

Drei Fragen an: Theodora Müller

Stadtplanerin und Mitgründerin Desta



2050 werden mehr als zwei Drittel der Menschen in Städten leben.

Wie lässt sich das planen? Inwiefern betrifft das den Retail?

Europäische und Schweizer Städte gehen von diesem Wachstumsszenario aus und planen damit. Verdichtung wird vertikal und horizontal stattfinden. Das betrifft auch den Retail. Es wird ein proportionales Wachstum für den Bedarf an Lebensmitteln, Technologie und Kleidung stattfinden, das erfüllt werden muss. In vielen Fällen wird Retail an die Stadtränder ziehen, in günstigere Räumlichkeiten oder in Shoppingcenter. Aber ich kann mir nicht vorstellen, dass es auch Stadtteile ohne Retail geben wird. Diese würden zum «Schlafzimmer» und an Attraktivität verlieren.

Wer wird sich die Mieten in den Innenstädten noch leisten können?

Das hängt stark mit dem politischen Kräfteverhältnis einer Stadt zusammen. Berlin ist ein gutes Beispiel. Dort besteht die Möglichkeit, dass sich Retailer oder Quartierbewohner gemeinsam gegen Mieterhöhungen von Immobilienmaklern und Investoren wehren, indem sie sich politisch zusammenschließen und sich für die individuelle Identität des Quartiers einsetzen. Das könnte auch in Zürich einen Versuch wert sein.

Wie muss ein Geschäft in der Zukunft aussehen, um am Markt zu bestehen?

Zuallererst muss man festhalten, dass der Markt aus vielen Trends besteht. Nehmen wir die Digitalisierung. Als die Onlineshops beliebt wurden, dachten alle, dass dies das Ende von Real-Time-Shopping sei. Es überrascht allerdings, dass im textilen Bereich viele Kunden nach wie vor das haptische Erlebnis bevorzugen. Das gilt auch für unsere handgewebten Schals, die ein Grossteil der Kunden vor dem Kauf unbedingt in den Händen halten möchte. Wir glauben, dass ein Retail-Business am besten funktioniert, wenn es on- und offline Erlebnisse anbietet. Online bedeutet Skalierbarkeit, Effizienz durch Kundendaten und 24/7-Zugang. Offline hingegen bietet zwischenmenschliche Interaktion und ein Erlebnis. Menschen kaufen Geschichten, weshalb heute nachhaltige und faire Firmenaktivitäten immer wichtiger werden.

Amazon in München: Da werden bereits Etagen gemietet, von wo aus ganze Wohnviertel beliefert werden. Das sind sehr viele Impulse, die sich heute in Rekordzeit verändern.

textilrevue: Wie sehen Sie die Zukunft für den Modefachhandel? Dezentralisiert? Nur noch in Metropolen?

Simon Keller: Ich bin kein Modespezialist, aber ich weiss, dass der Onlineanteil in der Schweiz in diesem Bereich doppelt so hoch ist wie der Durchschnitt landesweit. Deshalb bin ich der Meinung, dass die ganz Grossen an Highstreet-Lagen die Gewinner sein werden. Zusätzlich wird es kleine Nischenplayer geben, die dank ihrem speziellen Profil mit Stammkundschaft arbeiten können. Schwierig wird es für die Mittelgrossen. Das betrifft nicht nur die Modebranche.

Christoph Stelzer: Ich könnte mir vorstellen, dass diese Mittelgrossen von den Grossen als eine Art Hülle aufrechterhalten werden, die in polyzentrischen Regionen ebenfalls präsent sein möchten, dies aber nicht unter dem Hauptbrand, mit dem man an den Highstreet-Lagen vertreten ist. Bereits seit einigen Jahren gibt es solche Pop-up-Formate, mit denen sich Marken neu ausprobieren und neue Zielgruppen suchen. Ich glaube nicht so sehr daran, dass Subversion überhaupt noch stattfinden kann. Es ist aber durchaus möglich, dass ich in der Vorstadt in einen Shop gehe und meine, es sei ein Tante-Emma-Laden, auf der Website aber sehe, dass ein Grosser aus Imagegründen damit kokettiert.

Cyril Kennel: Wenn die Metropolen wachsen und Retail in gewissen Ballungszentren stattfindet, spreche ich nicht von einer Kernstadt, sondern von einer Metropolitanregion mit einer suburbanen Struktur. Und da geht in Zukunft die Post ab, nicht am Bellevue in Zürich, sondern eben in Wallisellen oder Glattbrugg. Das ist typisch für solche polyzentrischen Strukturen.

textilrevue: Welche Rolle spielt der Faktor Mensch?

Marco Lanowy: Der Stadtforscher Adam Greenfield hat in seinem Buch «Against the Smart City» 2013 kritisiert, dass über die Stadtbewohner in diesen «Smart Cities» wenig zu lesen sei. Wenn alles anhand von technischen Systemen beobachtet wird, fehlt das Kontroverse, das Unsäubere