehmen mit Fotos, Angeboten, Öffnungszeiten, Kontaktmöglichkeiten usw. zu präsentieren;
- gute Durchdringung mit mehr als 400 eingetragenen Betrieben; viel positive Resonanz der Einzelhändler und Kunden;
- finanzieller Zuschuss und breite Bewerbung durch die Wirtschaftsförderung;

Gutscheinportal www.gutscheine-fuer-stuttgart.de als Instrument zur Liquiditätssteigerung der Unternehmen während des Lockdowns:

- Kostenlose Möglichkeit zum Gutscheinverkauf für den eigenen Betrieb über eine zentrale Online-Plattform;
- ca. 100 teilnehmende Betriebe; Plattform zwischenzeitlich wieder eingestellt, da Nachfrage seitens Unternehmen rückläufig.

Öffentlichkeitskampagne „Bleiben Sie uns treu!“:

- Initiierung und Durchführung einer stadtweiten, multimedialen Kampagne zur Sensibilisierung der Bevölkerung und als Aufruf, die lokalen Unternehmen in der Corona-Krise zu unterstützen;
- in enger Zusammenarbeit mit den HGVs, der CIS und der Abteilung Kommunikation der LHS;
- Förderung der Identität, des gesellschaftlichen Zusammenhalts und Wir-Gefühls durch Gemeinschaftsaktion.

Verteiler

I. **OB/82**

II. nachrichtlich an:

1. 60 Stadträtinnen und Stadträte
2. S/OB
3. L/OB-K
4. **Referat WFB**
Stadtkämmerei (2)
Liegenschaftsamt (2)
5. BVinnen Mitte, Nord, Ost
BV Süd, West
6. BezÄ Ca, Bo, De, Feu, Hed, Mö, Mühl, Mün,
Ob, P-B, Si, Sta, Un, Vai, Wa, Weil, Zu
7. Rechnungsprüfungsamt
8. Hauptaktei z.A.