



Bereits zum 2. Mal fand in Langenfeld, der Modellstadt für die innovative Zukunft des Handels und des Erlebnisraumes Innenstadt, das City Lab VITAIL19 statt. VITAIL ist das Deutsche Kompetenzforum für Handel und vitale Innenstädte und das Ergebnis einer Initiative des Kölner Instituts für Handelsforschung (IFH) und der gmvtteam GmbH.

## Studie Vitale Innenstädte als Treiber

In einer Barcamp Atmosphäre haben am 7. Februar 2019 über 70 Experten aus Stadtentwicklung, Wirtschaftsförderung und Citymanagement in einem Workshop-Format an der Vitalisierung der Innenstädte gearbeitet.

Zu Beginn stellte Dr. Markus Preißner, Wissenschaftlicher Leiter des IFH, die Ergebnisse der 2018er Studie "Vitale Innenstädte" vor. Mit der durchschnittlichen Schulnote 3+ schnitten die deutschen Innenstädte nur unwesentlich besser gegenüber der Studie aus 2016 ab. Besonders in den Bereichen Erlebnis und Convenience ist noch deutlicher Nachholbedarf zu erkennen, sind es doch die einflussreichen Faktoren für die wichtige

Aufenthaltsqualität.

Boris Hedde, Geschäftsführer des IFH, berichtete eine Case Study aus dem Projekt "Zukunftsstrategie für den Handelsstandort Nürnberg 2030". Welche Stoßrichtungen sind notwendig, um eine aktuell prosperierende Innenstadt auch zukünftig für Menschen im Zeitalter der Digitalisierung attraktiv zu halten?

Den Abschluss der Einstiegsvorträge leitete Frank Rehme vom gmvtteam. Er zeigte die Wege zur Aktivierung und Bindung von Stadtbesuchern im digitalen Zeitalter in Verbindung mit einer Basis für zukünftige Smart City Projekte.

## Arbeiten in einer Barcamp

In der 2. Tageshälfte ging es dann in den Workshop-Teil: Jetzt galt es, Transformationslösungen für Handel und Städte weiter voranzutreiben und in dem World-Café „Zwischen Convenience und Erlebnis vor Ort“ neue Ansätze zu folgenden Fragen zu erarbeiten:

Welche Themen sind für eine digitale Stadt(ver)führung relevant?

Mit welchen Maßnahmen verbessert man den Frequenzfaktor Aufenthaltsqualität?

Thema Kundenbindung: Wie generiert man treue Besucher durch lokale Identität?

In den Workshops wurden insgesamt über 80 Maßnahmen und Ideen erarbeitet, die den Besuchern der Veranstaltung wichtige Grundlagen für weitere Entscheidungen boten. Auch das alternative Format in einem Einkaufszentrum kam bei den Teilnehmern sehr gut an und unterstrich durch die Authentizität die Nähe zum Thema.

## Die Innenstadt bleibt ein Erlebnisfaktor

Eine besondere Einigkeit herrschte bei der Erkenntnis, dass Innenstädte ein elementarer Bestandteil der Lebensqualität in den Cities von morgen bleiben. Besondere Herausforderungen und Veränderungen sorgen aber dafür, dass der Freizeitwert deutlich verbessert werden muss. Ein Faktor, den sich nicht kurzfristig verändern lässt und noch mehrere Veranstaltungen dieser Art verlangt.