

**Interview mit Kuni L. Both,
Präsident des „Europaverbandes
der Selbständigen“:**

„Die Innenstädte müssen aufrüsten“

GewerbeReport: Herr Both, 10% Leerstände in den Innenstädten, 91% der Kaufleute geben an in ihrer Umgebung Leerstände zu kennen. Einfache Frage: Was ist zu tun?

Both: Da gibt's leider keine einfache Antwort, und Gemeinplätze hören wir von der Politik ja zu häufig. Besonders die zweite Zahl spiegelt aber ein Problem. Sehr oft verlassen sich Gewerbetreibende darauf, dass die Politik es schon richtet. Wenn alle diese 91% aktiv würden, dann bestünden größere Chancen, Leerstände zu vermeiden bzw. abzubauen.

GewerbeReport: Was heißt aktiv werden genau?

Both: Mal abgesehen davon, dass 91% der Kaufmannschaft in jeder Kommune ein politisches Gewicht haben - man sollte nicht immer sofort nach dem Staat rufen. Man kann eigene Ideen entwickeln, sich mit dem Eigentümer des leer stehenden Ladenlokals in Verbindung setzen, ihn in die Pflicht nehmen.

GewerbeReport: Warum sollte er sich dazu bewegen lassen?

Both: Weil er ja auch kein Interesse daran hat, dass sein Objekt leer steht. Man muss ihn dazu bewegen es evtl. als Ausstellungsfläche anzumieten zu günstigen Konditionen. Ihn dazu bewegen den Leerstand sozusagen zu kaschieren. Da gibt's viele gute Beispiele. Am schlimmsten ist doch die wild plakatierte, Graffiti beschmierte Schaufensterscheibe. Das hat doch Ausstrahlung auf die ganze Strasse. Im übrigen habe ich mir sagen lassen, dass durch Leerstände auch die Mietpreise der Lage insgesamt verfallen.

GewerbeReport: Reicht ein Appell an den ökonomischen Sachverstand der Eigentümer aus?

Both: Natürlich nicht. Natürlich sind Leer-

stände nur die Symptome einer Standort-schwäche. Gerade hier müssen auch die Kaufleute hingehen und die Ursachen genau analysieren. Eines der Hauptprobleme - und da kommt die Grüne Wiese ins Spiel - ist der eklatante Wettbewerbsnachteil im Bereich der Parkmöglichkeiten. Die größte Einkaufstasche des Kunden ist immer noch der Kofferraum.

GewerbeReport: Diese Art von Einkaufstasche kostet in der Regel was?

Both: In der Tat. Den Kunden kostet sie teilweise unsinnig hohe Parkgebühren, den Händler hat sie schon gekostet, den Ankauf des Parkplatzes oder die sog. Stellplatzablässe. Zudem klagen viele Einzelhändler über mangelhafte Anlieferungsmöglichkeiten, fehlende Verladerrampen und enge Zeitbegrenzungen. Was mich daran ärgert ist nicht nur die Art und Weise der Kommunen, wie man das knappe Gut Parkraum in der Innenstadt ständig geschäftsschädigend verteuert, sondern dass man mit den Erlösen oft genug zweckfremd Haushaltslöcher stopft...

GewerbeReport: Der Neubau von Parkplätzen in den Innenstädten ist schwierig, oft stehen städtebauliche Bedenken oder gar der Denkmalschutz den Forderungen des innerstädtischen Einzelhandels entgegen.

Both: Das ist richtig. Man muss auch dort Kompromisse finden. Was hat aber der Stadtplaner von seiner schönen Innenstadt, wenn sie mangels Geschäften tot wirkt? Das hat mir noch kein Politiker beantwortet. Man muss aber auch in die Zukunft schauen. Nehmen Sie die demografische Entwicklung. Ältere Menschen sind weniger mobil, gleichzeitig weiß ich aus eigenem Erleben, dass viele Obergeschosse über Ladenlokalen leer stehen. Warum dort nicht Wohnraum für Senioren schaffen?

GewerbeReport: Die Demografie allein wird das Problem vermutlich nicht lösen.

Both: (lacht) Das wäre auch zu einfach.

GewerbeReport: Aber sie spielt eine Rolle.

Both: Natürlich. Sehen Sie, ich bin Pragmatiker. Meine Erfahrung aus der kommunalen Verbandsarbeit und Geschäftsmann sagt mir, dass man nicht ewig warten darf. Bis alle Expertisen gelesen sind, alle Fachleute zu Wort gekommen sind, ist die Entwicklung meist an einer Kommune vorbeigegangen. Um auf die Parkplätze zurück zu kommen: Ich sehe auch, dass viele Parkplätze durch Mitarbeiter oder den Inhaber selbst belegt sind. Ein Unding!

GewerbeReport: Ein Unding sind für manche Kommunen spezielle Förderprogramme gegen Leerstände. Was halten Sie von diesem Instrument?

Both: Viel, wenn es klug gemacht ist. Anschubfinanzierungen etwa durch Mietzuschüsse, wenn sie zeitlich begrenzt sind. Viel wichtiger sind mir aber andere Dinge,

und jetzt komme ich selbst zur Politik: Die Kommunen sind gehalten, für Sauberkeit und Ordnung zu sorgen. Warum bleiben Graffitis so lange an der Hauswand, der überfüllte Mülleimer, die sprichwörtliche Dreckecke ein Dauerzustand? Warum beauftragen die Ordnungsdienste ihre stets mit Knöllchenschreibern beschäftigten Kräfte nicht damit, solche Zustände im Stadtbild zu melden. Oder: Kommunale Gebührenordnungen z.B. für Stadt- oder Gemeindefeste. Warum nicht für Gewerbetreibende die entsprechenden Standgebühren senken? Das sind Impulse, die viele zu mehr Engagement bewegen können. Ein gelungenes Fest macht die Innenstadt lebendig. Das ist Werbung für die Stadt und für die Gewerbetreibenden.

GewerbeReport: Thema Werbung. Wie wollen Sie der Werbemacht der Discounter und Supermärkte begegnen?



Both: Durch Zusammenschlüsse, Werbegemeinschaften und einem klaren Bekenntnis gegen die Geiz ist geil-Strategien. Geist ist geil. Gute Beratung ist geil, sich um den Kunden kümmern. Das ist geil. Und es ist eine Stärke und Chance des kleinen Einzelhandels.

GewerbeReport: Das klang wie ein Schlusswort, aber noch eine Frage: Viele ihrer Forderungen gehen an die Politik, einige aber auch an die Kaufmannschaft selbst. Wie stellen Sie sich eine Zusammenarbeit zwischen beiden Interessengruppen vor?

Both: Das predige ich seit Jahr und Tag. Die Kaufmannschaft und das Gewerbe der Innenstädte müssen sich zusammenschließen, sich als Einheit mit gleichen Interessen begreifen. Das kann zusammen in Marketinggesellschaften oder aber in City Management-Vereinen stattfinden unter Hinzuziehung von Sponsoren, auch von größeren Unternehmen, die ein Interesse an der Prosperität des Standortes haben, beispielsweise die örtlichen Geldinstitute. Die Innenstädte müssen organisatorisch, werbemäßig und politisch aufrüsten, sonst gehen sie im Wettbewerb unter.

GewerbeReport: Herr Both wir danken Ihnen für das Gespräch.



(Quelle: Bilderbox.com)