

WIE FINDET ZUKUNFT STADT?

Innovationspfade zur
belebten Innenstadt
im digitalen Zeitalter

Frank Rehme
18.03.2024



gmvteam
Geschäftsführer

METRO
vormals Head of
Innovation

**Mittelstand-
Digital
Zentrum
Handel**
Geschäftsführer

**Zukunft des
Einkaufens**
Geschäftsführer
Autor
Podcaster

**denkubator
Düsseldorf**
Projektentwickler

**KI Navi
Handel**
Konsortialführer

Immobilienkrise

Flüchtlingskrise

Pandemie

Ukrainekrieg

Crisis

Klimawandel

Inflation

Energiekrise

Eurokrise

LUDWIGSBURGER KREISZEITUNG

Dokumentarfilm - Uckeritz stellt Lebensweg von Migranten vor

Ausbildung - Immer weniger junge Menschen beginnen eine Lehre. Schulabgänger steigen eher zu einem Studium

Reutlinger General-Anzeiger

UNABHÄNGIGE TAGESZEITUNG FÜR REUTLINGEN

weisse Fleisch

Schwarzwälder Kreiszeitung

UNABHÄNGIGE TAGESZEITUNG FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG

Keine Fahrt ohne Wa...
...Pflicht durchsetzen? Schwarzfahren

Wieder Hoffnung - Hoffenheim rückt Augsburg auf die Pelle S.

RHEIN-NECKAR

FC Nöttingen feiert Derby Sieg beim TSV Grunbach.

Ein bisschen wie eine sehr alte Gitarre: Julian spielt Zither.

Die Kälte verkürzt die Spargelsaison. Bauern und Erntehelfer klagen

HEILBRONNER STIMME

Massiver Anstieg

touch "Time to say..."
Sonntag, 14. April 2013, um 10 Uhr

Die wilden Jahre sind vorbei: Joschka Fischer wird heute 65 Jahre alt.

Pforzheimer Zeitung

Freitag, 12. April 2013

THEMEN

Kampf der Plastiktüte

Die Bayern wollen den TVP

EU-Kommission empfiehlt Restabfuhr

Kaufkräftige Rentner - Wie die Wirtschaft um die Senioren buhlt (Seite 20)

Badische Zeitung

Freiburg im Breisgau - Freitag, 12. April 2013

Betrug mit Pferdefleisch

Besuch aus Indien

Heute mit TV-Magazin

STUTTGARTER NACHRICHTEN

Freitag, 12. April 2013

Offenburger Tageblatt

Guten Morgen!

Die unabhängige Zeitung für Baden-Württemberg

STUTTGARTER ZEITUNG

Freitag, 12. April 2013

Der Landtag senkt das Wahlalter

Freitag, 12. April 2013 1,40 Euro

SÜDWEST PRESSE

SCHWÄBISCHE DONAU

GEA Ambulante Pflege - Ein Vormittag mit Schwester Tina Kühn auf Versorgungstour durch Betzingen

Kultur - Die LTT-Dokumentation 'Global Players' zeigt die Schwärme von Moral in Zeiten der Globalisierung

Reutlinger General-Anzeiger

UNABHÄNGIGE TAGESZEITUNG FÜR REUTLINGEN



WAS IST ZUKUNFT?





**DIE KRAFT
DER
VISION**

WIR BRAUCHEN MEHR MUTANFÄLLE





WIR BRAUCHEN MEHR

MACHANFÄLLE

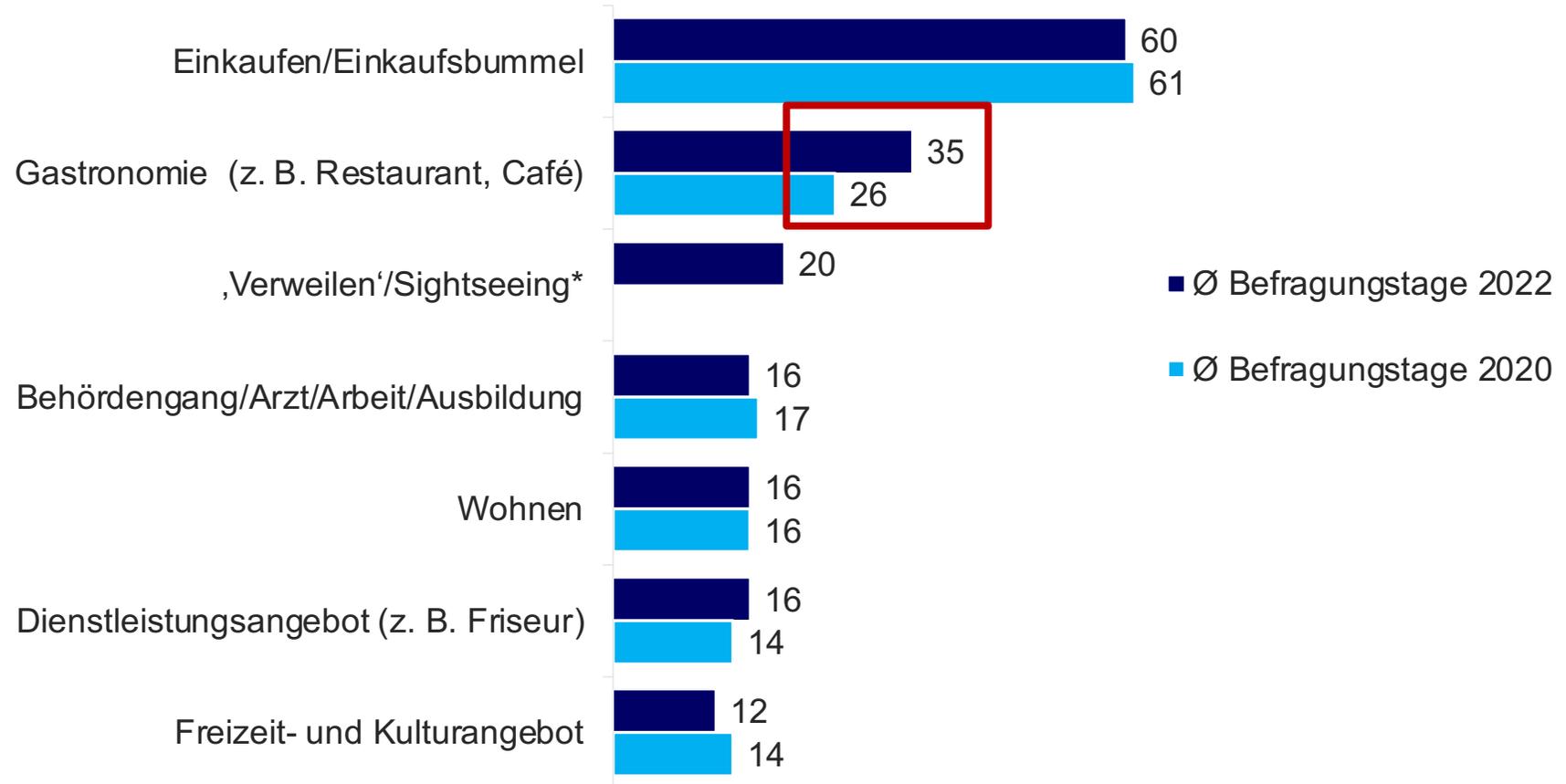


**Der Handel hat seine
Haupt-Magnetwirkung
für die Innenstadt verloren.**

**Er bleibt aber immer
noch ein Treiber!**

Studie Vitale Innenstädte: Besuchsmotive im Zeitvergleich

Gastronomie gewinnt deutlich an Relevanz, wenn es um den Besuch einer Innenstadt geht.



FRAGE Warum sind Sie heute in der Innenstadt? Angaben in %

Mehrfachnennungen möglich; n = 68.651 in 111 Innenstädten (2020: 107 Städte mit 57.863 Interviews), bei Zeitvergleichen ist zu beachten, dass sich teilnehmende Städte

INFO bisweilen unterscheiden und 2020 besondere Rahmenbedingungen galten

*Das Item „Verweilen“/Sightseeing wurde 2020 nicht einzeln abgefragt



**eCommerce ist nicht
verantwortlich für Leerstände
in Innenstädten.**

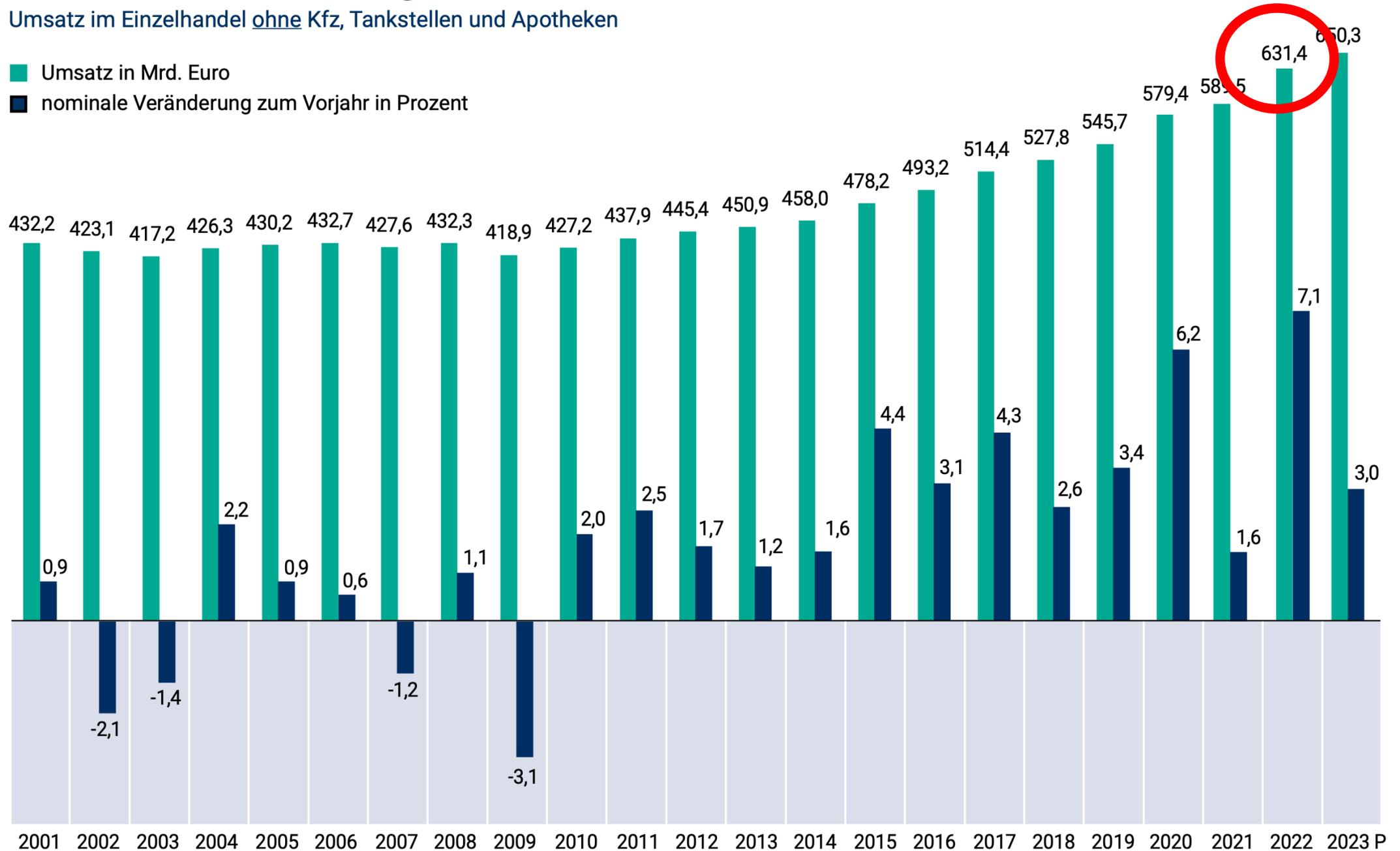
**Fehlende Parkplätze
übrigens auch nicht.**

Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne 2001–2023

Umsatz im Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen und Apotheken

■ Umsatz in Mrd. Euro

■ nominale Veränderung zum Vorjahr in Prozent



E-Commerce (B2C) 2001 – 2022

in Mrd. Euro



Weitere Informationen zum Online-Handel unter
www.einzelhandel.de/Online-Monitor

13,4 % Umsatzanteil



Stichwort Mobilitätswende



Das Institut für transformative Nachhaltigkeitsforschung in Potsdam (IASS) befragten rund 2.000 Kundinnen und Kunden sowie 145 Einzelhändler:innen und verglich internationale Studien:

Wie ist die Wahrnehmung der Händlerschaft vs. Realität?

Das Auto spielt eine untergeordnete Rolle

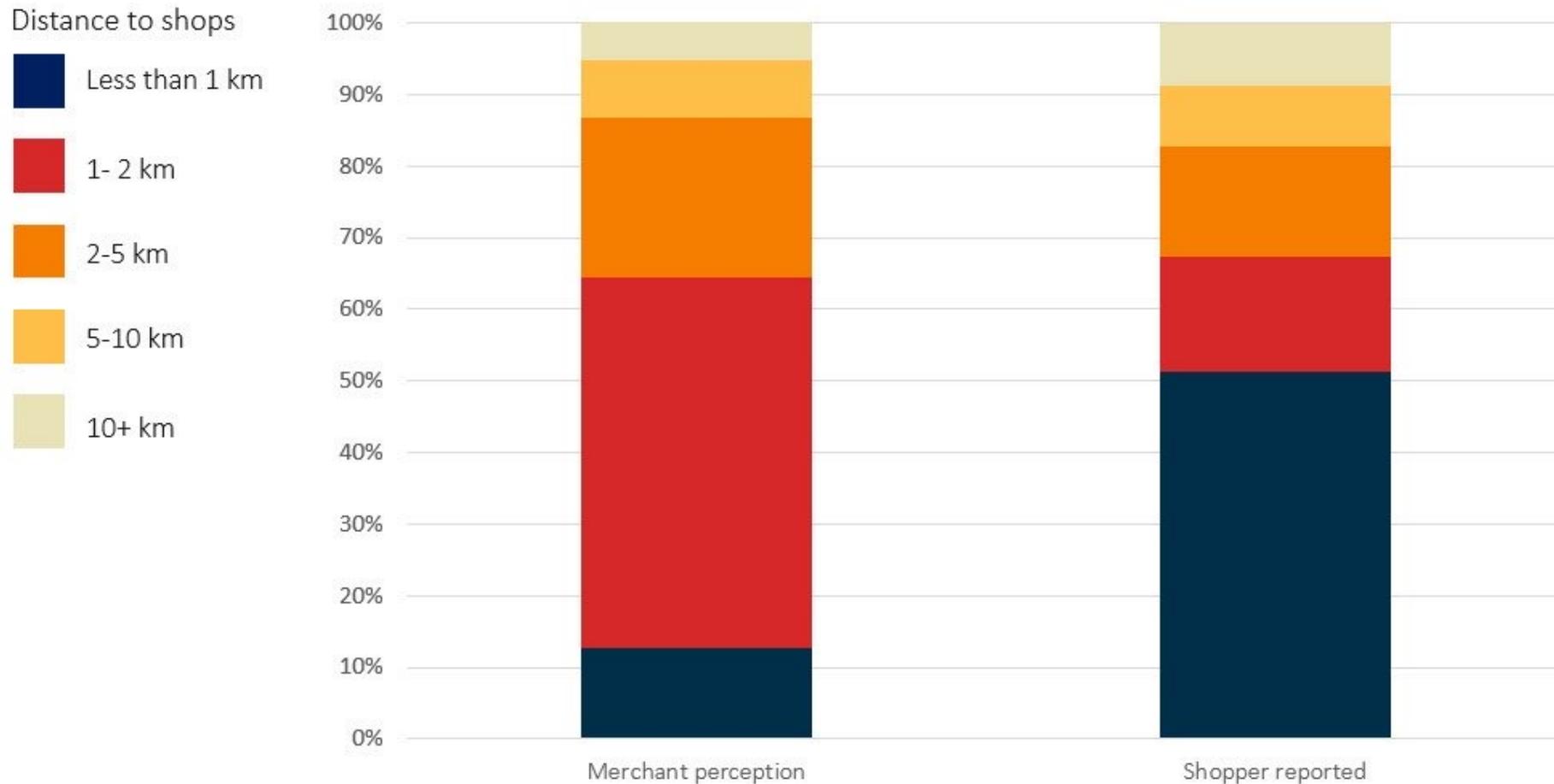
Trader perception of mobility behavior
vs.
shopper reported mobility behavior



Wie erreicht man die Innenstadt?

Der Kunde lebt in der Nachbarschaft

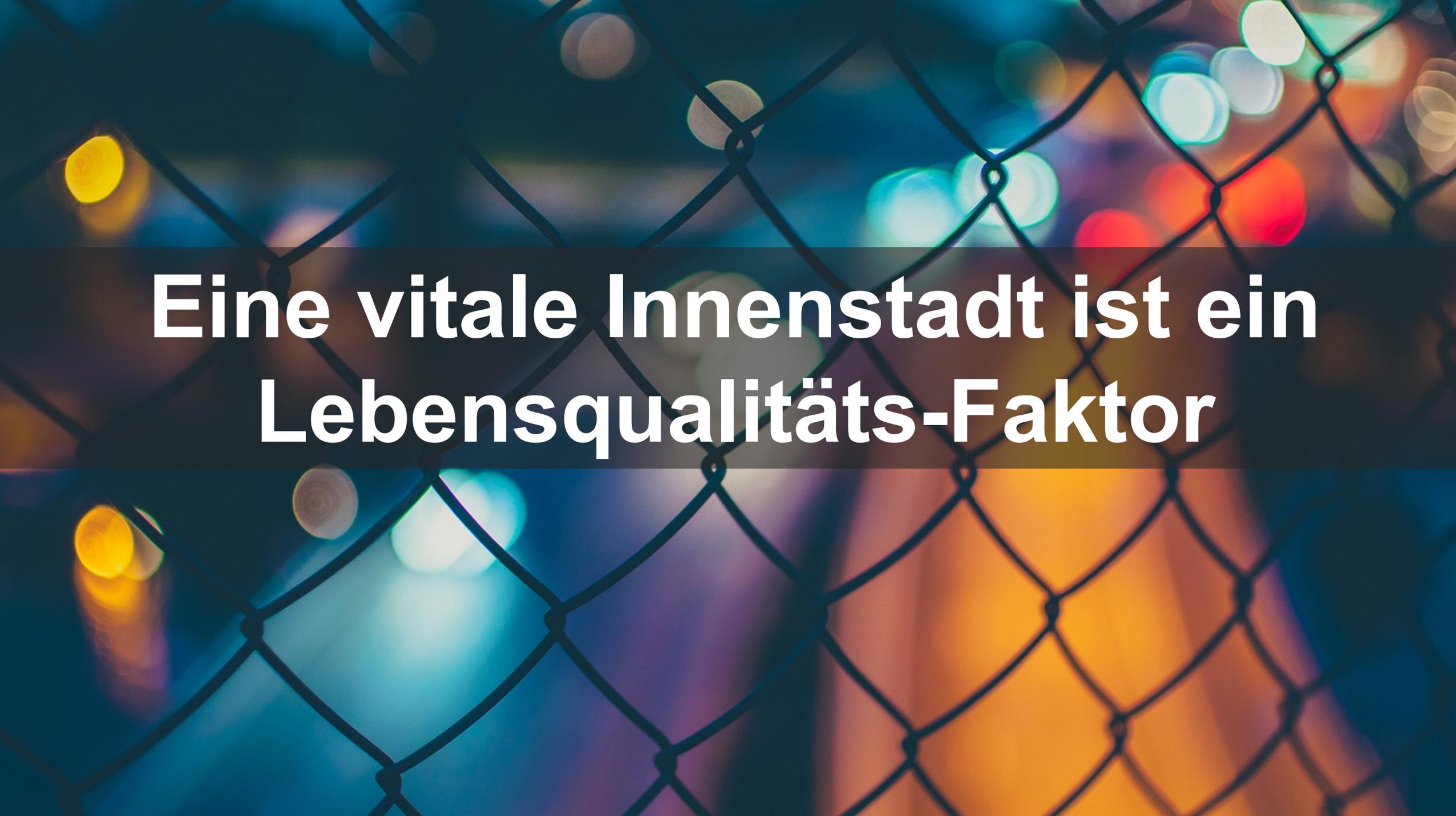
Trader perception of shopper distance from shops vs. shopper reported distance



Welche
Strecke
legt man
zurück?

Wenig Frequenz durch Autos, geringer Anteil

	Modal share	Average number of visits per week
Transit	26.06%	2.86
Car	6.58%	2.80
Bicycle	14.64%	3.78
Foot	52.08%	4.97
Other	0.59%	3.35



**Eine vitale Innenstadt ist ein
Lebensqualitäts-Faktor**

A group of five diverse students in blue school uniforms are smiling and holding up a large black sign. The sign has white chalk text that reads "We are the future". The students are of various ethnicities and are all looking towards the camera with positive expressions. The background is a blurred outdoor setting with green foliage.

Die Stadt muss neue Zielgruppen ansprechen

We are
the
future

Beispiel Kevelaer

Bürgermeister
Dr. Dominik Pichler





Neue Handelsformate bereichern die Stadt





Glossier



PAINT n POUR

paint n pour

ENTRANCE

EL



paint pour

SLIDE

SLIDE



WU-TANG



The background features a close-up of green grass blades with several clear dew drops. The scene is illuminated from above, creating a bokeh effect of soft, out-of-focus light spots in shades of yellow and green. A dark, semi-transparent horizontal band is positioned across the middle of the image, serving as a backdrop for the text.

**Eine vitale Innenstadt
ist ein Standortfaktor**

**Die Stadt muss neuen
Freizeitwert bieten**



**Die Stadt braucht
Aufenthaltsqualität**

Aufenthaltsqualität ist Trumpf!

BUNDESWEITES ERGEBNIS: Sowohl für Ältere als auch Jüngere sind Aufenthaltsqualität, Stadtgestaltung, touristische Attraktivität, Erlebniswert und Einzelhandel die Top-Treiber für Weiterempfehlungen.



Info Zusammenhänge (Korrelationen) zwischen der durchschnittlichen Benotung der Einzelmerkmale (Schulnoten, 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend) und dem Skalenwert der Weiterempfehlungsbereitschaft (0 = äußerst unwahrscheinlich bis 10 = äußerst wahrscheinlich)
 n = 68.651 in 111 Innenstädten; *Zusammenfassung der Items „Gebäude/Fassaden“, „Wege, Plätze, Sitz- und Verweilmöglichkeiten“ & „Grünflächen/Stadtbegrünung“



DAS IST EINE LIEGEWIESE.





Das ist Gold wert: Der Selfie Point





**Jede Stadt braucht ein
GELEBTES
Zielbild**

Beispiel: Wen interessiert ein nasser Acker?





tagesschau (24)



Mehr Informationen auf [tagesschau.de](https://www.tagesschau.de), in der tagesschau-App und in der ARD Mediathek

Anlass + Ort + Zielbild





Gemeinde
Wacken



Liebe Freunde der Gemeinde Wacken und Fans des Wacken-Open-Airs,
ab sofort bieten wir Ihnen gemeinsam mit den Organisatoren des Wacken-Open-Airs die einzigartige
Möglichkeit, sich mit einer persönlichen eMail-Adresse mit Wacken und dem W:O:A zu identifizieren!

Werden Sie jetzt Mitglied der HeavyMetal-Gemeinde Wacken und sichern Sie sich Ihre persönliche
Wacken FanMail-Adresse nach dem Muster DeinName@wacken.de für nur 0,99 € / Monat.

Natürlich sind alle Funktionen eines modernen e-mail-clients wie Postfach, Terminkalender und
Adressbuch dabei und zusätzlich noch weitere einzigartige Spezialfunktionen wie beispielsweise
einen aktuellen Wetterbericht aus der Metal-Hauptstadt Wacken oder den Newsfeed von
www.wacken.com, welcher Sie immer auf dem neuesten Stand hält.

Ihre Vorteile von Wacken.de Fanmail im Überblick

- einzigartige E-Mail Adresse DeinName@wacken.de
- 1GB Speicher für Deine E-Mails und Dateien im Online-Speicher
- Email-Anhänge bis zu 100 MB (zum Beispiel für Musik und Pics)
- mobile Nutzung auf dem Smartphone via POP3 & IMAP
- 1A Spam- & Virenschutz

Die eMail-Adressen können Sie [hier](#) auf der gesonderten Seite kostenpflichtig registrieren.





Weltweiter Trend:

**Von der autozentrierten Stadt
zur menschenzentrierten Stadt**





HOTEL



DOLLS

D&K Coiffure

Boulevard Poinsonne



PARIS
TRAVAUX
RUE LA PAVETTE



Menschengerecht statt autogerecht







WERDE MIT LUST ZUM

A close-up photograph of a hand holding a small, round, red glittery button. The button has the text "I'M A WINNER" printed on it in white, bold, capital letters. The hand has white nail polish. The background is a blurred image of a person's face, suggesting a celebratory or motivational context.

**I'M
A
WINNER**

MORGENMACHER!

Und nochmal



zur Erinnerung:





KONTAKT

FRANK REHME

M +49.160.947 059 75

frank.rehme@gmvteam.de