



Auch so kann die Arbeit aussehen: IHK-Innenstadtberater Michael Rausch fragt bei einem Fahrradhändler nach, wie es läuft.

Fotos: war

Michael Rausch von der IHK berät

## Innenstadtberatung für kleinere Kommunen

**Städte lebenswert gestalten und zwar so, dass sie nicht nur die Gewerbetreibenden und Konsumenten unterstützen, sondern ein Wohlfühlklima bieten – das ist die Motivation eines Innenstadtberaters.**

Einer, der das macht, ist Michael Rausch. Er ist IHK-Innenstadtberater und damit verantwortlich für das gleichnamige Förderprojekt im Rahmen des Dialogprojekts „Handel 2030“. Hier werden Kommunen mit einer Einwohnerzahl zwischen 10.000 und 50.000 Einwohnern gefördert. Im Fokus stehen Einzelhändler und

Gastronomen, Handels- sowie Gewerbevereine, Cityinitiativen und Stadtmarketing, Citymanagement und Wirtschaftsförderung sowie die Stadtplanung.

### Kaufkraft ist entscheidend

Ziele sind, die Einkaufsstraßen zu beleben, die Aufenthaltsqualität in den Innenstädten aufzuwerten, digital sichtbar zu werden sowie Events mit Aktivierungscharakter und Sogwirkung für die angesprochene Bevölkerung zu entwickeln. „Die Erreichbarkeit in der Innenstadt ist wichtig. Die Mehrheit der Menschen kommt im Durchschnitt eher noch mit dem Auto, zehn Prozent

mit dem Rad, ebenso rund zehn Prozent mit der Bahn“, erläutert Rausch anhand von anschaulichen Beispielen. „Die Kaufkraft ist auch ganz entscheidend, um zu beurteilen, ob eine Innenstadt gut angelegt ist. Wenn es wenig Auswahl gibt, dann geht man eher woanders hin. Auch Aufenthaltsplätze, die sonnengeschützt sind oder Plätze, an denen man sich ausruhen kann und die dann die Leute anziehen, kommen gut bei den Menschen an.“

### Messung der besten Geschäftszeiten

Auf die Frage, wie man sich eine solche Innenstadtberatung im Detail vorstellen kann, antwortet Rausch: „Grobkonzept ist in aller Regel erstens der Innenstadt-Check, zweitens die Passanten-Frequenzmessung.“ Diese wird an fünf individuell definierten Messpunkten über den Zeitraum eines halben Jahres ausgeführt, um zu sehen, wie viele Menschen den Punkt aufsuchen. Über einen schwarzen Kasten, der sich im Schaufenster oder an einer nicht zugänglichen Stelle befindet, werden die Smartphones gezählt. Dadurch stellt man fest, wie viele Menschen, wann und zu welcher Jahreszeit durchlaufen. Mittels dieser Analyse lasse sich feststellen,

wann die besten Geschäftszeiten sind. Als drittes Instrument verwende man den Schaufenster-Check. „Dabei fragen wir uns: Sind die Grundvoraussetzungen gegeben – sehe ich das, wenn ich aus zehn bis 15 Metern Entfernung aus daran vorbeilaufe? Ist es gut ausgeleuchtet? Ist die Auslage überfüllt, erdrückt es? Gibt es Spinnweben?“

### Projekt wird gefördert

Seit Mai 2023 arbeitet er am Projekt, das sein Vorgänger gut sichtbar gemacht habe. Die Kommunen, der Gemeinderat und die Bevölkerung, die über die Presse informiert wird, arbeiten gut zusammen, wie zum Beispiel in Ettlingen. Nun hofft Michael Rausch, dass das Projekt, das u.a. vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus und dem Regionalverband Mittlerer Oberrhein gefördert wird, auch in Zukunft bestehen bleibt. (war)



In der Lounge lässt es sich gut arbeiten.

Mehr zur TRK:  
QR-Code scannen  
und weiterlesen



<https://lokalmatador.net/trk>