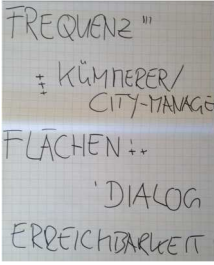


Resümee



Knappe Zusammenfassung der **wesentlichen** Ergebnisse des Symposiums. Die dargestellten Themen haben sich aus den Vorträgen und der Podiumsdiskussion ergeben und wurden von den Teilnehmern zusammenfassend **gewichtet**. Sie können als Handlungsanleitung und Themenschwerpunkte für die Umsetzung in den einzelnen Städten Orientierung geben:

IHK-Gremium Schwabach
der
Industrie- und Handelskammer
Nürnberg für Mittelfranken



Symposium
„Einzelhandel und Innenstadt“

Frequenz

Die Frequenz ist der wichtigste **Erfolgsfaktor**. Aufrechterhaltung und Stärkung der Frequenz in der Innenstadt ist zentrale Aufgabe und Voraussetzung für den dort ansässigen stationären Handel. Nur mit einer hohen Frequenz kann der Konkurrenzkampf mit anderen Betriebsformen (Internethandel), den Außenstandorten und den gemanagten Handelsimmobilien erfolgreich bestanden werden.

Kümmerer /

Citymanager

Die Anforderungen, die der Einzelhandel in der Innenstadt zu bewältigen hat sind aufgrund des ständigen Wandels ein Dauerthema und eine Daueraufgabe. Jede Stadt muss für sich definieren, **wer sich wie** ehrenamtlich oder hauptamtlich aber dauerhaft und nachhaltig um das Thema **kümmert**.

Fläche

Einzelhandelsflächen für **moderne Angebotsformen** stehen in der Regel in der kleinteiligen Baustruktur der Innenstädte nicht zur Verfügung. Mit größeren Flächenzuschnitten (Neubau oder Revitalisierung) lassen sich neue Anbieter gewinnen, die die Angebotsvielfalt stärken.

Erreichbarkeit

Auch wenn es fast wohlfeil ist, immer wieder und noch ist das Thema **Parken** in allen Facetten ein zentrales Thema. Ganz speziell ist die Frage nach dem Pflasterbelag, der Begehbarkeit / **Barrierefreiheit** gerade in einer immer älter werdenden Gesellschaft (Stichwort Rollatoren) eine wichtige Grundvoraussetzung.

Dialog

Die Herausforderung des sich ständig wandelnden Einzelhandels sind erheblich. Die **Kommunikation** aller Beteiligten in einer Stadt ist der Schlüssel für eine erfolgreiche Umsetzung.