



Vortragsreihe  
im Rahmen der Wiederbelebung des  
Innenstadtquartiers Kybitzstraße/Schuhstraße

# Campus - Gespräche

## NACHLESE

Thema 3

**Kultur und Gewerbe -  
Standortvorteil  
Innenstadt**

Mittwoch, 02.03.2011

Vortrag

**Orte der Begegnung -  
warum Innenstadt?**

Referentin Frau Dr. Anne Mueller von  
Der Haegen,  
Kunsthistorikerin, Braunschweig



### Dritte Campusgespräche: Kommunikation im Quartier

## Der innerstädtische Handel contra das Online-Shopping

**HELMSTEDT (nj).** Die nunmehr dritten Helmstedter Campusgespräche, organisiert vom Forum Kybitzstraße-Schuhstraße, fanden in der vergangenen Woche wieder reichlich Besucher für die spannenden Vortragsthemen.

Als Referenten an diesem Abend waren Dr. Anne Mueller von der Haegen, Vorsitzende des Allgemeinen Konsumvereins in Braunschweig, und der Diplom Geograph Mark Hädicke von der CIMA in Lübeck eingeladen. Wie schon bei den vergangenen Veranstaltungen auch, widmen sich die Beiträge der Referenten dabei unterschiedlichen Themen, die sich dennoch bei näherer Betrachtung aneinander annäherten.

Der erste Redebeitrag stammte allerdings vom Gastgeber selbst. Andreas Schattanik vom Forum Kybitzstraße-Schuhstraße gab einen Ausblick auf den Verlauf der Campusgespräche: Nach dem Ende der ersten Staffel sei auf jeden Fall eine Fortführung geplant. Die Campusgespräche sollen eine feste Institution in der Stadt werden. Dr. Anne Mueller von der

Haegen stellte in ihrem Beitrag vor allem heraus, wie wichtig die Kommunikation im Quartier ist: „Kommunikation und Teilhabe ist das wesentliche“, so die Kunsthistorikerin. Dabei ging von der Haegen vor allem auf kulturelle Aspekte ein, mit denen ein Quartier mit Leben erfüllt werden könnte und nannte Pendanten dazu, wie es sie in Braunschweig gibt. Ebenso stellte die Vorsitzende des Allgemeinen Konsumvereins auch unterschiedliche Aktionen künstlerischer Natur vor und beleuchtete, wie und warum diese funktionieren und ob diese auch für Helmstedt denkbar wären. Eines dieser Beispiele war zum Beispiel die Nutzung von Schaufenstern für die Kunstpräsentation. „Warum sollten sich junge Künstler für Schaufenster in Helmstedt interessieren?“, fragte Mueller

von der Haegen provokativ in die Runde. Man könne diese Leute dafür begeistern wenn man ihnen Geld und/oder Publikum bieten kann. Beides sei in Helmstedt eher schwierig. Daher müsste man, um solch ein Projekt erfolgreich durchzuführen, jemanden finden, der hartnäckig dahinter steht, sich darum kümmert und den Teilnehmern eine Kommunikationsplattform bietet und Teilhabe daran, diese mitzugestalten. Ähnlich der Galerie auf Zeit oder auch der Jakob-Kemenate in Braunschweig, die die Kunsthistorikerin als gute Beispiele für solche Aktionen lobte.

Im Anschluss referierte Mark Hädicke von der CIMA in Lübeck zum Thema innerstädtischer Handel contra E-Commerce. Und auch hier zeigte sich schnell: Die wahre Stärke der Innenstadt kann nur durch intensive Kommunikation herausgestellt werden. Das Gespräch mit dem Kunden kann der Sieg über den Online-Handel sein.



Dr. Anne Mueller von der Haegen, Vorsitzende des Allgemeinen Konsumvereins in Braunschweig, referierte zum Thema „Orte der Begegnung - warum Innenstadt?“

### ALLGEMEINER KONSUMVEREIN



PROGRAMM VEREIN ARCHIV SERVICE SPONSOREN suchen...

SERVICE

PLAN ... und so finden Sie uns im Allgemeinen Konsumverein, Hinter Liebfrauen 2 in Braunschweig

EINBLICKE Zu Ihrer Information finden Sie hier einige Fotos. Sie zeigen das Gebäude des Allgemeinen Konsumvereins und die Ausstellungsräume.

GRUNDRISS Wer es ganz genau wissen will, findet hier den Grundriss der Galerieräume.

[http://www.konsumverein.de/index.php?option=com\\_content&task=blogsection&id=7&Itemid=58](http://www.konsumverein.de/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=7&Itemid=58) (Auszug)

KUNST ACHT VIERZEHTER ACHTER ZWEITAUSEND-ZEHN

<http://www.kunst8.org/> (Auszug)

Helmstedter Blitz,  
09.03.2011



Textauszüge Vortrag

## Dienstleistung und Gewerbe - in Zeiten des E-Commerce ein städtisches Auslaufmodell?



Referent: Herr Dipl. Geogr. Mark Hädicke  
CIMA, Lübeck

### E-Commerce vs. stationärer Einzelhandel ...das Einkaufserlebnis macht den Unterschied!



Na, welcher hat die beste Bildqualität?



- Materialbeschaffenheit
- Verarbeitungsqualität
- Passform
- ...

→ lassen sich online nicht "erleben".



### Erlebnis Innenstadt Innovation ist Kundendienst

Beispiel 1: Gastronomie + Kultur  
Curry & Kunst, Berlin



- ein Imbisslokal mit einer besonderen Klientel: kunstinteressierte Currywurstesser
- Neben dem regulären Angebot (Currywurst, Pommes und Flammkuchen) werden regelmäßig wechselnd die Bilder unterschiedlicher Künstler ausgestellt

Beispiel 2: Café + Floristik  
ANNA BLUME - kulinarische & floristische Spezialitäten, Berlin



- Kaffeespezialitäten, Kuchen und ein frisches Speisenangebot in einem romantischen Ambiente werden mit einem Blumenladen kombiniert
- die Blumen finden sich sowohl als Strauß, auf den man während eines Kaffees wartet, als auch als essbare Dekoration in den Speisen wieder

### Haben die Innenstädte eine Chance?

→ Shopping in der Innenstadt ist nie reine Bedarfsdeckung, es ist immer auch ein mit **Emotionen** verbundenes Erlebnis!



E-Commerce



Innenstadt

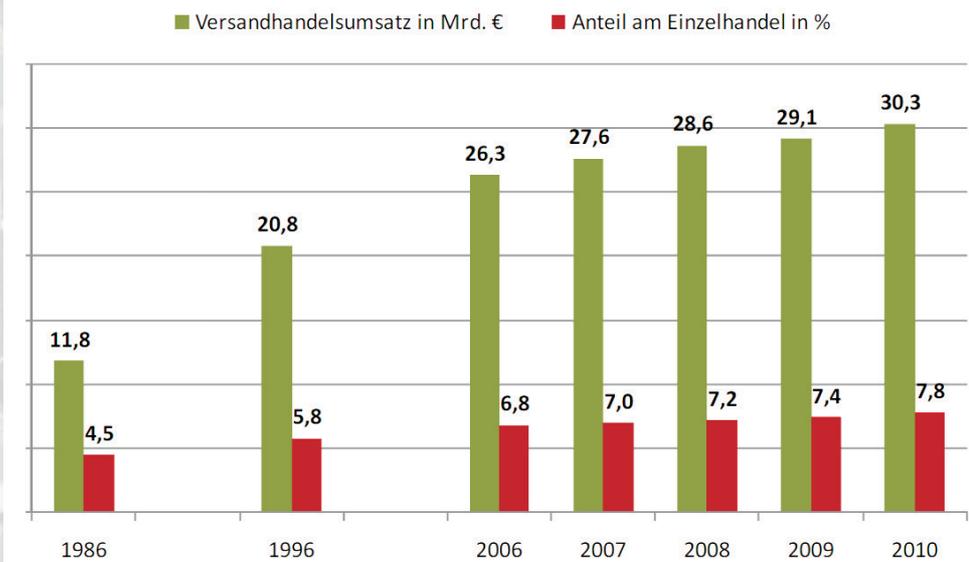
## E-Commerce in Deutschland echter Boom oder Medien-Hype?

Der E-Commerce als Bedrohung des stationären Einzelhandels?

DIE WELT KOMPAKT

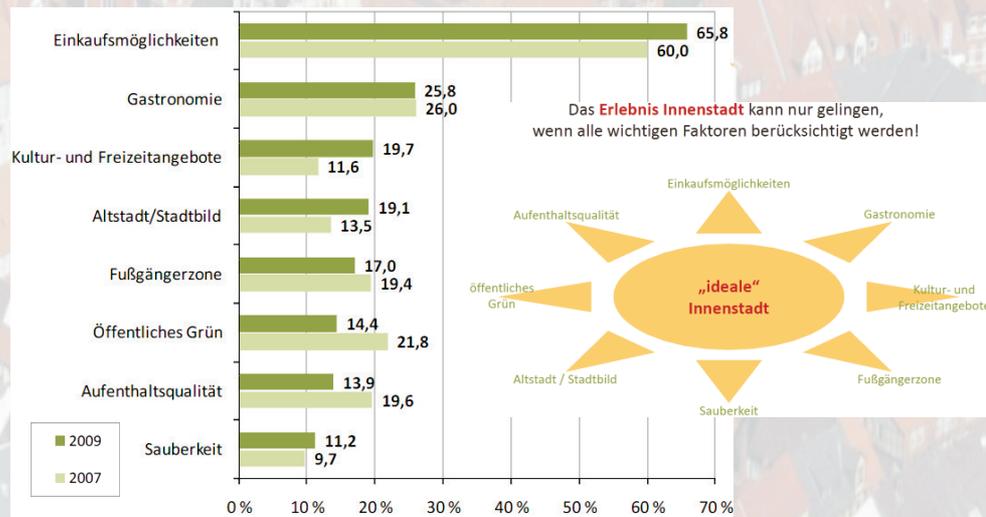
23.02.2011

## Online-Shopping wird immer beliebter



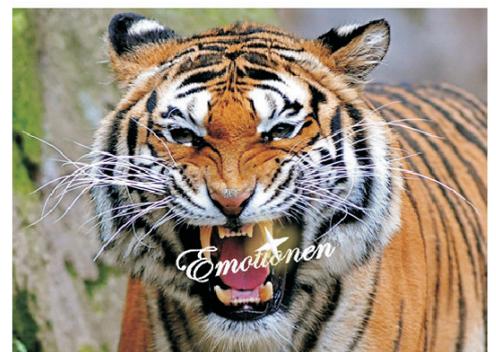
Quelle: Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh) 2011  
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2011

### Repräsentative Umfrage: Was zeichnet eine attraktive Innenstadt aus?



## Fazit

→ nicht der E-Commerce ist der Tiger, die **Innenstadt** ist es.



Verleihen Sie dem Tiger Zähne!