
FDP im Römer

EINZELHANDEL UNTERSTÜTZEN – AUF VERÄNDERUNGEN REAGIEREN

26.11.2020

- Corona-Effekt beschleunigt den Strukturwandel im Einzelhandel.
- Gesamtkonzept für die Innenstadt erstellen.
- Stadtmarketing für „Erlebnis Innenstadt“ werben

Die Frankfurter Innenstadt ist ein besonderer Raum. Hier kommt das Leben in einer Metropole in vielfältiger Weise zum Ausdruck. Aus Sicht der Freien Demokraten zeige die aktuelle Entwicklung, dass ein neues Gesamtkonzept dringend erforderlich sei, damit die pulsierenden Einkaufsstraßen und Plätze in der Innenstadt nicht veröden. „Der Corona-Effekt beschleunigt aktuell den Strukturwandel im Einzelhandel. Für uns Freie Demokraten ist es deshalb essenziell, dass wir als Stadt auf diese Veränderungen umgehend reagieren. Frankfurt verfügt mittlerweile über ein beim Oberbürgermeister angesiedeltes Stadtmarketing. Dieses muss ohne Verzögerung die Arbeit aufnehmen und für das ‚Erlebnis Innenstadt‘ werben“, betont [Stephanie Wüst](#), wirtschaftspolitische Sprecherin der FDP-Römerfraktion. Die Praxis aus anderen Städten, wie zum Beispiel Marburg, habe gezeigt, wie wichtig eine positive Imagekampagne für die Innenstädte in Zeiten von Corona sei. Corona bedingte Maßnahmen wie die Maskenpflicht, weniger Leute in Geschäften, Desinfektionsmittel im Eingangsbereich sorgen für die Sicherheit in der Innenstadt. Das muss bei den Menschen jedoch auch ankommen. Durch die massive Verunsicherung innerhalb der Bevölkerung verlagert sich der stationäre Handel zunehmend auf den Online-Handel. „Viele Einzelhändler hatten große Hoffnung auf das bevorstehende Weihnachtsgeschäft. Dieses wird nun durch die verlängerten Lockdown-Light Maßnahmen und den zusätzlichen 20 Quadratmeter-Beschränkungen für große Einkaufszentren zunichtegemacht“, bedauert Wüst und fordert die Stadt Frankfurt auf, den Einzelhandel auf den Frankfurter Einkaufsstraßen und –Zentren bei der Umsetzung

erforderlicher Hygienemaßnahmen zu unterstützen und zu begleiten. Im nächsten Schritt müsse ein Konzept zur Gestaltung der Innenstadt erarbeitet werden, dass die Attraktivität und Aufenthaltsqualität deutlich steigert. „Einkaufen hat heute viel mit ‚Erlebnis‘ zu tun. Gerade im Zusammenhang mit der aktuellen Corona-Krise und den daraus resultierenden zukünftigen Herausforderungen für den Frankfurter Einzelhandel ist es wichtig, dass wir die aktuelle Situation zum Anlass nehmen, um Rückschlüsse zu gewinnen und Handlungsoptionen zu ermitteln.“