

PRESSEMITTEILUNG

TELEFAX – 1 SEITE

**SPD
STADTRATSFRAKTION
NÜRNBERG**

SPD Stadtratsfraktion | Rathaus | 90403 Nürnberg

Nürnberg, 30. April 2015

Rathaus-SPD fordert Stärkung des Einzelhandels im Internetzeitalter

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Konkurrenz aus dem Internet, mit stetig wachsenden Umsätzen im Bereich des Online-Handels fordert die SPD-Stadtratsfraktion eine Stärkung der lokalen stationären Einzelhändler in Nürnberg. Anknüpfungspunkt ist dabei das im letzten Herbst beschlossene Citymanagement. Dieses soll laut Beschluss u.a. Leitbilder für „Nürnberg als Einkaufsstadt“ erarbeiten, Qualitätsstandards und deren Umsetzungsmöglichkeiten entwickeln und Initiativen im medialen und digitalen Bereich wie beispielsweise eine City-App erarbeiten.

Katja Strohacker, wirtschaftspolitische Sprecherin der SPD-Fraktion, möchte angesichts der wachsenden Bedeutung des Internets für Kunden und Verbraucher das zukünftige Citymanagement noch stärker auf potentielle Lösungsstrategien in diesem Bereich ausrichten. Sie erklärt: „Die „CityApp“, also eine Möglichkeit für potentielle Kunden sich mobil digital und interaktiv in der Einkaufsstadt Nürnberg zurecht zu finden, ist seit Jahre in Nürnberg im Planungszustand, ohne dass es bisher konkrete Ergebnisse gibt. Hier gilt es anzusetzen.“

Neben der CityApp verweist Strohacker angesichts der zunehmenden Bedeutung von E-mobilität und dem Wunsch nach komfortablen Einkaufsmöglichkeiten auf die Möglichkeit innerstädtische Lieferdienste bzw. Liefergemeinschaften auf Basis elektronisch betriebener Autos bzw. Lastenräder. Ein solches Konzept soll auch für Nürnberg geprüft und Umsetzungsmöglichkeiten aufgezeigt werden.

Die SPD-Stadträtin Dr. Daniela Hüttinger weist darauf hin, dass immer mehr Unternehmen angesichts der zunehmenden Internetaffinität ihrer Kunden digitale Lösungen anbieten, die Mechanismen aus dem Online-Handel nutzen und zugleich den lokalen Handel stärken. Hüttinger sagt: „Auch kleine Händler müssen beim Aufbau von Vertriebsmöglichkeiten im Internet unterstützt werden. Online und stationärer Handel gehen zunehmend ineinander über, was auch die Eröffnung von Filialen von früher ausschließlich im Internet zu findenden Unternehmen zeigt. Wir fordern deshalb für den stationären Einzelhandel Unterstützung und Beratung bei der Einführung neuer Ideen und Konzepte für online-affine Zielgruppen.“