

# Long Covid oder symptomfrei: Wie infiziert ist das Altstadt-Gewerbe?

«Läden» nach Corona Wird die Berner Innenstadt wegen des Online-Shopping-Booms verarmen? Die Prognosen von Experten sind düster. Doch die Inhaber von kleineren Läden widersprechen – und verraten ihre Erfolgsrezepte.

Fabian Christl

Anhaltender Onlineshopping-Boom, sinkende Passantenströme wegen Homeoffice: Die Prognosen für Gewerbetriebe in der Berner Altstadt sind düster. Doch es gilt zu differenzieren. Nicht alle Sparten und Läden sind gleich von den aktuellen Entwicklungen betroffen. Und auch nicht alle sind gleich wichtig, um die Altstadt attraktiv zu halten. Ein H&M mehr oder weniger? Ändert am samstäglichen Shoppingerlebnis kaum etwas. Es sind eher die kleinen, inhabergeführten Geschäfte, die der Altstadt eine Seele einhauchen. Wir haben bei fünf von ihnen nachgefragt, wie es ihnen in diesem Jahr ergangen ist. Und wie sie sich für die Zukunft rüsten.

## — Kleiderläden Comme il faut: Vorteil Exklusivität

In einem gleichen sich die Innenstädte Europas: Sie werden von Kleiderläden dominiert. Böse Zungen behaupten, sogar von den genau gleichen Kleiderläden. Auch in Bern ist die obere Altstadt in der Hand von internationalen Ketten. Es sind die Geschäfte, die es im Pandemiejahr am schwersten hatten, sagt Sven Gubler, Direktor der Innenstadtvereinigung Bern City.

Doch auch für die kleinen Boutiquen war es kein einfaches Jahr. Jürg Knecht, der Inhaber des schmucken «Comme il faut» in der unteren Altstadt, ist aber mit einem blauen Auge davongekommen. «Vor allem im ersten Lockdown erhielten Interessierte auf Anmeldung eine Privatberatung. «Das hat so gut funktioniert, dass ich das Angebot auch nach der Pandemie aufrechterhalte.»

Einfach war das Jahr aber auch für Knecht nicht. Probleme bei den Lieferketten sowie ein wenig solidarischer Liegenschaftsbesitzer nahmen ihm zeitweilig die Freude an der Arbeit. Doch

statt aufzuhören, zügelte Knecht den Laden von der Brunn- in die Postgasse. «Das hat uns einen Motivationsschub verpasst.»

Selbst abnehmende Passantenströme bereiten ihm keine Sorgen. So profitiert das Geschäft von einer langjährigen, treuen Stammkundschaft. Zudem habe die Attraktivierung der Rathausgasse dazu geführt, dass auch die Postgasse stärker frequentiert werde. «Ich gehe voller Optimismus in die Zukunft», so Knecht.

Gubler sieht ebenso eine Zukunft für Kleidergeschäfte mit klarem Konzept und guter Kundenanbindung in der Altstadt. Da die Mieten in der Altstadt tendenziell tiefer seien, könnten Nischengeschäfte künftig sogar bessere Bedingungen vorfinden.

## — Olmo Shoes: Vorteil Marke

Während es viele Kleiderläden im Pandemiejahr schwer hatten, gibt es eine verwandte Branche, die laut Gubler tendenziell noch stärker litt: Schuhgeschäfte. Allerdings: Nicht alle Schuhläden in der Stadt Bern mussten im letzten Jahr darben. Olmo Shoes an der Zeughausgasse etwa hat den Umsatz halten können, wie Mitinhaber Luc Pauchard auf Anfrage sagt.

Schon vor der Pandemie war zu beobachten, dass sich Schuhgeschäfte diversifizieren. Das nahe von Olmo gelegene Sneaker-Geschäft Titolo etwa hat das Angebot an Kleidern in seinem Geschäft in den letzten Jahren stetig ausgebaut. Bei Olmo Shoes steht das natürlich nicht zur Debatte. So gehören zur Olmo-Gruppe bereits mehrere Kleidergeschäfte. Dafür haben die Olmo-Betreiber den Teil-Lockdown genutzt, um einen Workshop einzurichten. «Wir haben uns lange davor gedrückt, weil es eigentlich nicht unserer Philosophie entspricht», sagt Pauchard. So sieht der Mitinhaber die Kernkompetenz in der direkten und qualifizierten Beratung. «Wir wollen, dass unsere Kunden Komplimente für ihre Garderobe bekommen – und nicht einfach Geld scheffeln.» Um die Zukunft macht sich Pauchard –



Ein Laden von Nerds für Nerds: Cyril Bucher vom Drachenäsch präsentiert eines von Tausenden Produkten. Foto: Franziska Rothenbühler

trotz Onlineshopping und Homeoffice – keine grossen Sorgen. «Die Leute haben während des Lockdown gesehen, wie trostlos eine menschenleere Innenstadt aussieht; ich gehe davon aus, dass sie dies in Zukunft auch durch Unterstützung des lokalen Gewerbes verhindern wollen.» Auch Gubler sorgt sich wenig um Olmo: Er sei mit dem Kitchener zusammen eines dieser Geschäfte, die junge Mode nach Bern gebracht hätten. «Man kann beinahe von einem Local Hero sprechen, der auch dank der Kraft der Marke durchaus am Markt wird bestehen können.»

## — Chähütte: Vorteil Authentizität

Der Laden, wenige Meter vom Kornhausplatz entfernt, wirkt ein

bisschen wie aus der Zeit gefallen. Eine Käsetheke, ein Kühlregal mit Milch und Joghurts sowie eine bodenständige Verkäuferin mit ruralem Charme – und nichts weiter. Die Rede ist von der Chähütte mit offizieller Anschrift Rathausgasse.

«Wir haben die Einrichtung bewusst so gelassen, wie sie war, als wir den Laden vor sieben Jahren übernahmen», sagt Patrick Bärflüss, der das Geschäft zusammen mit Bruder Dominic erwarb.

Denn Käse und ein topmodernes Ambiente – das passe nicht. Auch die Kundinnen und Kunden schätzten die Kontinuität. «Wir konnten die bereits grosse Stammkundschaft unseres Vorgängers übernehmen und weiter ausbauen», sagt Bärflüss. Gubler überrascht das nicht. «Mit der

durch die Klimabewegung verstärkten Auseinandersetzung beim täglichen Konsum haben solche Betriebe zusätzlich an Beliebtheit gewonnen», sagt er. Man verbinde diese mit Nachhaltigkeit, Qualität, Regionalität und Liebe zum Produkt. Gerade in Bern sei diese Haltung stark spürbar, was man auch an der grossen Beliebtheit der Lebensmittelmärkte sehe, so Gubler.

Allerdings: Spezialitätengeschäfte wie etwa Confiserien haben häufig sehr schöne Läden – sie wirken auf flanierende Passanten wie ein Magnet. Wenn die Altstadtstrassen wegen Homeoffice nicht mehr so belebt sind, könnten die fehlenden Flaneure für solche Geschäfte laut Gubler zu einer spürbaren Herausforderung werden. Gleichwohl, die

Chähütte muss sich wohl wegen der grossen Stammkundschaft wenig Sorgen machen. Homeoffice habe auch dazu geführt, dass die Leute ausgiebiger frühstückten, sagt Bärflüss. «Der Joghurtabsatz war enorm.»

## — Drachenäsch: Vorteil Erlebnis

Alteingesessene Fachgeschäfte werden durch die immer gleichen Kleiderläden verdrängt: Diese Diagnose hörte man in den letzten Jahren häufig – meist mit einem Ausdruck des Bedauerns vorgetragen. Allerdings: Vereinzelt hat es in der Altstadt noch kleine Fachgeschäfte; etwa das Messergeschäft Klötzli, den Küchenladen in der Postgasse oder das Drachenäsch in der Rathausgasse. Und zumindest Letzterem



Gabriela Bader setzt auf engen Kundenkontakt. Foto: Franziska Rothenbühler



Olmo ist ein klassisches Familienunternehmen. Foto: Adrian Moser

ist die Lust noch nicht vergangen. «Wir hatten ein vergleichbar gutes Jahr», sagt Cyril Bucher, der wie alle Mitarbeiter auch Genossenschaftsmittel und somit Mitinhaber des Spiel Ladens ist. Nach den temporären Zwangsschliessungen seien die Kunden auch rasch zurückgekehrt.

Zwar spürt auch das Drachenäsch die Konkurrenz aus dem Internet. Die Mitarbeiter haben die Pandemie denn auch genutzt, um den Workshop aufzufrischen. Doch auch in Zukunft will man den Fokus auf das Ladengeschäft legen, wie Bucher betont. «Allein das Vorhandensein von Tausenden Spielen verleiht unserem Geschäft eine spezielle Ästhetik.» Dank Knobelgaben, der Möglichkeit, Spiele zu testen, sowie Mitarbeitern, die schon fast alle Spiele ausprobiert

haben, verweilen manche Kunden stundenlang auf den zwei Stockwerken. «Wir wollen Einkaufen zu einem Erlebnis machen.»

Keine schlechte Strategie, findet Gubler von Bern City. «Die Leute schätzen es wieder stärker, wenn das Rumstöbern zum Erlebnis wird.» Fachgeschäfte mit qualitativ hochwertigem Sortiment und guter Beratung lägen ohnehin wieder im Trend. «Die Kunden mögen das Persönliche, was solche Geschäfte bieten können.» Dafür seien sie sogar bereit, etwas tiefer in die Tasche zu greifen.

— **Buchhandlung zum Zytglogge: Vorteil Kundennähe** Die Ursprünge des Onlineshopping-Booms lagen im Buchhandel. Branchenprimus Amazon verkaufte 1995 sein erstes

Buch übers Internet. Damals konnte sich wohl kaum jemand vorstellen, sich auch Kleider oder Lebensmittel nach Hause liefern zu lassen. Den Strukturwandel, den nun Lebensmittelhändler und Kleidergeschäfte durchmachen, hat der Buchmarkt also längst hinter sich. Trotzdem sind auch kleinere Buchhandlungen in der Berner Altstadt noch vereinzelt anzutreffen. Doch bevor Gabriela Bader, die Inhaberin der Buchhandlung zum Zytglogge, Auskunft erteilen kann, verabschiedet sie sich noch von einem Kunden – mit Namen, selbstverständlich, wie sie es bei fast allen Stammkunden kann und tut.

Damit ist man schon beim Erfolgsfaktor kleiner Buchhandlungen angelangt. Betriebswirte würden wohl von Kundenbindung sprechen. Die Buchhandlung zum Zytglogge trieb dies im Pandemiejahr auf die Spitze. Statt einen Internetshop einzurichten, nahmen die Buchhändlerinnen weiterhin

Bestellungen über E-Mail und Telefon entgegen. «Viele erkundigten sich nach unserem Befinden oder schütteten uns ihr Herz aus», sagt Bader. Dieser engen Kundenkontakt möge vorordentlich ineffizient erscheinen, sei aber «ein Geheimrezept» des anhaltenden Geschäftserfolgs.

In eine ähnliche Kategorie fallen die Veranstaltungen der Buchhandlung zum Zytglogge, also die gelegentlich stattfindenden Lesungen oder die geplante Reihe mit Mini-Konzerten für jeweils drei Gäste. Rein finanziell lohnt sich das nämlich kaum. Doch auch die Buchhandlungen wurden von der Pandemie tangiert. Und zwar im Positiven, wie Gubler von Bern City sagt. Jedenfalls hätten grosse wie kleine Buchhandlungen in diesem Jahr verhältnismässig gut geschäftet. «Offenbar haben die Leute dank mehr Zeit das Lesen wiederentdeckt», sagt er. Gut möglich, dass dieser Effekt – wie die Zunahme beim Onlineshopping – die Pandemie überdauert.

## «Bund»-Serie: Wie verändert Corona die Stadt?

Je länger die Corona-Krise anhält, desto mehr verändert sie die Gesellschaft. Führt Corona auch in Bern zu einer neuen Art von Stadtfucht wie etwa in Paris oder New York? Oder passiert gerade das Gegenteil? Was geschieht mit den Büroflächen, wenn viele Firmen Homeoffice als Sparmöglichkeit entdecken? Welche Folgen hat die Pandemie für die Innenstädte, das Leben in den Quartieren, den Verkehr und den städtischen Aussenraum? Und was bedeutet das alles für die Boden- und Mietpreise? In der Serie «Wie verändert Corona die Stadt?» sucht der «Bund» Antworten auf diese Fragen. (red)

Bisher erschienen: — Interview mit Stadtforscher Christian Schmid (24. April) — Corona treibt die Leute aus der Stadt (26. April) — Städter zahlen mehr für frische Bergluft (26. April)

Carlo Senn

## «Eine Stadt funktioniert am besten, wenn man sich nicht einmischt»

**Leere Altstadtläden** Die Politik sollte die Innenstadt nicht zu stark regulieren, sagt der Berner Architekt Bernhard Aebi.

### Herr Aebi, welche Spuren hinterlässt die Pandemie in der Berner Altstadt?

Momentan ist sie noch relativ leer. Es sind weniger Touristen unterwegs, dadurch verändert sich unsere Wahrnehmung der Altstadt.

### Inwiefern?

Die Überfüllung der Innenstadt hat in den letzten fünf Jahren stark zugenommen, das ist ein wenig zur Plage geworden. Wenn ich vor zwei Jahren in die Stadt hinunterliefe, sind mir Herden von Touristen entgegenkommen, ich wollte so schnell wie möglich verschwinden. Heute kann ich den Weg in Ruhe gehen.

### Und in Zukunft?

Ich hoffe, Corona wird die Stadt im positiven Sinne verändern: indem grosse Läden oder Betriebe eher weniger werden und Platz für kleinere entsteht. Und dass dadurch das Leben in der Altstadt an Qualität gewinnt. Ich bin selber vor einem Jahr aus der Gerechtigkeitsgasse weggezogen. Als Wohnort schätze ich sie extrem, aber ich habe auch stark den Unterschied zwischen oberer und unterer Altstadt erlebt. Die untere Altstadt ist viel ruhiger und funktioniert mehr im Sinne einer Stadt, die obere im Sinne eines Einkaufszentrums.

### Welchen?

Wer vor Corona jeden Tag von Bern nach Zürich gependelt ist, wird das vielleicht nur noch an zwei oder drei Tagen in der Woche tun und sonst von daheim aus oder in Co-Working-Spaces arbeiten. Spannend daran ist, dass so in Stadtquartieren wieder die Nachfrage nach einer Grund- und Versorgungsstruktur verstärkt wird: Es braucht Verpflegungsmöglichkeiten, Einkaufsläden und Cafés.

### Könnte die Politik diese Entwicklung mit städtebaulichen Massnahmen unterstützen?

Eine Stadt funktioniert am besten, wenn man sich möglichst nicht einmischt. Müssen kleine Läden zumachen, schafft das Platz für andere Nutzungen. Was mit den Räumen passiert, wird sich von allein zeigen. Werden es Arbeitsplätze oder sogar Wohnungen? Wenn wieder mehr Leute in der Stadt, führt das zum Bedürfnis, sich ebendort aufzuhalten. Das heisst, es entstehen beispielsweise neue Restaurants und Aufenthaltsorte.

### Der Druck auf die kleinen Läden der Altstadt hat sich doch durch Corona vielmehr verstärkt.

Es gibt Studien in Deutschland, die besagen, dass grosse Firmen und Ladenketten an zentralen Orten in den Städten sogenannte Hubs bilden werden, also etwa am Bahnhof. Dadurch lastet weniger Druck auf den restlichen Geschäften in der Nähe, die Mieten werden günstiger. Und es gibt für die kleinen Läden mehr Möglichkeiten, etwas anzubieten, was man nicht in den grossen bekommt.

### Berner Boutiquen profitieren also von der Präsenz internationaler Ladenketten?

Ja. Jene Leute, die es schätzen, analog einzukaufen, werden das auch weiterhin tun. Hinzu kommt, dass die Geschäftsmieten in der unteren Altstadt schon vor Corona gestunken sind. Corona beschleunigt wohl diese Tendenz.



Corona kann laut Aebi auch positive Auswirkungen haben. Foto: A. Moser

### Sollte man die Liegenschaftsbesitzer stärker in die Pflicht nehmen, damit sie die Mieten für solche Läden langfristig senken?

Das wird sich automatisch ergeben. Auch Homeoffice wird einen Einfluss auf die Altstadt haben.

### Identität?

Als man nach dem Krieg die neuen Städte plante, richtete man sie nach dem Auto aus: Man baute breite Strassen und Parkplätze. Nur der Mensch ging vergessen.

### gassen lenken – zu den kleinen Boutiquen, die ums Überleben kämpfen?

Man bringt die Leute nur in die Seitengassen, wenn diese attraktiv sind. Die Rathausgasse etwa hat in den letzten Jahren extrem an Beliebtheit gewonnen. Die Leute gehen dorthin, weil der Ort Charakter und Charme hat. So entsteht Identität.

### Und die Berner Altstadt?

Die bietet Qualität. Man sieht dabei wieder gut den Unterschied zwischen der oberen und der unteren Altstadt: In den oberen Gassen hat es viel mehr Verkehr, es gibt anonyme Läden und Schaufenster. Und wenn die Läden zu sind, ist alles tot. In der unteren Altstadt herrscht das pure Gegenteil: Man hält sich dort gerne auf, es gibt einen humaneren Massstab.

### Es geht um persönliche Kontakte.

Genau. Was derzeit ebenfalls an vielen Orten passiert, auch in Bern: Man tendiert dazu, mit den Velos die gleichen Fehler wie in den Sechzigern mit den Autos zu wiederholen. Weil man denkt, man müsse überall mit dem Velo hinfahren und parkieren können, werden Plätze mit Velos zugestellt, und sie verlieren ihre Qualität. Niemand hockt gerne hinter 50 Velos und trinkt einen Kaffee.

### Liessen sich die Passantenströme stärker in die Seiten-

### Bernhard Aebi

Der Berner Architekt führt seit 1996 gemeinsam mit Pascal Vincent das Architekturbüro Aebi & Vincent in Bern und Genf. In Bern zeichnen Aebi & Vincent etwa für die Gesamtsanierung des Parlamentsgebäudes und der Nationalbank verantwortlich, ebenso für die kleine Asino Bar am Casinoplatz. Aebi ist am 4. Mai im Architekturforum Bern zu Gast. Das Gespräch wird am 19. Uhr als Stream übertragen. Weitere Informationen: www.nike-kulturerbe.ch.

### Fehlen in der Altstadt die Freiräume?

Es gibt eigentlich genug Freiräume, man darf sie einfach nicht als Veloparkplätze missbrauchen oder mit Sitzmöbeln zu gestalten versuchen. Der Bundesplatz zum Beispiel war in den Achtzigern ein Parkplatz. Jetzt ist es ein leerer Platz. Eine solche Leere zu haben, ist eine enorme Qualität. Die Leute können sie frei nutzen.

Lena Rittmeyer

## Bern droht grosses Ladensterben

**Corona frisst den Umsatz weg** Die Pandemie verstärkt den Strukturwandel in der Innenstadt: Der Umsatz der Geschäfte verschiebt sich zu den grossen Onlinehändlern. Jedes zehnte Geschäft könnte verschwinden, schätzt ein Experte.

Ein Vormittag in der unteren Berner Altstadt. Es scheint heile Welt zu herrschen: Die Aussenbereiche der Beizen sind geöffnet, die Leute gönnen sich einen Kaffee unter den Lauben, einige «schöniggen» in den zahlreichen Läden im Unesco-Weltkulturerbe. Doch der Schein trügt. Denn bei näherer Betrachtung fällt auf, dass sich kaum Kundschaft in die Läden verirrt. Set es in den Haupt- oder kleinen Nebengassen: Die Lust, beim lokalen Gewerbe einzukaufen, scheint bei Berns Bevölkerung momentan nicht gross zu sein.

Es ist ein Bild, das sich schon seit längerem abzeichnet. Die Strukturen sind im Wandel, der Onlinehandel frisst den Geschäften die Umsätze weg. Corona hat

diesen Trend stark befeuert. Viele haben das Shopping übers Internet neu entdeckt und sich bereits daran gewöhnt. Das zeigt sich auch in Zahlen der Innenstadt-Organisation Bern City von 2020: Die Geschäfte erlitten Einbrüche von bis zu 30 Prozent.

### Gewinne im Sturmflug

Der Boom des Onlineshoppings wurde durch den Shutdown ausgelöst. Plötzlich waren die Geschäfte geschlossen, nur noch im Internet konnte eingekauft werden. Zudem stahl die Pandemie dem lokalen Gewerbe viel Laufkundschaft. Wegen des aufkommenden Homeoffice, ausbleibenden Touristen und geschlossener Boutiquen waren in der Altstadt temporär kaum Leute unterwegs. Der

Druck auf die Läden könnte künftig sogar noch steigen. Zumindest laut Dirk Morschett, Professor für Betriebswirtschaft an der Universität Freiburg. Er forscht zu Trends im Detailhandel und ist überzeugt, dass das Onlineshopping weiter wächst. Im Non-Food-Bereich, also alles ausser Lebensmitteln, haben die Onlineanbieter bereits jetzt einen Marktanteil von knapp 20 Prozent. Morschett geht davon aus, dass dieser bis in zehn Jahren zwischen 30 und 40 Prozent liegen wird.

Stimmen Morschetts Einschätzungen, dann steht dem Altstadtgewerbe eine dunkle Zukunft bevor. Laut dem Betriebsökonomem dürften schon jetzt viele Geschäfte am finanziellen Limit sein. Die

Reserven seien wohl bei vielen trotz staatlicher Unterstützung während des Lockdown geschmolzen. «Deshalb könnten bis zu 10 Prozent der Läden verschwinden», sagt Morschett. Überleben also nur noch die grossen Ketten wie Manor und H&M? «Auch die Unternehmensgrösse ist keine Überlebensgarantie», sagt Morschett und erwähnt den ehemaligen Kleiderhändler OVS, der 2018 Konkurs anmeldete – an diesem Standort ist nun ein Manor eingemietet.

Laut Morschett ist bereits in den nächsten Jahren vermehrt mit leeren Schaufenstern in der Berner Altstadt zu rechnen. Das ist gemäss dem Experten gefährlich. Denn dadurch dürfte die Laufkundschaft weniger werden,

was auch für die umliegenden Geschäfte schädlich ist. Im schlimmsten Fall kann es so zu einer Kettenreaktion kommen – sodass in kurzer Zeit in einem Perimeter mehrere Geschäfte dichtmachen.

### Gastro im Glück

Es gibt jedoch auch Hoffnungen. So dürften durch die Pandemie in der Stadt die Geschäftsmieten sinken. Es sind jedoch trügerische Aussichten. Für viele könnte dieser Rettungsring zu spät kommen. Denn die Entwicklung dürfte noch etwas Zeit in Anspruch nehmen. Zudem stellt die Miete für viele Läden nicht den wichtigsten Kostenpunkt dar. Ein leicht tieferer Mietzins dürfte also kaum ver-

hindern, dass Geschäfte schliessen müssen. Laut Morschett wird es aber durchaus Gewinner dieser Entwicklung geben. Er prophezeit der Altstadt einen gastronomischen Aufschwung. «Die Leute wollen sich treffen, verweilen und verpflegen», sagt Morschett. Als grösste Verlierer vermutet er die Kleiderläden. «Diese dürften es immer schwerer haben.» Mehr Genuss, weniger «lädele» also. Diejenigen Geschäfte, die überleben, müssen Kundinnen und Kunden ein Erlebnis bieten, sei das mit Events oder einer guten Beratung. Nicht alle malen die Zukunft so schwarz wie Morschett. So zum Beispiel Sven Gubler, Direktor der Innenstadtvereinigung Bern City. Gerade den kleinen