

Krefelds Einzelhandel fordert Stärkungspaket für die Innenstadt 2.0

Einzelhändler in Krefeld fordern ein neues „Stärkungspaket Innenstadt 2.0“, um bestehende Herausforderungen zu meistern.

In Krefeld ist die Diskussion um die Förderung der Innenstadt erneut entfacht. Vertreter des organisierten Einzelhandels fordern von der Stadtverwaltung und der Politik ein neues Konzept, das als „Stärkungspaket Innenstadt 2.0“ bezeichnet wird. Diese Forderung wurde am Montag laut, als Hartmut Janßen und Markus Ottersbach vom Handelsverband NRW Krefeld, Christoph Borgmann von der Werbegemeinschaft und die Standortgemeinschaft „Lebendige Innenstadt Krefeld“ ihre Ideen und Vorschläge zur Weiterentwicklung des städtischen Zentrums präsentierten.

Die Präsentation verdeutlichte, dass die bisherigen Maßnahmen zwar positive Effekte gezeigt haben, jedoch das zugrundeliegende Problem nicht vollständig gelöst wurde. Die Innenstadt von Krefeld steht vor erheblichen Herausforderungen, die die Attraktivität des Handels und die Lebensqualität der Anwohner beeinträchtigen.

Herausforderungen der Innenstadt

Ein zentraler Punkt in den Ausführungen der beteiligten Akteure war der festgestellte Rückgang der Besucherzahlen in der Innenstadt. Die Auswirkungen der vergangenen Jahre, die von einer zunehmenden Online-Konkurrenz geprägt sind, machen es für einzelne Geschäfte schwieriger, im Wettlauf um die

Kundschaft zu bestehen. Die Vertreter des Einzelhandels fordern daher unterstützende Maßnahmen, die nicht nur kurzfristige Effekte, sondern eine nachhaltige Revitalisierung der Innenstadt zum Ziel haben.

Besonders angesprochen wurde die Notwendigkeit, eine ansprechende und einladende Atmosphäre zu schaffen, die sowohl Shopping-Erlebnisse als auch Freizeitmöglichkeiten bietet. Die Forderung nach mehr Veranstaltungen, kulturellen Angeboten und einer besseren Innenstadtdesign ist klar. Denn nur so könne die Innenstadt als lebendiger Ort wahrgenommen werden.

Vorschläge zur Umsetzung

Konkret schlagen die Vertreter des Handels vor, die Innenstadt zugänglicher zu gestalten und Anreize für Investitionen zu schaffen. Das umfasst unter anderem auch eine Aufwertung des öffentlichen Raums, bessere Verkehrsregelungen und mögliche finanzielle Unterstützungen, um Geschäfte bei der Anpassung an die neuen Kundenbedürfnisse zu helfen. Der Handel möchte somit nicht nur eine kurzfristige Belebung, sondern eine langfristige Strategie zur Stabilisierung der Innenstadt durchsetzen.

Ein weiteres Highlight des Vorschlagsportfolios ist die Entwicklung von neuen Konzepten zur Vermarktung der Innenstadt. Neben klassischen Waren sollte mehr in Bildungs- und Kulturevents investiert werden, um die Bürger und Besucher zurückzuholen. Die Idee ist, dass ein lebendiges und abwechslungsreiches Angebot das Interesse an einem Besuch der Innenstadt neu entfacht.

Diese Forderungen kommen zu einem wichtigen Zeitpunkt, da die Stadt Krefeld die Weichen für die zukünftige Entwicklung stellen muss, um das Überleben des stationären Handels zu sichern. Die Initiatoren des Stärkungspakets Innenstadt 2.0 drücken die Dringlichkeit dieser Maßnahmen deutlich aus und

appellieren an die Stadt, die Anliegen der Wirtschaft ernster zu nehmen.

Ein Blick in die Zukunft

Es bleibt abzuwarten, wie die Stadtverwaltung und die politischen Entscheidungsträger auf diese Forderungen reagieren werden. Es ist jedoch unumstritten, dass die revitalisierte Innenstadt nicht nur für Händler und Geschäftsinhaber von vitaler Bedeutung ist, sondern auch für die Lebensqualität der Krefelder Bürger. Ein modernes und attraktives Stadtzentrum könnte demnach dazu beitragen, das Stadtbild und den sozialen Zusammenhalt zu stärken. Der Erfolg dieser Initiative könnte entscheidend dafür sein, wie Krefeld in den kommenden Jahren wahrgenommen wird und welche Rolle die Innenstadt in der Zukunft spielt.

Aktuelle Herausforderungen des Einzelhandels

Die Innenstadt von Krefeld hat in den letzten Jahren mehrere Herausforderungen erlebt, die sich direkt auf den Einzelhandel ausgewirkt haben. Hohe Mieten, der zunehmende Online-Handel und die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie sind nur einige der Faktoren, die das Einkaufserlebnis in der Innenstadt beeinträchtigen. Laut einer Studie des Handelsverbands NRW haben in den letzten Jahren zahlreiche Einzelhändler ihre Geschäfte schließen müssen, was zu einer signifikanten Verödung bestimmter Stadtteile geführt hat. Diese Trends sind nicht ausschließlich auf Krefeld beschränkt, sondern spiegeln sich in vielen Städten wider.

Die Akteure des Einzelhandels in Krefeld legen großen Wert auf eine stärkere Zusammenarbeit mit der Stadtpolitik, um gezielte Maßnahmen zu entwickeln, die den Einzelhandel unterstützen. Eine Möglichkeit zur Belebung der Innenstädte könnte die Einführung von „Shopping-Events“ sein, die Besucher anziehen

und den sozialen Austausch fördern. Diese Events könnten auch die lokale Gastronomie und Dienstleistungen in den Vordergrund stellen und so einen ganzheitlichen Ansatz zur Belebung der Innenstadt verfolgen.

Erfolgsfaktoren für die Innenentwicklung

Um die Innenstadt von Krefeld langfristig zu stärken, müssen mehrere Faktoren berücksichtigt werden. Eine ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raums spielt eine entscheidende Rolle. Dazu gehören beispielsweise hochwertige Sitzgelegenheiten, attraktive Pflanzungen und ein ansprechendes Ambiente. Städte, die in diese Bereiche investiert haben, konnten häufig eine höhere Besucherfrequenz verzeichnen.

Zusätzlich sollte die Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit der Innenstadt durch den öffentlichen Nahverkehr verbessert werden. Eine Umfrage des Krefelder Verkehrsverbundes zeigte, dass viele Bürger eine bessere Anbindung wünschen, um mehr Zeit in der Innenstadt zu verbringen. Dies könnte durch eine Ausweitung der Bus- und Bahnlinien oder durch spezielle Park-and-Ride-Angebote unterstützt werden.

Initiativen und zukünftige Strategien

Um die Innenstadtentwicklung voranzutreiben, fordern die Beteiligten auch die Schaffung von Anreizen für neue Unternehmen, die in Krefeld Fuß fassen möchten. Hier könnten Förderprogramme und wirtschaftliche Entlastungen helfen, ein attraktives Umfeld für Start-ups und lokale Unternehmer zu schaffen.

Ein weiterer Schritt könnte die verstärkte Einbindung der Bürgerinnen und Bürger sein, um deren Ideen und Wünsche für die Innenstadt zu berücksichtigen. Umfragen oder Bürgerbeteiligungsverfahren könnten helfen, ein umfassendes Konzept zu entwickeln, das den tatsächlichen Bedürfnissen der

Stadtbewohner entspricht. Nicht zuletzt spielt die Digitalisierung eine immer größere Rolle. Die Integration von Online- und Offline-Handel könnte neue Kunden gewinnen und die Loyalität zu lokalen Geschäften stärken.

Die Akteure in Krefeld sind sich einig, dass es eines gemeinsamen, strukturierten Ansatzes bedarf, um der Innenstadt eine neue Perspektive zu verleihen und den Einzelhandel somit nachhaltig zu stärken.

Details

Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://www.n-ag.de)