



VORLÄUFIGE
ERGEBNISSE

Zukunft hessische Innenstädte

Zwischenergebnisse des gemeinsamen
Workshopprozesses

HESSEN



Hessisches Ministerium
für Wirtschaft, Energie,
Verkehr und Wohnen



DEHOGA
HESSEN



Handelsverband
Hessen

HESSISCHER
STÄDTETAG



Hessischer
Städte- und
Gemeindebund

bcsd

Bundesvereinigung
City- und Stadtmarketing
Deutschland e.V.

architekten- und
stadtplanerkammer
hessen



IHK
Hessischer Industrie-
und Handelskammertag

Teilnehmer*innen am gemeinsamen Workshopprozess

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen

Carolin Friedländer
Karin Jasch

DEHOGA Hessen

Kerstin Junghans

Handelsverband Hessen

Silvio Zeizinger
Katrin Raddatz

Hessischer Städtetag

Tanja Pflug
Michael Hofmeister

Hessischer Städte- und Gemeindebund

Johannes Heger
Klaus Pfalzgraf

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing, Landesverband Hessen

Anke Jansen

Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen

Gertrudis Peters

Hessischer Industrie- und Handelskammertag

Frank Achenbach
Laura Becker
Ulrike Gaube
Dr. Alexander Theiss

Prozessüberblick

- Umfrage 1 mit Input der Projektpartner
- Workshop 1 mit Input von Urbanista und Erarbeitung eines gemeinsamen Lagebildes
- Reflexion des Lagebilds in den Partnerorganisationen
- Umfrage 2 mit Input der Projektpartner
- Workshop 2 Reflexion und Diskussion der Zukunftsperspektiven, erster Abgleich der Handlungsansätze und Sammlung der Erwartungen an den weiteren Prozess
- Reflexion und Ergänzung der Zukunftsperspektiven und Handlungsansätze, inkl. der zukünftigen Arbeitsweise sowie Inhalte durch die Projektpartner

Hessens Innenstädte gemeinsam weiterentwickeln

Unsere Innenstädte verändern sich. Der Einzelhandel, in den letzten Jahren und Jahrzehnten prägende Leitbranche unserer Zentren, befindet sich in einem tiefgreifenden Strukturwandel. Die Gründe hierfür sind vielfältig und die Bedingungen sicher nicht in jeder Stadt oder Kommune gleich. Eine zentrale Frage jedoch eint fast alle Akteur*innen: Wie können wir uns aufstellen, um nachhaltig lebendige und attraktive Stadtmitten für die ganze Stadt zu sichern?

Mit dem Projekt „Zukunft hessische Innenstädte“ wollen wir dieser Frage nachgehen. Ein breites Bündnis aus Akteur*innen der Innenstadt hat sich zusammengefunden, um Antworten zu finden, wie der Wandel aktiv gestaltet werden kann. Wir haben uns in zwei virtuellen Workshops im Juni und August 2020 zur aktuellen Lage und zu möglichen Zukunftsperspektiven ausgetauscht. Dabei ist ein fundiertes Bild entstanden, auf dessen Basis wir unsere Zusammenarbeit und unser Engagement fortsetzen möchten.

Die Zwischenergebnisse haben wir nun festgehalten, doch dies ist nur der erste Schritt. Die Auswirkungen der Corona-Krise werden insbesondere auch in den Innenstädten zu spüren sein, da Branchen wie Handel und Gastgewerbe stark betroffen sind. Umso dringlicher wird die Notwendigkeit, die Stadtzentren und ihre Stärkung in den Fokus zu nehmen und konkrete Projekte voranzutreiben.

Seit jeher erfüllen unsere Innenstädte, Stadtteilzentren und Ortskerne zentrale Funktionen für die Menschen: Einkaufen, Arbeiten, Freizeit, Wohnen, Kultur, Teilhabe und Gemeinschaft sind die wichtigsten von ihnen. Die Innenstadt ist Identifikationsort und auch gesellschaftliche Mitte. Als Gemeinschaftsaufgabe kann es gelingen, diese Funktionen zu stärken, neue Energien in die Stadt zu holen und zukunftsfähige Rahmenbedingungen zu schaffen.

Wir werden nicht verhindern können, dass sich unsere Innenstädte wandeln. Doch Veränderung kann auch Chancen bedeuten. Lassen Sie uns diese gemeinsam gestalten und für lebenswerte Zentren in Hessen eintreten.


Frank Achenbach
Mitinitiator

Inhalt

Lagebild	Seite 4
Perspektiven	Seite 18
Handlungsansätze	Seite 32

TEIL 1

Lagebild

Grundannahme zur Ausgangslage: Die Innenstadt ist geprägt durch fünf Grundfunktionen (Handel, Arbeit, Kultur, Teilhabe und Repräsentation sowie Wohnen), deren Bedeutung und Flächenanteil sich historisch immer wieder verändert haben. Über die letzten Jahrzehnte hinweg entstand ein starker Bedeutungsüberschuss beim Handel, der sich aktuell wieder verringert.

Was sind die wesentlichen Treiber für den Strukturwandel in unseren Innenstädten?

Antworten (zusammengefasst)

Konkurrenz durch den Onlinehandel

verändertes Kundenverhalten

funktionale Entmischung der Innenstädte

Konkurrenz durch Grüne-Wiese-Standorte

fehlende „Publikumsmagnete“

fehlende innovative Nutzungen

fehlende Nachfolgeregelung und teilweise Überalterung

Missverhältnis zwischen Flächenproduktivität und Mieterwartungen

verändertes Konsumverhalten

soziale Segregation in den Städten

Digitalisierung

Attraktivitätsverlust durch Leerstände

fehlende Atmosphäre

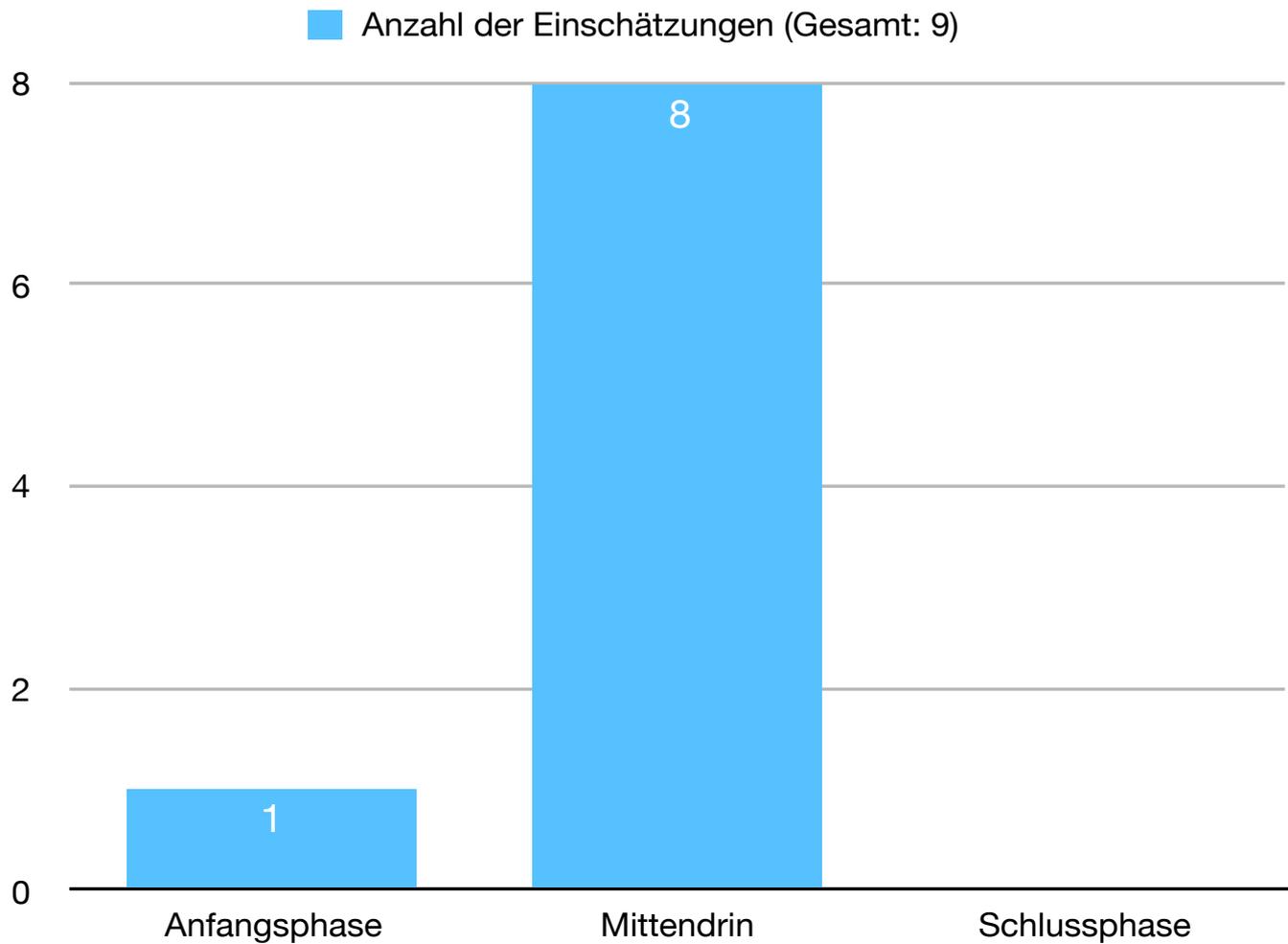
fehlende Angebote (Infrastruktur, Service etc.)

kaum Existenzgründungen im stationären Handel oder nicht nachhaltig

Erkenntnisse und Empfehlungen

- Die Umfrage ergibt ein recht einheitliches Gesamtbild der Treiber für den Strukturwandel.
- Im Laufe des Workshops wurden die Treiber nicht weiter thematisiert oder diskutiert.

In welcher Phase des Strukturwandels befinden wir uns?



Erkenntnisse und Empfehlungen

- Die Diskussion ergibt ein sehr eindeutiges Gesamtbild: Ein Ende des Strukturwandels ist nicht abzusehen.

Welche Dynamiken bzw. regionalen Unterschiede lassen sich in Hessen erkennen?

Antworten (zusammengefasst)

Geografische Besonderheiten

In Hessen ist ein ausgeprägtes Nord-Süd-Gefälle erkennbar: Ballungsraum FRM gegenüber ländlichen Regionen in Mittel- und Nordhessen bzw. Odenwald.

Agglomerationsräume

Agglomerationsräume sind gekennzeichnet von Segregations-Effekten (z.B. Wohnen in der Innenstadt nur für das hochpreisige Segment)

Das Thema Attraktivität der Zentren spielt in Agglomerationsräumen eine größere Rolle als der Erhalt der Versorgung.

Ländliche Räume

Ländliche Räume sind vom Strukturwandel besonders betroffen.

In der Fläche ist der stationäre Handel bereits dauerhaft verschwunden.

Hier sind deutliche Donut-Effekte erkennbar: Verödung der Ortskerne bei weiterem Flächenfraß für Wohn- und Gewerbeflächen am Ortsrand

Der Erhalt der Versorgung und Erhalt der Struktur spielt in ländlichen Räumen eine große Rolle und ist häufig dringlicher als das Thema Attraktivität.

Generelle Dynamiken

alle Standorte verändern sich

Klein- und Mittelstädte sind mit dem (schmerzhaften) Strukturwandel schon weiter als die 1A-Lagen in den Großstädten

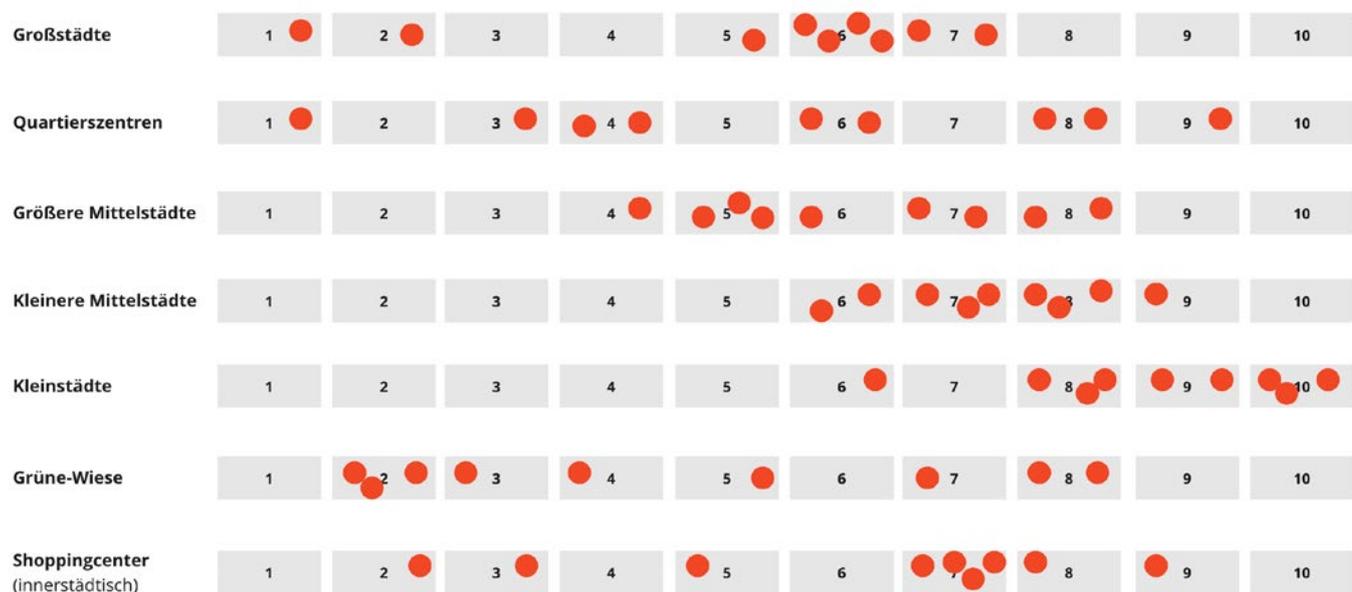
Strukturdaten und Lage (urban/ländlich) sind entscheidende Faktoren: Städte mit höherer Kaufkraft und positiveren Strukturdaten sind im Vorteil

Erkenntnisse und Empfehlungen

- *Allgemeine Perspektiven und generelle Maßnahmen für hessische Innenstädte erscheinen vor diesem Hintergrund eher ungeeignet. Die genannten regionalen Unterschiede und die unterschiedlichen Rahmenbedingungen zwischen unterschiedlichen Stadttypen erfordern vielmehr spezifische Antworten und spezifische Lösungen für unterschiedlichen Raumtypen.*

Welche Zentrentypen sind besonders vom Strukturwandel betroffen?

Für diese Frage konnten die Teilnehmenden den jeweiligen „Leidensdruck“ in unterschiedlichen Zentrentypen auf einer Skala von 1 bis 10 einschätzen.
(Gesamte Einschätzungen jeweils 9)



Erkenntnisse und Empfehlungen

- Die Einschätzungen unterstreichen die geäußerte Tendenz zur regionalen Dynamik in Hessen: kleinere Städte und Gemeinden weisen demnach tendenziell einen höheren Leidensdruck auf.
- In einigen Aspekten sind die Ergebnisse allerdings sehr uneinheitlich: Der Leidensdruck in Quartierszentren, Grüne-Wiese-Standorten und innerstädtischen Shoppingcentern wird sehr unterschiedlich eingeschätzt.

Welche Auswirkungen hat Corona auf unsere Innenstädte?

Kurzfristige Auswirkungen

Geschäftsaufgaben
Umsatzeinbrüche
geringere Frequenz
Kaufzurückhaltung
Attraktivitätsverlust
große Verunsicherung

Stärkung des Onlinehandels
Beschleunigung der Trends

weniger Verkehr
Erholung des Stadtklimas
kreative Initiativen
Aufmerksamkeit für das Thema
mehr Wertschätzung für lokale Betriebe

Langfristige Auswirkungen

Insolvenzen / Schließungen
Abwärtsspirale
Verlagerung der Kaufkraft
grunds. Änderung des Konsumverhaltens
massive, negative Auswirkungen
Leerstand
Imageverlust

Stärkung des Onlinehandels
Transformationsturbo

Wertschätzung für Gemeinschaftlichkeit
Erkenntnisprozesse und Problembewusstsein
Neujustierung von Wohnen und Arbeiten
Mglw. Beschleunigung der Mobilitätswende
Bedeutungsgewinn d. Innenstadt als Treffpunkt
Bedeutungsgewinn des öffentlichen Raums

negativ empfunden

eher neutral

positiv empfunden

Erkenntnisse und Empfehlungen

- Bei allen Teilnehmenden ist ein hohes Bewusstsein für die erhöhte Brisanz und Dringlichkeit des Themefelds im Angesicht der Auswirkungen der Corona-Pandemie erkennbar.
- Dennoch werden von den Teilnehmenden ganz klar auch positive Auswirkungen und Chancen für die Innenstadtentwicklung erkannt.

Welche Themen und Dynamiken bleiben von Corona nahezu unverändert?

Antworten (zusammengefasst)

Abhängigkeit der Attraktivität vom Kaufkraft-Volumen

Bedürfnis nach sozialen und kulturellen Aktivitäten

Staatsziel der Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse

Stärkung von Kooperationen in der Stadtentwicklung

generationengerechter Umbau bzw. Anpassung an den demografischen Wandel

Infrastruktur der Innenstadt

Das Denken die „Anderen“ müssten etwas tun

Druck zur Schaffung von (bezahlbarem) Wohnraum

Steigerung der Attraktivität der Stadtzentren und ihrer öffentlichen Räume

energetische Ertüchtigung

Digitalisierung als Querschnittsaufgabe

Baukultur & Nutzungsmischung

Sonntagsöffnungsverbot

Klimaanpassung in der Stadtentwicklung zur Steigerung der Aufenthaltsqualität öffentlicher Räume

Erkenntnisse und Empfehlungen

- *Obwohl fast alle Themen von Corona betroffen sind, bleiben viele Themen nach Ansicht der Teilnehmenden unverändert als dringliche Aufgaben der Innenstadtentwicklung bestehen.*
- *Eine ggf. nötige vertiefte Diskussion dieser Themen sollte nicht allgemein, sondern anhand unterschiedlicher Raumtypen bzw. Städten mit unterschiedlichen Strukturdaten erfolgen.*

Was ist die aktuell größte Herausforderung für unsere Innenstädte?

Antworten (zusammengefasst)

Leerstand – ganz besonders außerhalb der ganz großen Städte (mittlere und kleine Städte); aber auch in großen Zentren vorhanden, wenn auch nicht so offensichtlich (z.B. Obergeschosse)

Schließung von Warenhaus-Standorten

Urbanität: Feinkörnigkeit und Nutzungsmischung, spezifische Atmosphäre statt Uniformität

Wohlfühlfaktor erhalten und stärken
(Corona-Folgen, Freiraumqualität, Angebotsmix)

Klimaanpassung ist Herausforderung für Freiraumnutzung

Bestand als „träge“ Masse – was kann man wirklich umbauen und sind die Akteure wirklich bereit dazu?

Den Wandel als positive Option verstehen

Die Politik erreichen

Erreichbarkeit der Innenstadt

Angebotsmix: Corona hat gezeigt, dass es einen gesunden Mix zwischen Einzelhandel und Gastronomie braucht – und Abhängigkeit des Einzelhandels von Gastronomie

Gewinnung von Engagement: Klein- und Mittelstädte haben es einfacher, Engagement für die Innenstadt zu gewinnen (Identifikation ist stärker) – die Innenstadt als Identifikations-Anker

Attraktive Aufenthaltsorte
(„konsumfreier“ Freiraum)

Neue Multifunktionalität muss angestrebt werden (über Handel / Gastronomie hinaus)

„Ehrlichkeit“ in Bezug auf den Veränderungsdruck: Was können wir auf „alten Wegen“ noch erreichen und worauf sollten wir künftig setzen?

Gestaltqualität/Baukultur als Mehrwert, als Standortfaktor und Steigerung der Lebensqualität zu erkennen

Erkenntnisse und Empfehlungen

- Die Diskussion dieser These ergibt ein recht einheitliches Gesamtbild der drängendsten Herausforderungen.

These: Spannende und innovative Nutzungen entstehen heute eher in anderen Vierteln und nicht in der Innenstadt.

Antworten (zusammengefasst)

Argument dafür

Grund: Mietpreise – Innovation

Gewachsene Strukturen werden mehr geschätzt (soziale Strukturen, Wohlfühlfaktor).

Innenstädte sind nicht cool genug (Image).

Der Aspekt der Nachbarschaft ist für innovative Nutzungen wichtig.

Bauliche Strukturen stehen der Nachbarschaftsbildung entgegen.

Entscheidend ist eine professionelle Organisation, die offen für alle Akteure und neue Ideen ist. Gut funktioniert bspw. ein Gewerbeverein in Kooperation mit einem Ansprechpartner bei der Stadt (Geschäftsstellenfunktion).

Argument dagegen

Muss Innovation überhaupt in der Innenstadt zuhause sein?

Für kleinere trifft dies nicht unbedingt zu. Bei ganz kleinen Orten ist man froh, wenn in der Innenstadt überhaupt noch Nutzungen vorhanden sind.

Tendenziell hängt es häufig an einzelnen und besonders aktiven Akteuren – je besser die Zusammenarbeit mit der Stadt/Verwaltung funktioniert, desto erfolgsversprechender sind die Aktivitäten.

Akteure können Händlerinnen und Händler sein, aber auch Quartiersmanagement (z.B. von Wohnungsbaugesellschaften); Kulturschaffende sind aktive Treiber innovativer Nutzungen.

Es braucht eine Agenda/ein Thema, das alle umtreibt.

allg. Antwort

Erkenntnisse und Empfehlungen

- Diese These wurde von den Teilnehmenden weitestgehend mitgetragen und hat keine kontroverse Diskussion hervorgerufen.
- Inhaltlich ist diese These jedoch nur für größere Städte relevant.

These: Der Einzelhandel übernimmt keine Leitfunktion mehr für die Innenstadt.

Antworten (zusammengefasst)

Argument dafür

Einzelne Geschäfte werden weiter gut funktionieren – Kooperationen werden wichtig, damit alle Akteure gewinnen.

Ohne Handel wird die Innenstadt nicht gelebt.

Bisher ist noch keine Alternative gefunden, die die Lücke schließen kann.

Ein Zurückweichen des Einzelhandels bedeutet buchstäblich Raum für alte/neue Nutzungen (mehr Wohnen, Shared Space, stadtverträgliche Produktion etc.).

Argument dagegen

Einzelhändler verschließen sich dem Strukturwandel nicht unbedingt – der Einzelhandel wird weiter wichtig sein, er wird sich verändern.

Im ländlichen Raum ist der Einzelhandel teilweise noch der einzige Anker, der die Innenstadt belebt. Wenn dieser Anker verloren geht, verliert die Innenstadt ihre Funktion komplett.

allg. Antwort

Erkenntnisse und Empfehlungen

- *Der Grundtenor dieser These wurde von den Teilnehmenden grundsätzlich mitgetragen und hat keine kontroverse Diskussion hervorgerufen.*
- *Die Formulierung wird jedoch als etwas zu radikal empfunden. Formulierungsvorschlag wäre, „übernimmt eine Leitfunktion nicht alleine“.*
- *Wichtig ist den Teilnehmenden der Hinweis, dass diese Frage nicht binär mit ja oder nein beantwortet werden kann. Einzelne Handlungsnutzungen werden auch in Zukunft eine hohe Bedeutung für die Innenstadt haben.*

These: In Klein- und Mittelstädten ist der Veränderungsdruck noch viel größer als in Großstädten.

Antworten (zusammengefasst)

Argument dafür

In Kleinstzentren ist der Druck sehr groß.

In kleineren Städten gibt es viele Akteure gar nicht mehr (z.B. Gastronomie).

Herausforderung ist es, belebte Erdgeschosszonen zu schaffen.

Wenn in Kleinstädten der Handel einmal weg ist, wird die Situation prekär.

Argument dagegen

Druck ist überall da, nur anders.

Klein- und Mittelstädte haben eventuell bessere Chancen für den Wandel – bessere Community und niedrigere Mietpreise.

In Großstädten füllt der Einzelhandel die Räume zwischen Kultur, Bildung und Gastro.

allg. Antwort

Erkenntnisse und Empfehlungen

- *Große Zustimmung der Teilnehmenden: Die Diskussion dieser These untermauert das entstandene Gesamtbild zur räumlichen Dynamik in Hessen.*
- *Das Thema der Community-Strukturen als Ausgangslage eignet sich sehr gut für die weitere Diskussion eines Aktionsprogramms.*

These: Corona ist kein „Gamechanger“, sondern lediglich ein Beschleuniger.

Antworten (zusammengefasst)

Argument dafür

Argument dagegen

allg. Antwort

Es gibt eine Sehnsucht nach alter Normalität – man muss die dicken Bretter weiter bohren.

Window of Opportunity: Es gibt aktuell eine größere Veränderungsbereitschaft in der Politik.

Es wird auch ein positiver Aspekt gesehen: Handel konnte im Kontext von Corona auch seine Leistungsstärke zeigen: Digitalisierung wurde vorangetrieben und bei der Erweiterung der Außenflächen für Gastro hat man durch den Handlungsdruck etwas ausprobiert, was sonst viele Diskussionen mit sich gebracht hätte.

In kleineren Städten und Quartierszentren wurde bewusst lokal gekauft.

Bewusstsein gestärkt für lokale Stammkunden, wenn plötzlich der Tourismus wegbricht.

Erkenntnisse und Empfehlungen

- Diese These erfährt eine grundsätzliche Zustimmung, wie auch die Umfrage gezeigt hat. Corona hat starke Auswirkungen und Einfluss auf nahezu alle gesellschaftlichen Bereiche, grundsätzliche Aufgaben der Stadtentwicklung bleiben jedoch bestehen.
- Ein potenzieller Gamechanger wurde im erhöhten Problembewusstsein der entscheidenden Akteure und ihrer Bereitschaft zur Veränderung identifiziert. Hier könnte ein Aktionsprogramm gezielt ansetzen.

These: Ohne eine Veränderung des „Regimes“ kein Wandel in der Innenstadt.

Der Begriff „Regime“ beschreibt das in den letzten Jahrzehnten entstandene Zusammenspiel aus Rahmenbedingungen, Akteurskonstellationen sowie die eingeübten Praktiken und geteilten Vorstellungen bei der Entwicklung und Planung unserer Innenstädte.

Antworten (zusammengefasst)

Argument dafür

Der Akteurskreis muss erweitert werden – es braucht Vernetzung und Vielfalt.

Man muss vor allem die Nutzer stärker in den Blick nehmen.

Bürgerschaftlicher Teilhabe muss Raum gegeben werden.

Es braucht eine kuratorische Instanz.

Argument dagegen

In den kleineren Städten wird noch mehr Veränderungspotenzial gesehen: Hier können auch Einzelakteure viel bewegen, diese dürfen dann aber nicht durch die Stadt oder andere etablierte Akteure ausgebremst werden. Es braucht eine Offenheit für neue Entwicklungen, die dann von allen mitgetragen werden.

Hoffnung, dass die aktuelle Aufmerksamkeit für das Thema nachhaltig dazu führt, dass das Thema Innenstadt bei der Politik, Stadtverwaltung, Gewerbetreibenden und allen Akteuren zu einem wichtigen Schwerpunkt wird.

allg. Antwort

Erkenntnisse und Empfehlungen

- Diese These wurde von den Teilnehmenden weitestgehend mitgetragen und hat keine kontroverse Diskussion hervorgerufen.
- Darüber hinaus wurde von den Teilnehmenden auf Wichtigkeit der Veränderungsbereitschaft jeder/s Einzelnen hingewiesen.
- Die Antworten auf diese These liefern erste Fingerzeige in Hinblick auf ein mögliches Aktionsprogramm.

These: Ohne funktionierende Mitte keine gesellschaftliche Mitte

Antworten (zusammengefasst)

Argument dafür

Argument dagegen

allg. Antwort

Mitte ist ein wichtiger Identifikationsort – Kristallisationsort für Engagement.

Es gibt Alternativen: Gilt für manche Großstädte oder Stadttypen nicht (Berlin etc.), hier haben Quartiere eine stärkere Funktion.

Das Gesamtbild wird meistens über die Mitte gebildet.

Generell stellt sich die Frage, inwieweit es heute noch eine „gesellschaftliche Mitte“ gibt.

Die Innenstadt ist eine „größtmögliche Schnittmenge“ – hier kann man noch am ehesten viele verschiedene Gruppen erreichen.

Erkenntnisse und Empfehlungen

- Diese These wurde von den Teilnehmenden weitestgehend mitgetragen und hat keine kontroverse Diskussion hervorgerufen.

TEIL 2

Perspektiven

In der weiteren Bearbeitung werden drei Stadttypen herausgegriffen, welche für Hessen charakteristisch sind und wesentliche Problemstellungen abdecken. Es handelt sich um die Typen Kleinstädte im ländlichen Raum, Mittelstädte im Einzugsgebiet von Großstädten und die zentralen Innenstadtlagen von Großstädten in der Metropolregion.

Welche Zukunftsperspektiven haben Innenstädte von Kleinstädten im ländlichen Raum?

Antworten (zusammengefasst)

eher positiv

eher negativ

allg. Antwort

Große Chancen! Die kleinteiligen Strukturen bieten erhebliche Potenziale. Gerade Klein- und Mittelstädte haben eine besondere Identität, die sie auszeichnet.

Stärkere Fokussierung auf Innenstadt als Treffpunkt und Begegnungsraum

Versorgungszentrum, Wohnstandort (z.B. Senioren) und Treffpunkt für die Bevölkerung vor Ort

Kleinstädte übernehmen Stabilisierungsfunktion und stärken den ländlichen Raum. Sie werden zu Knotenpunkten der Region.

Stabilisierungsfunktion und Rückgrat der Daseinsvorsorge für den ländlichen Raum.

Grundlegender Strukturwandel mit großer Bandbreite von Stabilisierung bis hin zum kompletten Bedeutungsverlust

Erlebnisräume und attraktive Treffpunkte

Bei starkem Ortsgefüge und Zusammenhalt: Chance der Entwicklung zum Ortszentrum jenseits einer reinen Nahversorgung

Lokale Solidarität, günstige Immobilienpreise und der „Heimattourismus“ wirken sich eher positiv aus.

Eher gute Zukunftsperspektiven, abhängig von der Kaufkraft und dem Arbeitsplatzangebot

Lebensmittelpunkt / Knotenpunkt einer ländlichen Region

Bei starker Verbundenheit der Bevölkerung: Belegung und Nutzung als „Wohnzimmer“

Hier muss der Abwanderung und dem Leerstand entgegen gewirkt werden.

Konzentration auf Wohnnutzung & Verkleinerung der Innenstadt

Kleinzentren mit Charme können vom Trend zum Wohnen auf dem Land profitieren.

Die Perspektiven und/oder Qualitäten der Innenstadt könnten in ihrer Aufenthaltsqualität, einem gepflegten Stadtbild und öffentlichem Freiraum, dem Erleben von lebendiger Natur in der Stadt, historischen Gebäuden als Identitätsanker, zeitgemäßer Architektur, kleinteiliger Nutzungsmischung, neuen/individuellen Wohnformen, shared spaces, Anbietern regionaler Produkte, Einrichtungen der Gesundheitsvorsorge, neuen Formen des Mobilitätsangebots liegen.

Kleinstädte mit bereits negativer Wahrnehmung und negativem Image haben es schwer, einen Anfang zu finden.

„Durchgangsorte“ müssen besonders mitgedacht werden: Orte ohne historisches Zentrum und gemütlichem Kleinstadt-Flair.

Orte ohne „echten Kern“ benötigen besondere Antworten.

Menschen, die etwas bewegen möchten, sind ein echtes Potenzial. In kleinen Orten haben sie es leichter.

Das Wohnen im ländlichen Raum muss attraktiv und vor allem auch möglich gemacht werden (Perspektiven für Arbeit).

Antworten auf Landflucht sind gefragt. Der Fokus sollte auf Orte mit bestehenden Potenzialen gerichtet werden.

Was muss getan werden, um die skizzierte Entwicklung in Kleinstädten aktiv zu gestalten?

Antworten (zusammengefasst)

Ebene der „Software“

Angebote, Nutzungen, Aktivitäten

Mix von Gastro, Einzelhandel und Kultur

Nutzungsvielfalt schaffen (Einzelhandel + Gastro + Kultur + Bildung + Sport + Freizeitaktivitäten)

Neue Nutzungen (z.B. Wohnen)

Angebote für alle Nutzergruppen insbesondere bspw. Kinder, Jugendliche und Senioren

Ausgewogener Nutzungsmix: Wohnen, Arbeiten, Handel, Kultur, Freizeit

Konzentration von innenstadt-relevanten/frequenzbringenden Nutzungen in der Innenstadt

Neue Nutzungen ergänzen: Gesundheitsvorsorge, soziale Infrastruktur, Gastronomie, Mobilitätsknoten...

Funktion „Treffpunkt“ stärken

Erhalt von Angeboten vorwiegend des täglichen Bedarfs

Ebene der „Hardware“

Stadtraum und System Innenstadt

Schaffung attraktiver Aufenthaltsräume/Orte für die Bevölkerung vor Ort

Hohe Aufenthaltsqualität u.a. durch Maßnahmen der Klimaanpassung

Hohe gestalterische Qualität der Gebäude und Freiräume

Identität fördern u.a. mit einheitlichen Gestaltungselementen

Aufwertung öffentlicher Raum als Aufenthalts-, Begegnungsraum und Visitenkarte der Stadt (klimaangepasst, barrierefrei)

Beseitigung Leerstand / Schließung Baulücken

Klares Bekenntnis zu Qualität/Baukultur als Standortfaktor: zeitgemäße Architektur und Landschaftsarchitektur zur Adressbildung nutzen

nachhaltigen Städtebau als Markenzeichen etablieren

Ebene der „Orgware“

Rahmen, Regeln, Praktiken, Management

Diskussionsprozess in den Kleinstädten anstoßen, um Verständnis und Perspektiven zu entwickeln

Narrative & Zukunftsbilder entwickeln und dabei Alleinstellung / Unverwechselbarkeit herausarbeiten

Gesamtstrategie entwickeln und dabei lokale Besonderheiten herausarbeiten

Erarbeitung und Umsetzung integrierter Entwicklungskonzepte mit allen Beteiligten der Stadt und der Region

Die städtebauliche Entwicklung muss als Prozess gestaltet werden und eine langfristige Perspektive im Blick haben.

Sichtbare Signale für Aufbruch und positives Klima für Veränderung schaffen

Meilensteine des Erfolgs: realisierte Projekte, die Mut machen

Förderung stärker auf Bestand ausrichten

Prüfen: welche „alten“ Nutzungen haben neue Raumbedürfnisse? (individuelles Wohnen, Wohnen/ Arbeiten...)
Identität fördern u.a. mit lokal spezifischen Angeboten

Regelmäßige Aktionen bzw. Kampagnen unter Einbeziehung möglichst vieler Akteure, v.a. der Bürgerinnen und Bürger

Organisation imageprägender Veranstaltungen

Beschleunigung des Ausbaus der digitalen Infrastruktur als Voraussetzung
Sicherstellung der Erreichbarkeit/Anbindung an übergeordnetes Verkehrsnetz

Ausbau ÖPNV

Anbindung der Standorte an die Gesamt-Region und an die Oberzentren: Verkehr, Mobilität, Digitalisierung, etc

Förderprogramme, die Wohnen und Arbeiten vor Ort stärken (z.B. Förderprogramm Dorfbüros wie in RLP).

Anreize für Gewerbebetriebe schaffen

gezielte Ansprache von Eigentümer / Gewerbetreibenden / Unterstützung von Eigeninitiativen

Förderung interkommunale Zusammenarbeit

stärkere Durchgriffsrechte der Stadt

Klares Bekenntnis zur Innenentwicklung, d.h. Konzentration/Bündelung aller Entwicklungspotentiale und Investitionen auf die Ortsmitte

Programm „Jung kauft Alt“ - Wohnen für Familien wird stadtverträglich

aktiv handelnde Kommune (ausreichende finanzielle Ausstattung durch Bund und Land nötig).

effiziente Strukturen in der Verwaltung vor Ort

Identität fördern, u.a. mit abgestimmtem Kommunikationskonzept

starke Koordination des Stadtmarketings

Welche Zukunftsperspektiven haben die Innenstädte in Mittelstädten im Einzugsgebiet von Großstädten?

Antworten (zusammengefasst)

eher positiv

eher negativ

allg. Antwort

Hervorgehobene eigenständige Identität der jeweiligen Stadt (heute ist die Wahrnehmung oftmals „in der Nähe von... z.B. Frankfurt“)

Profitierung von veränderten Arbeitswelten und dem Bedürfnis nach Sicherheit nach Corona: Städte mit negativem Pendlersaldo könnten positive Wertschöpfungseffekte am eigenen Standort generieren.

Chance: Ansiedlung verschiedener Nutzungen über Handel und Gastronomie hinaus, um unterschiedliche Anziehungspunkte und Besuchsgründe zu schaffen

Erhalt der Versorgungsfunktion, ergänzt durch spezifische Angebote

Der große Leidensdruck und die großen Chancen der Mittelstädte sind kein Widerspruch.

Auch hier ist das Alleinstellungsmerkmal von besonderer Bedeutung. Regionale und lokale Angebote, die diesen Ort zum Anziehungspunkt machen, sind hier besonders wichtig. Sie können unter bestimmten Voraussetzungen von der Nähe zur Großstadt durchaus profitieren.

Konzentration auf die Bevölkerung vor Ort als Zielgruppe, Darstellung als attraktiver Wohn- und Lebensstandort

Große Herausforderung: Bürgerschaftliches Engagement/Identität herstellen ist hier manchmal schwieriger als im ländlichen Raum.

Für die Zukunftsperspektiven stellt sich auch hier die Frage nach neuen Nutzungen/Funktionen oder alte Nutzungen neu gedacht, die die Schwächung der Handelsfunktion auffangen und zu einem ausgewogenen Mix führen. Welche neuen Handelskonzepte gibt es? Wird Produktion stadtverträglich? Welche Wohnformen ermöglichen Arbeiten und Wohnen in einem neuen Verhältnis? etc.

starker Strukturwandel, deutlicher Bedeutungsverlust, Versorgungsfunktion rückläufig, deutlicher Rückgang Einzelhandel

Konkurrenzsituation: „Wenn ich etwas suche, fahre ich eben doch in die nächste größere Stadt“

Dieser Zentrentyp ist durch starke Konkurrenz geprägt. Standorte müssen in regionalen Kooperationen und regionaler Perspektive denken. Nicht jeder muss für sich kämpfen.

Nutzungen der öffentlichen Hand können in Mittelstädten als erhebliche Entlastung wirken.

Gute Anbindung an ÖPNV als großer Vorteil: Der Strukturwandel wird hier das Thema Wohnen präsent machen.

Übernehmen einer Entlastungsfunktion insbesondere im Wohnungsbau: Für die Innenstadt bedeutet ein Anwachsen der Wohnbevölkerung die Erhöhung der Kaufkraft, damit ggfs. eine Diversifizierung des Einzelhandelsangebots und Stärkung der Attraktivität der Innenstadt.

Die Zukunftsperspektiven hängen von der Bevölkerungsentwicklung, dem regionalen Kontext und den „endogenen“ Potentialen der (Innen-) Stadt selbst ab. Stärken und Schwächen, daraus ableitbare Chancen und Risiken müssen jeweils individuell untersucht werden.

Sie könnten die Gewinner der aktuellen Situation werden, wenn sie es schaffen, die „neue“ Lebensqualität zu definieren und hierfür überzeugende Angebote zu schaffen.

Eine ehrliche Einschätzung und Kommunikation der Chancen und Herausforderungen ist wichtig.

Attraktive Konzepte sind teilweise nicht umsetzbar. Sie benötigen Grundlagen und Hilfen. Insbesondere Eigentümer müssen mitziehen.

Was muss getan werden, um die skizzierte Entwicklung in Kleinstädten aktiv zu gestalten?

Antworten (zusammengefasst)

Ebene der „Software“

Angebote, Nutzungen, Aktivitäten

ausgewogenen Nutzungsmix ansteuern: Wohnen, Kultur, Freizeit, Handel, Versorgung, Arbeiten, öffentliche Orte

Nutzungsmischung und identitätsstiftende Angebote stärken

Schrumpfung der Innenstadt begleiten und neue Nutzungen (Wohnen, Arbeiten etc.) entwickeln

Erhalt der bisherigen Funktionen, Ergänzung um weitere Funktionen

neue Nutzungen suchen (regionale Bildungseinrichtungen, Stärkung Gründerszene, dezentrale Landesverwaltungen, Gesundheitsvorsorge ...)

„alte“ Nutzungen neu denken (neue temporäre/gemeinschaftliche Wohnformen, Wohnen und Arbeiten, neue kollaborative Arbeitsformen, shared spaces, stadtverträgliche Produktion, neue Handelskonzepte...)

Ebene der „Hardware“

Stadtraum und System Innenstadt

generelle Aufwertung öffentlicher Raum weg vom Verkehrsraum hin zum Aufenthalts- und Begegnungsraum (klimaangepasst und barrierefrei)

Wasser und Grün in der Stadt: Freizeit- und Erholungsangebote sichern/ neu anbieten

zentrale Platzräume gestalten als Visitenkarte und als Ort bürgerschaftlicher Repräsentanz

Neuorganisation des ruhenden und fließenden Verkehrs

hybride Gebäudetypen entwickeln / multicodierte Flächen planen

Beseitigung Leerstand / Schließung Baulücken

klares Bekenntnis zu Qualität/ Baukultur als Standortfaktor: zeitgemäße Architektur und Landschaftsarchitektur zur Adressbildung nutzen

nachhaltigen Städtebau als Markenzeichen etablieren

Ebene der „Orgware“

Rahmen, Regeln, Praktiken, Management

Innenstadt zu einer Priorität machen

Narrative & Zukunftsbilder entwickeln und dabei Alleinstellung / Unverwechselbarkeit herausarbeiten

Gesamtstrategie entwickeln und Fokus auf individuelle Konzepte legen

sichtbare Signale für Aufbruch und positives Klima für Veränderung schaffen

enge Verzahnung von Stadtentwicklung und Stadtplanung

Politik muss das Verständnis entwickeln, für die Stadt und nicht im Sinne der Partei zu agieren!

Thema Innenstadtmieten angehen und Akteure sensibilisieren

gezielte Ansprache von Eigentümern / Gewerbetreibenden

Förderprogramme anpassen bzw. auf Nutzungsmischung auslegen

Verbindung von bezahlbarem Wohnraum und einem attraktiven Angebot innerhalb der Städte

regelmäßige Kampagnen oder Aktionen mit Schwerpunkt auf Angeboten aus der Region und Verknüpfung mit digitalen Angeboten.

Mobilität neu denken / MobilitätsHubs gestalten

Infrastruktur im Bereich Verkehr modernisieren (ÖPNV, Parkhäuser)

Beschleunigung des Ausbaus der digitalen Infrastruktur als Voraussetzung

Sicherstellung der Erreichbarkeit/Anbindung an übergeordnetes Verkehrsnetz

Ausbau ÖPNV

Förderprogramme auf Landesebene als Unterstützungsstruktur: Mit dem Programm „Lebendige Zentren in Klein- und Mittelstädten“ ist gerade ein neuer Förderschwerpunkt ausgeschrieben.

Innenstadt-Offensive „Ab in die Mitte!“ als Plattform, um Menschen und damit die Entwicklungen in der Innenstadt zu mobilisieren.

stärkere Durchgriffsrechte der Stadt

aktive Rolle der Kommunen zusammen mit den städtischen Akteuren bei der Gestaltung der Zukunft

lokale Akteure zusammenbringen und unterstützen

Eigeninitiative z. B. durch Verfügungsfonds fördern

Förderung interkommunaler Zusammenarbeit

lokale Netzwerke durch Stadtmarketing koordinieren

funktionierendes Zusammenspiel von Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung und Tourismus zur nachhaltigen Steuerung der Stadt

Welche Zukunftsperspektiven haben zentrale Innenstadtlagen von Großstädten in der Metropolregion?

Antworten (zusammengefasst)

eher positiv

eher negativ

allg. Antwort

Gewerbliche Infrastruktur wird immer mehr davon geprägt, welche Unternehmen sich die Miete leisten können und nicht davon, was einen attraktiven Angebots-Mix ausmacht.

Vermehrte Etablierung kreativer und vielseitiger Nutzungsmixe (Wohnen, Arbeiten, Einkaufen, Freizeit, Kultur etc.)

Innenstadt als Showroom und Erlebnisort

Spitzenmieten gehen zurück, Flächenbedarf sinkt

Einige Player aus dem Einzelhandel verschwinden.

Eher schwierige Zukunftsperspektiven

Die Nutzungsmöglichkeiten der Zukunft werden nicht die Mieten der Vergangenheit bezahlen können.

mehr Gastronomie

Bedeutung von Erlebnis und Emotion steigt

Bezogen auf Hessen wird es für Frankfurt aufgrund der Corona Pandemie sehr schwer werden (Frequenzverluste, Einpendler, Messen, Geschäftsreisen etc.)

Städte wie Wiesbaden, Darmstadt, Offenbach und Kassel werden mit ihren bestehenden Profilen besser durch die Corona-Phase kommen.

Innenstädte als zentrale Treffpunkte und Aufenthaltsorte für Menschen aus dem gesamten Einzugsgebiet

Großstadtfeeling mit breitem Angebot an Nutzungsmöglichkeiten für den Mainstream

Immobilien Eigentümer werden sich vom Weg der reinen Mietenmaximierung verabschieden müssen und neue Kalkulationen für die gesamte Nutzung der Immobilien aufstellen müssen (Schlüsselfaktor).

Auch die Perspektiven der zentralen Innenstadtlagen einer Großstadt sind auf der Basis einer Analyse der lokalen und regionalen Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken individuell zu entwickeln.

Die Differenz zwischen Möglichkeiten und Hindernissen ist in Großstädten besonders groß.

Das wichtige Thema Wohlfühlatmosphäre ist in Großstädten teils sehr schwierig umzusetzen.

Hier treffen viele besondere Probleme aufeinander: Wachstumsdruck, Flächenkonkurrenz etc.

Die Zentren unserer Großstädte werden sich in Zukunft sehr anstrengen müssen. Die Entwicklungen der großen Warenhäuser, die Uniformität und fehlende Aufenthaltsqualitäten stellen sie bereits heute vor große Herausforderungen. Ihnen muss es gelingen ihr Alleinstellungsmerkmal zu entwickeln.

Schwierigkeit Akteure zu identifizieren und zu finden, die nach vorne gehen.

Gesamtwirkung muss nochmals reflektiert werden (Differenz zum Lagebild).

Was muss getan werden, um die skizzierte Entwicklung in Großstädten aktiv zu gestalten?

Antworten (zusammengefasst)

Ebene der „Software“

Angebote, Nutzungen, Aktivitäten

Schaffung eines attraktiven Angebotes von Gastro, Einzelhandel, Kultur, Arbeit und Wohnen

ähnlich Mittelstädte: Nutzungsmischung und Diversifizierung der Angebote

Funktionen Wohnen, Arbeiten, Produktion, Handel und Versorgung, Bildung, Kultur und Freizeit in ihrer Mischung neu justieren

Stärkung Erlebnis: Ansiedlung Freizeitnutzungen, Gastronomie, Veranstaltungen

neue Nutzungen und neue Form der Funktionsmischung schaffen (z.B. Wohnen)

Ermöglichen einer hohen Nutzungsdichte und Nutzungsmischung inkl. Wohnen und Arbeiten

Umbau/Umnutzung großer Einzelhandelsimmobilien (Kaufhaus 4.0)

Ebene der „Hardware“

Stadtraum und System Innenstadt

Aufenthaltsqualität öffentlicher Räume/Stadtraum stärken (Investitionsprogramme etc.)

enge fußläufige Verknüpfungen von Einkaufsstraßen mit Freiräumen/Parks und Freizeitangeboten

fußläufige Vernetzung der neuen Orte/Knoten

Begegnungsorte schaffen

Umgestaltung des öffentlichen Raumes / traditioneller Fußgängerzonen: die Stadt wird grün

Hierarchie öffentlicher Plätze entwickeln mit Vielfalt an Nutzungsmöglichkeiten für Spiel, Erholung, Muße, Natur erleben, Urban Gardening

Erhöhen der Aufenthaltsqualität und Verweildauer auch ohne Konsum

Barrierefreiheit ermöglichen

Ebene der „Orgware“

Rahmen, Regeln, Praktiken, Management

ein schlüssiges Konzept, das im Dialog mit den Beteiligten entwickelt wird

Entwicklungsperspektiven gemeinsam entwickeln; Bilder produzieren, um Ziele kommunizierbar zu machen

mehr Steuerung und dezernatsübergreifende Prozesse

Schlüsselprojekte definieren

Runde Tische mit Immobilien-eigentümern über die Zukunft der Innenstädte unter der Maxime „Eigentum verpflichtet“

Gerade in Großstädten ist die Übernahme von Verantwortung für die Entwicklung im Zentrum wichtig. Standortgemeinschaften könnten hier eine wichtige Rolle übernehmen.

mehr Bürgerdialog und Umsetzung gemeinsamer Projekte mit der Stadtverwaltung

neue Akteursgruppen einbeziehen (z.B. Bürgerschaft)

Schaffung neuer Knoten / Orte / Treffpunkte / hybride Gebäude (Markthallen/ Mediatheken/ Orte der Verwaltung / der Ausbildung)

traditionelle Funktionen in ihren Raumbedürfnissen neu denken

Stärken des Eventcharakters

zeitgemäße Architektur und Landschaftsarchitektur zur Adressbildung nutzen

nachhaltigen Städtebau als Markenzeichen etablieren

Bestandsbauten sanieren

zeitgemäße Mobilitätsangebote sicherstellen

Innenstädte frei halten von Durchgangs- und Park-Suchverkehr

Schaffung einer sinnvollen Verkehrsinfrastruktur

Schaffung zeitgemäßer Angebote wie öffentliches WLAN, Lounges, moderne Strukturen (Bezahl-Apps, etc.)

offen sein für neue Akteure und Eigeninitiativen

städtebauliche Investitionsprogramme des Landes als Unterstützung nutzen, um bei baulichen Maßnahmen für mehr Aufenthaltsqualitäten, mehr Grün und Barrierefreiheit zu sorgen.

ggf. sind bauplanungsrechtliche Anpassungen erforderlich und auf kommunaler Ebene Anpassungen von Bebauungsplänen etc.

Steuerungsmaßnahmen und Anreizsysteme des „Staates“ müssen erhöht werden

professionelle Kommunikation aufbauen

Erfolge auf dem Weg zur Umsetzung feiern;
langen Atem etablieren

Onlinehandel als Chance begreifen

TEIL 3

Handlungsansätze

Mögliche Beiträge der Projektpartner zur Entwicklung der Innenstädte

eigene Nennung

Vorschlag der Partner

Mögliche Beiträge der Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen

Bereitstellung von Know-how in Form von best practice zum „Stadtumbau“: Prozessgestaltung und Gestaltung architektonischer, städtebaulicher, freiraumplanerischer Strukturen

Organisation von Erfahrungsaustauschen

Öffentlichkeitsarbeit

Beratung von Lösungsansätzen im Rahmen interner Gremien (Vorstand, Fachausschüsse)

Diskussion der Themen mit Vertreter*innen aus Politik und Verwaltung

Beratungsangebote an Kommunen, Initiierung von Modellprojekten

Mögliche Beiträge des Hessischen Industrie- und Handelskammertags

Sensibilisierung von Vertreter*innen aus Politik und Verwaltung für das Thema Innenstadt

Austausch/Feedback mit und von in der Innenstadt ansässigen Unternehmen

Beratungsangebote für Unternehmen

Initiator für Diskussion und Konzepterstellung in Kommunen

Ideengeber und Unterstützer für innovative Geschäftskonzepte

Motivator für bestehende Akteure

Haushaltsmittel in 2021 für Fortsetzung des Kommunikationsprozesses einstellen

Fokusthemen: Magazin Dez 20/Jan 21 zu attraktiven Innenstädten; IHK Darmstadt Veranstaltung 9.9. attraktive Zentren in lebenswerten Regionen

Kommunikation mit Unternehmen, Politik, Wirtschaftsförderern und Gewerbevereinen auf der übergeordneten Ebene wie auch vor Ort

jährlich deutschlandweite Kampagne zur Unterstützung lokaler Aktivitäten „Heimat shoppen“ – 2020 im September

Einbeziehung des Ehrenamtes durch Platzierung des Themas in den Ausschüssen und zuständigen Arbeitskreisen, ggf. Gründung neuer AKs

Mögliche Beiträge des Hessischen Städtetags

Bereitstellung von Know-how in Form von Austauschangeboten für Mitgliedsstädte über verschiedene Themen in Arbeitsgemeinschaften

regelmäßige Information über Neuigkeiten, Veranstaltungen, Projekte etc.

Städte und Gemeinden müssen das Heft des Handelns in die Hand nehmen

Promoten informeller Instrumente der Stadtentwicklung

Vermittlung von Erfahrungen/guten Ideen aus anderen Städten zur Inspiration

Interessenvertretung bei Gesetzesvorhaben und Anhörungen auf Landesebene und Bundesebene (über die kommunalen Spitzenverbände)

Auseinandersetzung mit Instrumenten nachhaltiger Stadtentwicklung

Mögliche Beiträge des Hessischen Städte- und Gemeindebunds

Bereitstellung von Know-how in Form von Beratung der Städte und Gemeinden

Städte und Gemeinden müssen das Heft des Handelns in die Hand nehmen

Promoten informeller Instrumente der Stadtentwicklung

Auseinandersetzung mit Instrumenten nachhaltiger Stadtentwicklung

Mögliche Beiträge der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing, Landesverband Hessen

Einsatz für die Attraktivitätssteigerung der Innenstädte vor Ort sowie ein aktives Stadtmarketing

Initiierung der Erarbeitung von integrierten Konzepten zur Weiterentwicklung der Innenstädte mit vielfältigen Akteuren

Darstellung von Best Practice z.B. für City Marketing, Beispiele städtischer Narrative und erfolgversprechende/identitätsstiftende Prozessgestaltung

Lobbyarbeit für die kommunale Ebene

Vernetzung verschiedener Akteursgruppen vor Ort

Ideen und Best-Practice sammeln und verbreiten

Empfehlungen aussprechen

Mögliche Beiträge des DEHOGA Hessen

Unterstützung bei der Verknüpfung verschiedener Branchen

Diskurs über neue Konzepte, aktuelle Entwicklungen im Hotel- und Gastronomiegewerbe

Mögliche Beiträge des Handelsverbands Hessen

Intensiver Dialog Stadt & Handel

Aktivierung des Handels

Aktivierung der lokalen Politik

vorhandene und neue Angebote auf unser Projekt ausrichten, z.B. Visionsbüro Frankfurt

Begleitung und Moderation von Stadtmarketingprozessen.

Mögliche Beiträge des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen

Plattform für Kommunikation und Kooperation mit den Kommunen, Verbänden und weiteren wichtigen Akteuren der Innenstädte

gezielt finanzielle Unterstützung für Kommunen und private Immobilienbesitzer durch Programme der Städtebauförderung (Kommunen i.d.R. Förderperspektive 10 J.)

neuer Förderschwerpunkt „Programm Lebendige Zentren in Klein- und Mittelstädten“

Innenstadt-Offensive „Ab in die Mitte!“

Innenstadtoffensive weiterentwickeln (Ab in die Mitte)

Überprüfung Städtebauförderung

Gute-Zukunft-Sicherungsgesetz für die Innenstädte nutzen

Gründen einer „Allianz für Innenstädte“

Initiierung/Förderung von Modellvorhaben

Mögliche gemeinsame Beiträge aller Projektpartner zur Entwicklung der Innenstädte

Beiträge auf der Agenda-Ebene

gemeinsame Perspektiven und Aktionsprogramm entwickeln

Das Thema aktiv mitgestalten und besetzen

Die Verknüpfung aller Player

wichtige Themen der Innenstadtentwicklung immer wieder ins Bewusstsein bringen

gemeinsame Visionen entwickeln, wie die Innenstädte der Zukunft aussehen sollen

Thema auf die Agenda heben und durch Zusammenschluss Wichtigkeit betonen

mit einer Stimme kommunizieren, um bei Politik, Medien und in der Gesellschaft gehört zu werden

Beiträge auf der Ebene Beratung und Wissenstransfer

Prozessbegleitung & Wissenstransfer

Erfahrungen aus den jeweiligen Bereichen zusammentragen und die Möglichkeiten somit aus verschiedenen Perspektiven beleuchten

Lösungsmöglichkeiten darstellen: Durch gelungene Beispiele positives Klima für Veränderung schaffen / Lust auf Zukunft wecken

konstruktive Unterstützung der Kommunen

Initiativen vor Ort zu unterstützen: Ohne bürgerschaftliches Engagement geht nichts.

Wissen und Erfahrungen zusammentragen und austauschen

Kompetenzen und Möglichkeiten der einzelnen Projektpartner vernetzen und mobilisieren

als Ansprechpartner zur Verfügung stehen, um zu einer zukunftsgerichteten Entwicklung unserer hessischen Innenstädte in Austausch zu treten

Hilfestellung für Prozessinitiierung geben

gezielte Anstöße für Kommunen geben

Beiträge auf der Kommunikations-Ebene

Best-Practice-Beispiele kommunizieren

ganzheitliche gemeinsame Kampagne zur Stärkung der hessischen Innenstädte & Stadtquartiere über den eigenen Branchenfokus hinaus!

Kommunikations- und Diskussionsprozess unter Erweiterung der Akteure fortsetzen

Wichtig ist eine regelmäßige Abstimmung/ein regelmäßiger Austausch der Projektpartner untereinander.

Sonstige Beiträge

Kräfte und Ressourcen bündeln

Angebote und Aktivitäten aufeinander abstimmen bzw. vernetzen, um mehr Wirkung zu entfalten und Kräfte und Kompetenzen zu bündeln

gemeinsame Pilotprojekte identifizieren und umsetzen

Zurückstellen von eigenen Brancheninteressen für die Gesamtattraktivität der Innenstädte

von uns allen: Überprüfung der eigenen Angebote/Services - sind diese noch geeignet, den aktuellen Wandel in den Innenstädten zu begleiten und gestalten?

Wichtig: abgestimmtes Handeln mit gemeinsamen Zielen. Unterstützung durch Fördermittel von EU, Land und Bund

Strukturwandel grundsätzlich anerkennen

Blick über den lokalen & regionalen Tellerrand hinaus

Projekte initiieren

Gemeinsames Handeln ist Weg zum Erfolg.

Berücksichtigung der (sozialen) Bedürfnisse der Bürger*innen: echte Funktionsmischung, attraktive Aufenthaltsqualität und (neue) Formate für die soziale Begegnung zur Stärkung des (sozialen) Zusammenhalts.

Blick über den Tellerrand und Offenheit für moderne und/ oder kreative Lösungswege

finanzielle/politische Unterstützung der stationären Akteure versus des Onlinehandels

Haushaltsmittel für die Fortsetzung des Projektes in 2021 einplanen (alle)

Ausblick und nächste Schritte



Perspektive des Prozesses

nächster Schritt: Bisher Erarbeitetes zusammenfassen als „Ideen & Aufgabenpool“ und gemeinsame Erwartungshaltung bzw. Forderungen an die Politik herantragen.

Vereinbarung: Fokus auf Innenstadt

Erwartungshaltung formulieren. Nicht zurück zum Business as usual

großes Ziel: gemeinsames Verständnis zum Thema Innenstadt, gemeinsame Handlungsbedarfe identifizieren. Wille zur gegenseitigen Unterstützung ist da.

Es braucht das große Dach, aber dann vor allem Pioniere in der Umsetzung, konkrete Projekte die für den Prozess stehen und zeigen was gewollt ist.

Warnung vor dem Anspruch, alle Entwicklungen von oben zentral steuern zu können.

gemeinsame Erkenntnisse in die eigene Institution tragen

weiterer Arbeitsprozess notwendig

noch einmal gezielt Hebel und Hürden analysieren (auch im eigenen Bereich)

Das gemeinsame Verständnis und Lagebild ist da, aber wie sieht der gemeinsame Weg zur Umsetzung aus? Wie zentral bzw. wie dezentral kann der Prozess aussehen?

Wir haben kein Erkenntnisproblem, aber die Gefahr ist, dass wir ein Umsetzungsproblem bekommen (Erfahrung aus anderen Prozessen)

Was kann man auf der übergeordneten Ebene anstoßen? Klären, weil es dann stadtspezifisch werden muss.

Es braucht Ergebnisse von unserer Seite. Klären, wie wir in eine Umsetzung kommen, und Teilergebnisse definieren.

Überlegungen zur Organisationsstruktur

Bisherige Gruppe besitzt eine gute Größe, um weiter zu arbeiten.

Organisationsform klären: „Allianz für Innenstadt“?

Bei Themenschwerpunkten können gezielt weitere Perspektiven eingebunden werden.

Wünschenswert wäre ein strukturierter Prozess mit festen Terminen und definierten Meilensteine anstelle einer losen Workshopreihe.

Für den Termin am 22.10. sollte geschaut werden, welche Organisationsstrukturen denkbar wären. Eine experimentelle Form wäre wünschenswert. Genannte Beispiele: Netzwerk Innenstädte in NRW und die Allianz für Wohnen in Hessen. Es sollte auch geschaut werden, was wir gezielt anders machen wollen.

Es braucht jemanden, der die Zügel in die Hand nimmt.

Impressum

Projektbeteiligte

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen
Kaiser-Friedrich-Ring 75
65185 Wiesbaden
☎ 0611 - 815 0
@ info@wirtschaft.hessen.de
🌐 www.wirtschaft.hessen.de

Hotel- und Gastronomieverband DEHOGA Hessen e.V.
Auguste-Viktoria-Straße 6
65185 Wiesbaden
☎ 0611 - 99201-0
@ info@dehoga-hessen.de
🌐 www.dehoga-hessen.de

Handelsverband Hessen e.V.
Flughafenstraße 4a
60528 Frankfurt am Main
☎ 069 - 1330910
@ service@hvhessen.de
🌐 www.hvhessen.de

Hessischer Städtetag e.V.
Frankfurter Straße 2
65189 Wiesbaden
☎ 0611 - 17 02-0
@ posteingang@hess-staedtetag.de
🌐 www.hess-staedtetag.de

Hessischer Städte- und Gemeindebund e.V.
Henri-Dunant-Straße 13
63165 Mühlheim am Main
☎ 06108 - 6001-0
@ hsgb@hsgb.de
🌐 www.hsgb.de

Bundesvereinigung City- und
Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd)
Landesverband Hessen
c/o Hanau Marketing GmbH
Am Markt 14-18
63450 Hanau
☎ 06181 428 94 80
@ info@hanau-marketing-gmbh.de
🌐 www.bcsd.de

Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen KdöR
Bierstadter Straße 2
65189 Wiesbaden
☎ 0611 - 17 38-0
@ info@akh.de
🌐 www.akh.de

Hessischer Industrie- und Handelskammertag (HIHK) e. V.
Karl-Glössing-Straße 8
65183 Wiesbaden
☎ 0611 360 115-0
@ info@hihk.de
🌐 www.hihk.de

Moderation und inhaltliche Begleitung

urbanista | Stadtentwicklung, Stadtforschung und
Partizipation - Sven Lohmeyer, Prof. Dr. Julian Petrin

Auftraggeber

HIHK

Bildnachweis

Cover: Christian Müller - Adobe Stock

Stand

23. September 2020