

Präsident des Landtags Nordrhein-Westfalen
Platz des Landtags 1
40221 Düsseldorf

LANDTAG
NORDRHEIN-WESTFALEN
17. WAHLPERIODE

**STELLUNGNAHME
17/2095**

Alle Abg

Stellungnahme der Ströer Media Deutschland GmbH zum Antrag der Fraktion der CDU und der Fraktion der FDP "Heimat braucht Handel - vitale Innenstädte für die Zukunft des Einzelhandels erhalten, den stationären Handel bei seinem Weg ins digitale Zeitalter unterstützen" Drucksache 17/6748

03.12.2019

Hauptverwaltung

Ströer Media Deutschland GmbH

Ströer-Allee 1

50999 Köln

Zeichen

HM

TL

Telefon

02236 96 45 - 9866

02236 96 45 - 9688

E-Mail

hmeyersick@stroeer.de

tluppa@stroeer.de

Sehr geehrter Herr Landtagspräsident,

als Kölner Medienunternehmen sind wir in vielen NRW-Städten Partner für Außenwerbung, Stadtmobiliar sowie digitale Infrastruktur und möchten zum Antrag der Fraktion der CDU und der Fraktion FDP gerne Stellung nehmen. Wir bitten Sie die beigefügte Stellungnahme den Mitgliedern des Ausschusses für Heimat, Kommunales, Bauen und Wohnen zu übersenden.

Mit freundlichen Grüßen

Ströer Media Deutschland GmbH



Hermann Meyersick,
Geschäftsführer



Thomas Luppa,
Referent Stadtmarketing | Public Affairs

Stellungnahme der Ströer Media Deutschland GmbH

zum Antrag der Fraktion der CDU und der Fraktion der FDP "Heimat braucht Handel - vitale Innenstädte für die Zukunft des Einzelhandels erhalten, den stationären Handel bei seinem Weg ins digitale Zeitalter unterstützen"

Drucksache 17/6748

1. Vorbemerkung:

Die Ströer Media Deutschland GmbH begrüßt grundsätzlich den Antrag der Fraktion der CDU und der Fraktion der FDP. Die digitale Transformation beeinflusst das gesellschaftliche Miteinander in den nächsten Jahrzehnten nachhaltig. Entsprechend besitzt sie eine sehr hohe Relevanz für Städte und den lokalen wie regionalen Handel und beeinflusst deren zukünftige Entwicklung grundlegend. Kommunen, Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung, lokale und regionale Händler, Gastronomen, Dienstleister und Kultur- und Freizeiteinrichtungen müssen sich mit den veränderten Gegebenheiten auseinandersetzen, ihre Geschäftsmodelle und Angebote anpassen und die sich vielfältig bietenden Chancen mutig zur eigenen Profilierung nutzen.

Eine wesentliche Aufgabe wird sein, das bestehende analoge Freizeit- und Serviceangebot zu einem „digital-analogen Erlebnisraum Stadt“ zu erweitern und dessen Wahrnehmung schlüssig zu gestalten. Städte müssen die kooperative Stadtentwicklung in Teilen neu denken und sich verbindliche Regelungen zur Datenhoheit und Datennutzung für den „öffentlichen Raum im Internet“ geben. Es gilt durch die Verzahnung der gewachsenen analogen und neuen digitalen Services, Erleichterungen für die Bewohner und Kunden zu erreichen und so die Lebensqualität in der Stadt zu erhöhen und ihre Attraktivität zu steigern. Ein wichtiger Teil der Gesamtinszenierung „Erlebnisraum Stadt“ ist ansprechendes Stadtmobiliar. Ord nende und funktionale Elemente wie Abfallbehälter, Fahrradständer oder Mobilitätshubs, Beleuchtungselemente, Brunnen, Fahnenmasten, Sitzgelegenheiten, Uhren, digitale Werbeträger als erweiterte Schaufenster des Handels oder Poller und Pflanzkästen im Sinne der Sicherheitsfunktionalität (Hide Force Protection) tragen zur hochwertigen und exklusiven Wahrnehmung des Einkaufsortes bei.

Dies spiegelt sich auch in den veränderten Bedürfnissen und Anforderungen an den Dialog innerhalb einer Stadt wieder, da eine einseitige Sender-Empfänger-Kommunikation weder vom Bürger noch vom Besucher als zeitgemäß wahrgenommen wird, wenn es ihr nicht gelingt, aktuell und dynamisch zu sein. Digitale Stadtinformationsanlagen stellen sicher, dass ein großer Teil der Bürger einer Stadt schnell mit aktuellen Informationen versorgt werden können, ohne dass diese wie eine Website aktiv aufgesucht werden müssten, oder dass diese den Bürger stören, wie es Popups im Internet der Fall wäre. Je nach Verteilung und lokaler Mobilitätsstruktur ist davon auszugehen, dass bis zu 70% der Bürger einer Stadt binnen dreier Werk tage mit den Botschaften erreicht werden, bis zu 40% innerhalb eines Tages, oft weniger Stunden. Digitale Stadtinformationsanlagen verfolgen nicht nur den Zweck der Information und der Kommunikation bürgernaher Dienste. Sie sind auch ideal dazu geeignet, die Resilienz einer Stadt zu verbessern indem sie vor Gefahren warnen und / oder im Falle unvorhergesehener Ereignisse dazu geeignet sind, die Bürger schnell und örtlich individuell zu informieren.

2. Public Service

Durch die Digitalisierung des öffentlichen Raums wird die Bürger- und Kundenansprache noch effektiver – denn sie funktioniert in Echtzeit und bei Bedarf individuell auf den Standort eingehend. Aus unserer Sicht heißt das digitale Kommunikationskonzept im öffentlichen Raum „Public Service“ – und basiert auf dem Auf- und Ausbau eines digitalen Stadtinformationsnetzwerkes. Diese Netzwerke gibt es gegenwärtig und umfassen als digitales Schaufenster die örtlichen Händler, Gastronomen, Dienstleister und Kultur- und Freizeiteinrichtungen, aber auch redaktionelle, lokale Inhalte wie Wetter und Nachrichten, Stadt- und Tourismusinformationen, Sport- und Kulturveranstaltungen oder Mobilitätshinweise. Auch als Warnmultiplikator sind digitale Stadtinformationsanlagen im Dienste des Bevölkerungs- und Katastrophenschutzes einsetzbar. Digitale Stadtinformationsnetzwerke sind ein Ansatz, von dem viele profitieren: Die Städte, die Menschen in den Städten, der lokal und regionale Handel. Es gibt bereits bestehende Infrastruktur im öffentlichen Raum, wo die Menschen unterwegs sind. Und damit genau an den Stellen, an denen die Stadt, Behörden und Institutionen, aber auch lokale und regionale Händler, Gastronomen, Dienstleister und Kultur- und Freizeiteinrichtungen ihre Botschaften und Services platzieren möchten: An den Straßen, in Fußgängerzonen, sowie in den Haltestellen und Bahnhöfen des öffentlichen Personennahverkehrs.

Aktuell geht jedoch der Durchsatz digitaler Stadtinformationsanlagen aus unserer Sicht zu langsam voran. Dies liegt vor allem daran, dass die Möglichkeit zum beschleunigten Aufbau digitaler Stadtinformationsanlagen noch nicht ausreichend im Baurecht adäquat vorgesehen ist. Dies kann in der frühzeitigen Beteiligung von integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzepten erfolgen, aber auch in einer Privilegierung einzelner baulicher Anlagen der digitalen Infrastruktur und Stadtmobiliar von der Pflicht zur Einhaltung der Abstandsflächen bestehen. Wir sprechen uns deshalb dafür aus, gesetzliche Veränderungen im digitalen Transformationsprozess auch in der Stadtentwicklungspolitik zu berücksichtigen, damit die Städte und der lokale wie regionale Handel integrierte und passgenaue Konzepte entwickeln können. Die Integration von Informations- und Kommunikationstechnologien in die Infrastruktur einer Stadt kann dabei helfen, Lösungen für Mobilität, Verwaltung und öffentliche Sicherheit zu finden und viele städtische Probleme effizienter und schneller zu lösen.