



Gestern wurde im Rahmen des 11. Bundeskongresses Nationale Stadtentwicklungspolitik in Hamburg die Smart City Charta vorgestellt. Das Grundsatzdokument beschäftigt sich damit, wie die digitale Transformation in den Kommunen nachhaltig gestaltet werden kann.

Die Charta ist im Rahmen der Dialogplattform Smart Cities des Bundesministeriums für Umwelt, Bau, Naturschutz und Reaktorsicherheit entstanden. Rund 70 Experten aus Städten, Kreisen und Gemeinden, der Kommunalen Spitzenverbände, der Länder und verschiedener Bundesressorts, aus Wissenschaftsorganisationen, Wirtschafts-, Fach- und Sozialverbänden sowie der Zivilgesellschaft waren vertreten. Gemeinsam entwickelten sie ein Werte- und Zieleverständnis für Smart Cities, bewerteten ihre Chancen und Risiken und erarbeiteten Leitlinien und Handlungsempfehlungen.

Um herauszufinden, was die Erweiterung der Integrierten Stadtentwicklungspolitik um die digitale Komponente auch für den Einzelhandel bedeuten könnte, möchte ich hier zunächst

ein paar Grundgedanken in Form der vier Leitlinien in der Smart City Charta vorstellen:

1. Digitale Transformation braucht Ziele, Strategien und Strukturen

Demnach sind die Kommunen aufgefordert, die digitale Transformation aktiv gestalten und gemäß ihrer spezifischen Bedürfnislage zu steuern. Ziel ist es u.a. die Unabhängigkeit und Selbstbestimmung der Kommunen sowie eine lokale Wertschöpfung sicherzustellen.

Die Städte und Kommunen sollen den klaren Auftrag erhalten, eine digitale Strategie und kooperative Strukturen mit klaren Rollen, Ressourcen und Kompetenzen zu entwickeln.

So sollen je nach örtlicher Ausgangslage Steuerungseinheiten wie z.B. ein ständiges Smart City Board, ein Chief Technology Office oder ein Kompetenzzentrum etabliert werden – und dies idealer Weise direkt an der Verwaltungsspitze.

2. Digitale Transformation braucht Transparenz, Teilhabe und Mitgestaltung

Die Bürger sollen befähigt werden, sich aktiv zu beteiligen. Durch einen zielgruppenorientierten Ansatz von digitalen Technologien und sozialen Netzwerken soll die breite Teilhabe und Mitgestaltung der Zivilgesellschaft an kommunalpolitischen Prozessen erleichtert werden.

3. Digitale Transformation braucht Infrastruktur, Daten und Dienstleistungen

Eine sichere und hochleistungsfähige Breitbandversorgung ist im Rahmen der digitalen Transformation ein zentraler Standortfaktor und Grundvoraussetzung für Smart Cities bzw.

Smart Regions.

Ferner werden die Kommunen aufgefordert, sich nicht nur den Zugang zu den Daten, die für Ihre Aufgabenerfüllung Relevanz haben, zu sichern, sondern auch die Hoheit über diese Daten behalten. Städte und Kommunen sollen demnach also sowohl Datennutzer als auch Datenproduzent und -bereitsteller sein. Im Zuge dessen sind natürlich auch Datensicherheit und Datenschutz wichtige Themen.

4. Digitale Transformation braucht Ressourcen, Kompetenzen und Kooperationen

Hier heißt es deutlich, dass Bund, Länder und Kommunen gesetzliche Regelungen und personelle sowie finanzielle Ressourcen bereitstellen müssen, um eine aktive und steuernde Rolle der Kommunen in der digitalen Transformation zu ermöglichen.

Ziel soll ein systematischer Wissens- und Kompetenzaufbau und -austausch sein. Um dies zu realisieren sind Bildungsangebote aufzubauen und sollen Kooperationen mit der lokalen Wirtschaft und Wissenschaft entstehen.

Die gestern vorgestellte Charta soll ein deutlicher Startschuss sein. Staatssekretär Gunther Adler versprach: „Der Bund wird die Kommunen auf ihrem Weg zur Digitalisierung und Vernetzung nicht alleine lassen. Wir wollen die fruchtbaren Diskussionen in der Dialogplattform Smart Cities fortsetzen und sehen uns auch in der Pflicht, die Kommunen künftig stärker bei der Entwicklung und Umsetzung von nachhaltigen und integrierten Smart City-Ansätzen zu unterstützen.

Auch für den Einzelhandel und die Innenstädte kann solch ein konsequenter Auf- und Ausbau der Digitalkompetenz und die Übernahme von Verantwortung für den digitalen Kommunikations- und Erlebnisraum neue Chancen bieten.

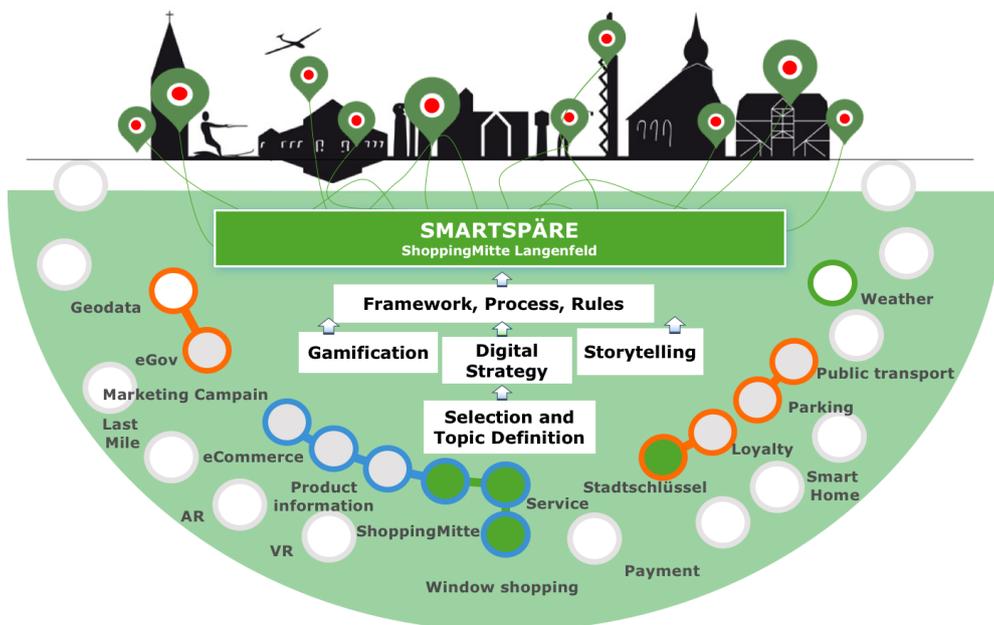
Die Umsetzung der Smart City Charta würde bedeuten, dass aufseiten der Kommunalverwaltungen ein neues Bewusstsein für die Herausforderungen des digitalen

Wandels entsteht. Und nur mit diesem Bewusstsein und einer entsprechenden Kompetenz in den Verwaltungen lassen sich selbstbewusst Entscheidungen zur aktiven Stärkung des lokalen Handels im digitalen Raum fällen.

Die Schaffung einer flächendeckenden Breitbandversorgung bietet Händlern, die ihre Prozesse, Angebote und Services digitalisieren, die so nötige Grundlage für ihre Aktivitäten. In diesem Punkt ist zu hoffen, dass der Ausbau der Glasfasernetze in möglichst vielen Kommunen von den städtischen Betrieben übernommen werden, um die Abhängigkeiten von externen Anbietern zu minimieren.

Der vorangetriebene Austausch von Daten in einer Smart City kann zu neuen Wegen für Vertrieb und Kommunikation im Handel führen. Wege, die es auch lokalen Unternehmen ermöglichen, eine relevante Rolle und Visibilität im digitalen Raum der eigenen Kommune und somit in der Customer Journey einzunehmen.

Beispiele wie das in der Future City Langenfeld geplante Projekt Smartsphäre könnten somit künftig in vielen Kommunen entstehen. Und mit ihnen werden die Infrastrukturen für einen smarten Datenaustausch auf lokaler Ebene geschaffen.



Wir sind sehr gespannt auf die von Gunther Adler angekündigte Fortführung der Gespräche und hoffen, dass die lokalen Bedürfnisse zur Schaffung eines attraktiven Erlebnis- und kommunikationsraums Innenstadt mit lebendigem Einzelhandel weiterhin mitgedacht werden.

Titelbild: Pixabay