

Herausforderungen und Chancen Detailhandel Innenstadt Bern



Spitalgasse mit Sicht Richtung Käfigturm, 3011 Bern (Quelle: Bernhard Eicher)

Angangslage und Problemstellung

Der Detailhandel in den Schweizer Innenstädten steht stark unter Druck. Galt er in den vergangenen Jahrzehnten als Magnet und damit Garant für eine belebte Innenstadt, ist seit einigen Jahren dessen Strukturwandel ein viel diskutiertes Thema in den meisten Schweizer Städten. So verfasste u. a. die Metropolankonferenz Zürich 2019 eine umfassende Studie¹ dazu, der Wirtschaftsraum Bern widmete ihm im selben Jahr eine ganze Ausgabe seines Magazins² und der Schweizerische Städteverband befasste sich an einer Tagung mit ihm³.

Aufgrund der beiden ganzen oder teilweisen Lock-Downs während der Corona-Pandemie 2020/2021 könnte der Strukturwandel zusätzlich beschleunigt werden. Entsprechend soll die vorliegende Studie Reaktionsmöglichkeiten auf diesen Wandel beleuchten und mittels Literaturrecherche sowie Experteninterviews nachfolgende Fragestellungen beantworten⁴:

1. Welche Entwicklungen sind für den Detailhandel in Berns Innenstadt eine Herausforderung?
2. Welche Entwicklungen sind für den Detailhandel in Berns Innenstadt eine Chance?
3. Welche Rolle nimmt dabei die Logistik ein?
4. Wie kann sich der Detailhandel positionieren, um auch künftig bestehen zu können?
5. Wie kann die Stadt Bern den Detailhandel bei dieser Positionierung unterstützen?

1. Herausforderungen Detailhandel

Als erstes gilt es festzustellen, dass Strukturwandel nicht gleichbedeutend mit generellem Umsatzrückgang im Detailhandel ist. Dies wird durch Abbildung 1 verdeutlicht.

So lässt sich der Umsatzrückgang primär im Non-Food-Bereich feststellen. Wobei auch dieser stark branchenabhängig ist. Während Detailhändler in den Branchen Freizeit und Heimelektronik ein jährliches Wachstum von mehreren Prozent verzeichnen können, sind Anbietende im Bereich Bekleidung/Schuhe mit einem massiven Umsatzrück-

gang konfrontiert. Der Gesamtumsatz im Detailhandel betrug 2019 CHF 91.7 Mia. und 2020 CHF 93.7 Mia.⁵

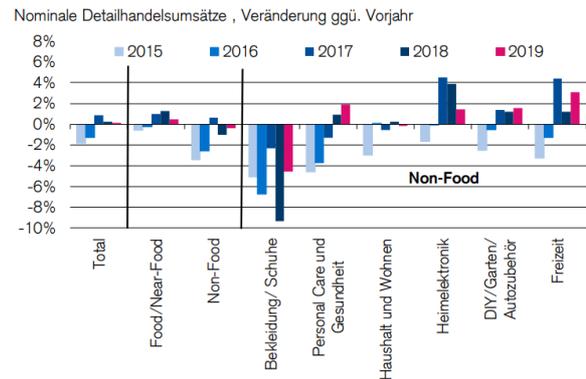


Abbildung 1: Veränderung Detailhandelsumsätze⁶

Als Herausforderungen dieses Strukturwandels werden von den befragten Expertinnen und Experten⁷ insbesondere aufgeführt:

- Konkurrenz durch Online-Handel
- Konkurrenz durch grosse Einkaufszentren
- Verkehrssituation Innenstadt

Das starke Wachstum des Online-Handels, welcher einen Umsatzanstieg von CHF 4.7 Mia. im Jahr 2008 auf CHF 13.1 Mia. im Jahr 2020 verzeichnet⁸, wird von allen Expertinnen und Experten sowie von den bereits zitierten Studien als zentrale Triebfeder des Strukturwandels genannt. Und die Befragten gehen davon aus, dass die (Teil-)Lock-downs 2020/2021 aufgrund der Corona-Krise dieses Wachstum nochmals massiv begünstigen.

Die grossen, für den öffentlichen sowie individuellen Verkehr gut erschlossenen Einkaufszentren werden ebenfalls für den Strukturwandel des Detailhandels in den Innenstädten verantwortlich gemacht. Inwieweit die Zentren aber auch künftig als starke Konkurrenz zu den Innenstadtgeschäften anzusehen sind, wird unterschiedlich beurteilt. Auf der einen Seite sind seit Jahren immer wieder Berichte über den Niedergang der aus den USA stammenden «Shopping-Mall-Kultur» und dessen

¹ Metropolankonferenz Zürich (2019). Strukturwandel im Detailhandel. Handlungsempfehlungen für den Metropolitanraum Zürich. Zürich: Metropolankonferenz Zürich.

² Wirtschaftsraum Bern (2019). Mission Possible – So schafft der Detailhandel den Strukturwandel. BernPunkt. Das Magazin für Stadt und Region Bern, 22/2019.

³ Medienmitteilung des Schweizerischen Städteverbands vom 5. September 2019. Innenstädte unter Druck: Den Wandel als Chance nutzen.

⁴ Im Fokus der Studie steht nicht der Strukturwandel an sich oder dessen Sinnhaftigkeit, sondern die Frage, wie der innenstädtische Detailhandel sowie die öffentliche Hand darauf reagieren können.

⁵ Statista, URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/284077/umfrage/umsatz-im-detailhandel-in-der-schweiz>.

⁶ Credit Suisse (2020). Retail Outlook. «Flexible Retail» auf dem Vormarsch, S. 8.

⁷ Vgl. Erläuterung Methodik auf S. 4.

⁸ Statista, URL: <https://de.statista.com/themen/2868/e-commerce-in-der-schweiz>.

negative Auswirkung auf die Schweizer Einkaufszentren zu lesen⁹. Auf der anderen Seite wurden in den vergangenen Jahren in der Schweiz nach wie vor neue Einkaufszentren gebaut: existierten im Jahr 2010 noch rund 110 Einkaufszentren, bestehen seit 2020 fast 200 Zentren¹⁰.

Die Verkehrssituation Berns wurde von den meisten Expertinnen und Experten ebenfalls als Herausforderung genannt. Als problematisch werden insbesondere die in engen Grenzen gehaltenen Möglichkeiten zur Warenanlieferung sowie die politisch gewollte Reduktion des motorisierten Individualverkehrs für Berns Innenstadt gesehen. Letzteres, weil dadurch ein gewisses Potenzial an Kunden verloren geht, welche sich aufgrund der für sie unattraktiven Erreichbarkeit der Berner Innenstadt dann anderweitig mit den benötigten Produkten eindecken (z. B. über Einkaufszentren oder Online-Handel). Diese Experteneinschätzung deckt sich auch mit der Positionierung der lokalen Wirtschaftsverbände¹¹.

Zwischenfazit: Als Herausforderung für den innenstädtischen Detailhandel können insbesondere die Konkurrenz durch den Online-Handel (Umsatzwachstum von CHF 4.7 Mia. 2008 auf CHF 13.1 Mia. 2020) und grosse Einkaufszentren (Anstieg von 110 Zentren 2010 auf 200 Zentren 2020) sowie die Verkehrssituation (insbesondere enge Grenzen betreffend Anlieferung) angesehen werden.

2. Chancen für den Detailhandel

Der Strukturwandel stellt den innenstädtischen Detailhandel aber nicht nur vor Herausforderungen, er bietet – zumindest für gewisse Branchen – auch Chancen. Die befragten Expertinnen und Experten sehen insbesondere nachfolgende Chancen:

- Sinkende Mietpreise für Verkaufsflächen
- Kundenbedürfnis nach «Customer Experience»
- Kundenbedürfnis nach Regionalität und Nachhaltigkeit

Sinkende Mietpreise für Verkaufsflächen werden von den Expertinnen und Experten als Chance gesehen, da dies für bestehende Detailhändler mittelfristig tiefere Fixkosten bedeutet und Potential für

die Neu- oder Wiederansiedlung zusätzlicher Betriebe – sei es Detailhandel, Gastronomie oder Kultur – sowie Wohnungen bietet. Auch wenn das Argument sinkender Mietpreise durch Studien tendenziell bestätigt wird, gilt es dieses in zwei Punkten zu relativieren: Erstens lässt sich bei Betrachtung der durchschnittlich verlangten Angebotsmieten zurzeit noch keine massgebliche Reduktion feststellen. Wie in Abbildung 2 ersichtlich, sanken die durchschnittlichen Angebotsmieten für Verkaufsflächen in den Jahren 2012 bis 2016 zwar um ca. 10 Prozent, seither haben sich diese aber wieder stabilisiert. In Bern betrug die durchschnittliche Angebotsmiete Mitte 2020 CHF 380 pro m² (Spitzenmiete CHF 2'100 pro m²), die Leerstandsquote für Verkaufsflächen betrug 0.3 Prozent¹². Und zweitens sind bestehende Detailhändler i. d. R. an 5 bis 10-jährige Mietverträge gebunden, allfällige Preisreduktionen führen für sie erst mit einer zeitlichen Verzögerung zu tieferen Fixkosten.

Entwicklung der Angebotsmieten (Index 1. Quartal 2010 = 100)

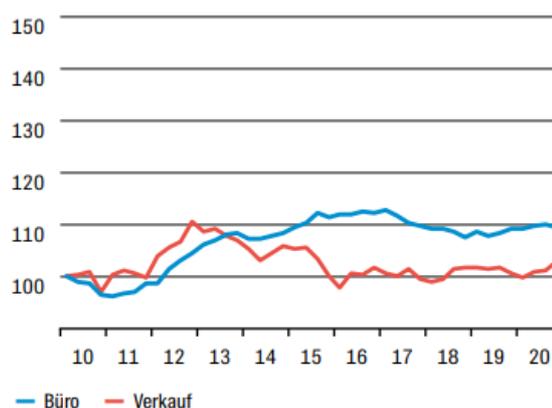


Abbildung 2: Angebotsmieten Büro- und Verkaufsflächen¹³

Das genannte Bedürfnis nach «Customer Experience» kann als Kontrastpunkt zum Online-Handel und somit ebenfalls als Chance für den innerstädtischen Detailhandel gesehen werden. Stehen bei Letzterem Einfachheit und Bequemlichkeit im Vordergrund, soll aus Kundensicht der Gang in die Innenstadt zum Erlebnis werden. Dieses Bedürfnis bietet gerade für Klein- und Fachgeschäfte die Chance, sich mit überdurchschnittlich gutem Service vom onlinegetriebenen und anonymisierten

⁹ Z. B. Neue Zürcher Zeitung (2017). Die Umsätze der Shoppingcenter brechen ein: Weshalb derzeit trotzdem für 450 Millionen Franken die Mall of Switzerland gebaut wird. Von Flurin Clalüna, erschienen am 8.9.2017 oder Der Spiegel (2020). Sterbende Malls. Der Niedergang des amerikanischen Shoppingtraums. Von Ines Zöttl, erschienen am 5.12.2020.

¹⁰ Statista, URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/153868/umfrage/umsatz-der-fuehrenden-shopping-center-in-der-schweiz>.

¹¹ Berner Wirtschaftsverbände (2018). Aufbruch Bern. Programm für ein wirtschaftsfreundliches Bern (2019-2022). Ein Positionspapier vom Handels- und Industrieverein des Kantons Bern Sektion Bern, dem Gewerbeverband KMU Stadt Bern, BernCity, den Berner Arbeitgeber sowie dem Hauseigentümerverband Bern & Umgebung.

¹² Wüestpartner (2021). Immobilienmarkt Schweiz 2021|1.

¹³ FN 12, S. 4.

Grosshandel zu differenzieren¹⁴. Im Zentrum soll dabei die «Customer Journey» stehen, d. h. die einzelnen Prozessschritte, welche ein Kunde bis zum Kaufentscheid durchläuft¹⁵. Berns Innenstadt hat dank ihrer historisch wertvollen Kulisse beste Voraussetzungen, ein ansprechendes Kundenerlebnis zu generieren.

Schliesslich kann das zumindest bei einem Teil der Kundschaft gestiegene Bedürfnis nach regionalen und nachhaltigen Produkten sowie Dienstleistungen ebenfalls als Chance für Klein- und Fachgeschäfte gesehen werden. Dieses Bedürfnis wird auch als «Localism» zusammengefasst. Als treibende Kraft hierfür kann primär die höhere gesellschaftliche Gewichtung der Themen Nachhaltigkeit, Solidarität, Sicherheit und Heimatliebe genannt werden¹⁶.

Zwischenfazit: Der Strukturwandel bietet auch Chancen für den innenstädtischen Detailhandel. So ist – mindestens mittelfristig – von sinkenden Mietpreisen für Verkaufsflächen auszugehen, was zu einer Senkung der Fixkosten für bestehende Detailhändler führt und Berns Innenstadt für innovative Unternehmen finanziell attraktiver macht. Weiter verbreitert sich dank dem Trend «Localism» für Anbietende von lokalen und nachhaltigen Produkten/Dienstleistungen die potenzielle Kundschaft. Und schliesslich hat Berns Innenstadt gute Voraussetzungen, um den Kundinnen und Kunden eine ansprechende «Customer Experience» zu bieten.

3. Logistik: Entscheidende Rolle

Häufig unterschätzt, aber für den Detailhandel äusserst wichtig, ist die Logistik. Diese befindet sich ebenfalls in einem starken Wandel. Die Herausforderung der sich verändernden Verkehrssituation in der Stadt Bern, insbesondere betreffend Anlieferung, wurde unter Ziff. 1 bereits erläutert. Das Thema Logistik ist aber viel umfassender: neben der verkehrstechnischen Erreichbarkeit stehen auch Fragen der Bündelung von Warentransporten sowie der Optimierung von Lagerflächen im Zentrum.

Auf nationaler Ebene fällt hierzu insbesondere das Vorhaben Cargo Sous Terrain (CST)¹⁷ auf. Mit diesem soll mittel- bis langfristig ein Gesamtlogistiksystem für den flexiblen, umweltschonenden Transport kleinteiliger Güter unter Tag geschaffen

werden. Bis 2031 soll hierzu eine erste unterirdische Teilstrecke von ca. 70 Km zwischen Härkingen-Niederbipp und Zürich realisiert werden. Bis im Jahr 2050 sollen dann alle grösseren Städte sowie zentrale Logistikbasen unterirdisch miteinander verbunden sein. Weiter soll in jeder Stadt eine feingliedrige Citylogistik zwecks umweltschonender, oberirdischer Feinverteilung der Güter aufgebaut werden. Im Verwaltungsrat der gleichnamigen CST AG sind u. a. Vertreterinnen und Vertreter von Post, SBB, Swisscom, Migros, Coop, Credit Suisse, Zürcher und Basellandschaftlicher Kantonalbank sowie Mobiliar und Helvetia Versicherungen engagiert¹⁸.

Auf städtischer Ebene besteht das Konzept Stadtlogistik Bern. Ziel des Konzepts ist es, die Rahmenbedingungen für den Aufbau einer nachhaltigen Logistik in Bern optimal zu gestalten. Hierzu sollen insbesondere folgende Massnahmen umgesetzt werden: Pflege des Stakeholder-Dialogs, Überprüfung bestehender Logistikflächen auf kooperative Nutzungsformen, Berücksichtigung von Warenübergabesystemen bei Arealplanungen, Förderung von Cargo-Bike Sharing und Quartierhubs, Prüfung eines Mikro-Hubs am Stadtrand, Erstellung Ladeinfrastruktur für E-Fahrzeuge, Prüfung Sonderrechte und Ausnahmeregelungen für stadtverträgliche Fahrzeuge, Vergabe städtischer Logistikaufträge an Anbieter mit stadtverträglichen Fahrzeugen, Planung von ausreichend Ladeflächen bei Verkehrskonzeptionen, vermehrte Überwachung des Parkraums sowie Sicherung von Flächen als Logistik-Hubs. Als erste Schritte zur Umsetzung des Konzepts wurde eine Kooperation mit CST eingegangen, die Stelle eines Logistikverantwortlichen der Stadt Bern geschaffen und das Projekt SMARGO – Shared Micro Cargo gestartet¹⁹.

Zwischenfazit: Eine effiziente Logistik spielt nicht nur im Online-Handel, sondern auch beim stationären Handel eine wichtige Rolle. Hierbei ist insbesondere das nationale Vorhaben Cargo Sous Terrain (CST) mit namhaftem Engagement aus der Privatwirtschaft für den innerstädtischen Detailhandel bemerkenswert. CST bündelt wichtige Player in der Logistikbranche und will in den nächsten Jahren lokale Logistik-Hubs aufbauen sowie mittelfristig die grossen Städte mit einem unterirdischen Logistiknetz verbinden. Weiter setzt sich auch die Stadt Bern mit der Thematik auseinander.

¹⁴ Spengler Christoph (2019). Die Customer Journey zum Serviceparadies machen, URL: www.accelerom.com/die-customer-journey-zum-serviceparadies-machen.

¹⁵ Folstad Asbjorn, Kvale Knut (2017). Customer journeys: a systematic literature review. Journal of Service Theory and Practice, 28 (2), 196-227.

¹⁶ Horizont (2020). Localism. Ein Marketingtrend, fünf Treiber. Von Magnus Gebauer, erschienen am 20.7.2020.

¹⁷ Cargo Sous Terrain (2021), URL: www.cst.ch.

¹⁸ Cargo Sous Terrain (2021), URL: www.cst.ch.

¹⁹ Mobilitätsakademie TCS Bern, LNC LogisticNetwork Consultants GmbH (2020). Konzept Stadtlogistik Bern. Erstellt im Auftrag des Amts für Umweltschutz Stadt Bern.

4. Künftige Positionierung Detailhandel

Wie soll nun der innenstädtische Detailhandel auf die beschriebenen Herausforderungen und Chancen reagieren? Die befragten Expertinnen und Experten sehen den Erfolg des Detailhandels in der Differenzierung, insbesondere mittels folgender Massnahmen:

- Schaffung von Nischenangeboten
- Schaffung von Kundenerlebnissen im eigenen Geschäft
- Gemeinsame Organisation von Events
- Gemeinsame Online- und Logistikplattform

Der Trend zu vermehrtem «Localism» kann genutzt werden, um sich mit Nischenangeboten vom onlinegetriebenen Massengeschäft zu differenzieren. Der Begriff «Nische» bezieht sich hierbei nicht ausschliesslich auf die Produktart, sondern auch auf das Serviceangebot. Kompetente Fachberatung und unkomplizierte Reparaturmöglichkeiten beispielsweise werden von vielen Kundinnen und Kunden sehr geschätzt; und dies kann der Onlinehandel in absehbarer Zukunft nicht bieten.

Weiter sollte der Gang in die Innenstadt zu einem Erlebnis werden. Dies bedingt selbstredend, dass die einzelnen Geschäfte um obenerwähnten Kundenservice bemüht sind und ihre Produkte zeitgemäss präsentieren. Für ein umfassendes Kundenerlebnis braucht es in Berns Innenstadt aber auch ein vielfältiges Gastronomieangebot, genügend Fläche zum Flanieren und Verweilen sowie ein breites Kultur- und Freizeitangebot. Dann besteht ein genügend hoher Anreiz für potenzielle Kundinnen und Kunden, ihre Freizeit in Berns Innenstadt zu verbringen. Abgerundet werden kann das Kundenerlebnis mit speziellen Innenstadt-Events. Hierbei muss es sich nicht immer um ein Stadtfest handeln, auch kleinere und subtilere Events können von Nutzen sein.

Schliesslich empfehlen die Expertinnen und Experten, nicht ausschliesslich auf den stationären Verkauf zu setzen. Letzten Endes sollen auch Kundinnen und Kunden, welchen «Localism» wichtig ist die Möglichkeit erhalten, gewisse Produkte und Dienstleistungen online anzusehen und zu bestellen. Hierfür erscheint die Prüfung einer gemeinsamen Online- und Logistikplattform der Berner Innenstadtgeschäfte zielführend. Im Rahmen des Projekts "Perspektive Detailhandel Innenstadt"²⁰ wurde mit der Plattform "Schoufänsterle"²¹ unter der Federführung von Berncity bereits ein erster Versuch unternommen.

²⁰ Synergo Mobilität-Politik-Raum GmbH (2021). Perspektive Detailhandel Innenstadt Bern, im Auftrag der Stadt Bern und von Berncity.

²¹ URL: <https://schoufaensterle.lieberinbaern.ch>.

Zwischenfazit: Die Innenstadtgeschäfte können sich insbesondere durch Differenzierung einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Die Differenzierung kann über eigene Nischenangebote, eine ansprechende Verkaufsumgebung sowie mittels gemeinsam organisierter Innenstadtevents erfolgen. Weiter empfiehlt sich die Weiterführung des Aufbaus einer gemeinsamen Online- und Logistikplattform, dies in Ergänzung zum stationären Angebot.

5. Unterstützungsmöglichkeiten Stadt Bern

Die unter Ziff. 4 ausgeführte Differenzierung der Innenstadtgeschäfte können diese aber nur mit Unterstützung der Stadt Bern konsequent umsetzen. Die befragten Expertinnen und Experten sehen hierfür insbesondere folgende Möglichkeiten:

- Unterstützung bei innenstädtischen Events
- Flexibilisierung der Ladenöffnungszeiten
- Vereinfachung Baubewilligungsverfahren
- Unterstützung beim Aufbau einer gemeinsamen Online- und Logistikplattform
- Sicherung Zugang Innenstadt für alle Verkehrsteilnehmenden

Die Stadt Bern kann den Detailhandel bei der Kreierung eines Kundenerlebnisses insbesondere in drei Bereichen unterstützen. Erstens sollte sie vom Gewerbe resp. von Privaten geplante Innenstadtevents grundsätzlich bewilligen und von den städtischen Gebühren befreien. Auch könnten künftig innovative Innenstadtanlässe aus Gewerbekreisen analog der Kulturförderung (z. B. Buskers)²² mit gewissen finanziellen Beiträgen unterstützt werden.

Zweitens sollte die Stadt Bern alle Bestrebungen zur Flexibilisierung der Ladenöffnungszeiten unterstützen. Wichtig hierbei: Im Zentrum steht keine generelle Verlängerung, sondern eine Flexibilisierung. Die Innenstadtgeschäfte sollen sich i. S. der «Customer Experience» den Bedürfnissen ihrer Kundschaft anpassen können. So stellten mehrere Befragte fest, dass der Bernische Abendverkauf am Do. rückläufige Kundenfrequenzen verzeichnet, der Verkauf am Samstagnachmittag aber immer mehr frequentiert wird. Ein Verzicht auf den Abendverkauf kombiniert mit längeren Öffnungszeiten am Samstagnachmittag könnte deshalb prüfungswert sein. Würden dem Detailhandel am Samstag längere Öffnungszeiten erlaubt, könnte dies zudem für Gastro- und Kulturbetriebe interessant sein. Potenzielle Kundinnen und Kunden könnten dann vermehrt den ganzen Samstag

²² Welche kulturellen Angebote seitens Stadt Bern mittels mehrjähriger Leistungsverträge gefördert werden, ist abrufbar unter der URL: www.bern.ch/themen/kultur/kulturhaeuser-mit-mehrjahresvertrag.

(Nachmittag und Abend) in Berns Innenstadt verbringen.

Drittens sollten auch die Baubewilligungsanforderungen- und -verfahren – soweit in städtischer Kompetenz – vereinfacht werden. Dies gilt insbesondere bezüglich Auflagen seitens Denkmalpflege. Der Erhalt der bestehenden Bausubstanz ist zwar ein berechtigtes Anliegen, im Baubewilligungsprozess letztlich aber gegenüber anderen, ebenso berechtigten Anliegen (z. B. Wirtschaftlichkeit, Kundenbedürfnisse) abzuwägen. Denn gemäss Expertinnen und Experten entspricht die Bausubstanz in Berns Innenstadt vielerorts nicht mehr den heutigen Kundenbedürfnissen. Es sollte deshalb künftig wieder vermehrt möglich sein, zumindest beim Innenausbau die Bausubstanz dem aktuellen Zeitgeist anpassen zu können.

Weiter sollte die Stadt Bern alle Bemühungen zum Aufbau einer Online- und Logistikplattform für Berns Innenstadtgeschäfte unterstützen. Der Lead sollte aber klar bei den privaten Initianten liegen. Sie verfügen über das geeignete fachliche Know-how und über die notwendige Erfahrung. Hierbei kommt *Berncity*, Berns Innenstadtvereinigung, beim Aufbau der bereits genannten Onlineplattform, welche mit den Such- und Bezahlmöglichkeiten internationaler Online-Portale mithalten kann, als Koordinatorin eine wichtige Rolle zu. Für den Aufbau der hierfür ebenfalls notwendigen Logistikplattform ist CST zu gewinnen. CST bringt die hierfür nicht nur die notwendige Expertise mit, sondern gewährt auch die Anschlussfähigkeit an das geplante nationale Logistiknetzwerk.

Schliesslich sollte darauf geachtet werden, dass sämtliche Verkehrsteilnehmenden Zugang zu Berns Innenstadt haben. Dies gilt in besonderem Masse für die auch in den nächsten Jahrzehnten notwendige Anlieferung. Allerdings sollte der Verkehr vermehrt so organisiert werden, dass eine ansprechende «Customer Experience» möglich wird.

Zwischenfazit: Die Stadt Bern kann die Innenstadtgeschäfte bei der Nutzung ihrer Chancen vielfältig unterstützen. Dies insbesondere durch einfache Genehmigung und evtl. Unterstützung gemeinsam geplanter Events, eine Flexibilisierung der Ladenöffnungszeiten und eine Vereinfachung der Baubewilligungsanforderungen und -verfahren. All dies unterstützt den Detailhandel in seinen Bestrebungen, den Kundinnen und Kunden in Berns Innenstadt ein spannendes Erlebnis zu bieten. Weiter sollte Bern die Bemühungen zum Aufbau einer Online- und Logistikplattform unterstützen und hierfür aktiv die Zusammenarbeit mit *Berncity* und CST suchen. Und schliesslich gilt es die aktuelle Verkehrspolitik in Berns Innenstadt zu überdenken.

6. Würdigung und Forderungen

Der aktuelle Strukturwandel im Detailhandel – insbesondere auch in den Innenstädten – bietet nicht nur Herausforderungen, sondern auch Chancen. Spannen Detailhandel und die Stadt Bern zwecks Nutzung dieser Chancen zusammen, kann viel Positives entstehen.

Die Entente Bernoise fordert

Schaffung einer «Erlebniswelt Innenstadt»

- Differenzierung der Innenstadtgeschäfte dank überdurchschnittlich gutem Service und gefragten Nischenprodukten, insbesondere in den Bereichen Lokal und Nachhaltig.
- Anpassung der Ladenöffnungszeiten am Samstagabend, um den neuen Kundenbedürfnissen gerecht zu werden und die Kundschaft auch für Gastronomie und Kultur in der Innenstadt zu halten.
- Vermehrte Durchführung von Innenstadtevents dank Eigeninitiative von Detailhandel, Gastronomie und Kultur sowie unternehmerfreundlichen Bewilligungsbedingungen.

Aufbau einer Online- und Logistikplattform

- Ergänzend zum stationären Handel sollen die Innenstadtgeschäfte ihre Produkte und Dienstleistungen auch online anbieten können. Hierzu braucht es – wie bereits initiiert – unter Federführung von *Berncity* eine gemeinsame Plattform, welche mit den Such- und Bezahlmöglichkeiten des internationalen Online-Handels mithalten kann.
- Selbstredend muss für dieses Online-Angebot auch eine geeignete Logistik aufgebaut werden. Als Treiber hierfür ist Cargo Sous Terrain (CST) dank seinem breiten Know-how und der nationalen Vernetzung bestens geeignet. In einem zweiten Schritt kann auch die Logistik des stationären Handels – soweit nicht bereits erfolgt – optimiert werden.
- Die Stadt Bern kann den Aufbau der Online- und Logistikplattform unterstützen, sollte den Lead aber klar den Privaten überlassen. Sie hat primär den marktneutralen Zugang für alle Teilnehmenden zu gewähren.

Verbesserung der Rahmenbedingungen

- Die allgemeinen Rahmenbedingungen sind ebenfalls zu verbessern. Hierzu zählt insbesondere die Erreichbarkeit der Innenstadt. Diese muss auch in zehn Jahren noch für alle Verkehrsteilnehmenden gewährleistet sein. Allerdings ohne die angestrebte «Erlebniswelt Innenstadt» zu gefährden.
- Ebenfalls angepasst werden sollten die für die Innenstadt rigide geltenden Bauvorschriften. Insbesondere beim Innenausbau sollte künftig mehr zeitgemässe Innovation erlaubt sein. Und schliesslich gilt es sicherzustellen, dass Baugesuche auch fristgerecht und rasch bearbeitet werden.

Über uns

Der Verein «Entente Bernoise» bezweckt, ein für die Wirtschaft günstiges politisches Klima in der Agglomeration Bern zu fördern und die Rolle von Bern im Zentrum der Hauptstadtregion Schweiz zu stärken. In regelmässigen Abständen verfassen wir Recherchen zu wichtigen wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Themen und stellen diese der Öffentlichkeit über verschiedene Kanäle zur Verfügung.

Mitglied werden auf www.ententebernoise.ch

Zur Methodik:

Neben dem Studium der aufgeführten Literatur wurden Experteninterviews mit folgenden Personen geführt: Gubler Sven, Geschäftsführer Bern-City, Rüedi Heinz, Mitglied Geschäftsleitung Genossenschaft Migros Aare, Stadelmann Nicole, Geschäftsleiterin BijouxStadelmann, Stiefel Adrian, Leiter Amt für Umwelt Stadt Bern und Auftraggeber Konzept Stadtlogistik Bern, Sutterlüti Peter, Präsident und Delegierter des Verwaltungsrats Cargo Sous Terrain.

© Alle Rechte dieser Studie liegen ausschliesslich bei der Entente Bernoise und Dr. Bernhard Eicher. Dies beinhaltet insbesondere die Weiterverbreitung der Studie.