



ZUKUNFT INNENSTADT?

Stirbt die Innenstadt aus? Oder sterben nur die traditionellen Anbieter? Was bedeutet es, wenn IKEA, Baumärkte und nun auch die ersten Gartencenter Filialen in der Innenstadt eröffnen?

Die Innenstädte tun sich schwer, nicht erst seit Corona. Außerhalb der Toplagen gibt es immer mehr Leerstand. Aber wie so oft hängt es daran, was wer daraus macht. Schon einige Jahre hat IKEA einen alten Karstadt in Hamburg-Altona umgemodelt. Denn aller Veränderung zum Trotz: In den Städten leben auf kleiner Fläche viele Menschen – oft, und das wird in Zukunft sicher noch zunehmen, – ohne Auto. Sie können also nicht mal eben auf die grüne Wiese zum Gartencenter fahren, sondern wollen mit dem Lastenrad in der Nähe kaufen. Also muss das Gartencenter zu ihnen kommen – eine Idee, die die Innovationsschmiede Meiers-Gartencenter mit dem "Wilden Gärtner" im 25hours Hotel in Zürich schon verfolgt.

Alle diese Konzepte und Ideen glauben an die Stadt und an Innovationen. Und der Schlüssel aus unserer Sicht ist die konsequente Zielgruppenorientierung. Wer ein Gartencenter auf den Alexanderplatz stellt, wird scheitern. Weder Sortiment, noch Ansprache oder Kostenstruktur passen. Aber wer vom urbanen Kunden aus denkt, wird gewinnen. Und wir alle sind gut beraten diesen in den nächsten Jahren wieder mehr zu integrieren. Die Mehrheit der Stadtbevölkerung ist jung und hat Lust auf Blumen und Pflanzen, aber oft keine Ahnung. Das ist kein Problem, sondern eine riesige Chance – wenn wir sie ergreifen und uns mit Sortiment (Gemüse für den Balkonkasten und Blumensträuße, die wirken, wie frisch gepflückt) und Beratung (Geranien müssen im April noch kalte Nächte fürchten und die panaschierten Zimmerpflanzen wachsen langsam und sind deshalb teurer) auf diese Kunden einstellen.

Es bleibt also viel zu tun. Aber wer sich um diese dankbaren und wissbegierigen Kunden kümmert, schafft sich eine neue Basis. Und das sollte uns als Branche doch auszeichnen: Dass unsere Kunden mit uns wachsen.

Rupert Fey ist Handelsexperte mit Schwerpunkt Blumen und Pflanzen. An dieser Stelle analysiert er für uns allgemeine Handelsentwicklungen und erklärt, was sie für die grüne Branche bedeuten. www.beyondflora.com