Industrie- und Handelskammer
Nürnberg für Mittelfranken

Positionen der IHK Nürnberg für Mittelfranken

„Strategiekonzept pulsierende Zentren“

Vollversammlungsbeschluss – 8. März 2022

Die Folgen der aktuellen Veränderungsprozesse durch die Digitalisierung, den demographischen Wandel und zuletzt die Corona-Krise stellen die Innenstädte und Ortszentren vor große Herausforderungen – bieten aber auch Chancen für neue Wege in der Kommunalentwicklung.

Um diese Veränderungen in den mittelfränkischen Städten und Ortszentren positiv zu begleiten, wurde von einer Projektgruppe aus dem IHK-Arbeitskreis Immobilienwirtschaft ein Thesenpapier entwickelt, welches als Handreichung zur strategischen Ausrichtung der Kommunalentwicklung dienen soll.

Mit Beschluss vom 8. März 2022 hat die Vollversammlung das „Strategiekonzept pulsierende Zentren“ einstimmig und ohne Enthaltungen verabschiedet.

Im Folgenden finden Sie den beschlossenen Text dieses Strategiekonzeptes.

IHK Nürnberg für Mittelfranken
Hauptmarkt 25, 90403 Nürnberg
Postanschrift: 90331 Nürnberg

Tel. 0911 1335-1335 | Fax -41335
www.ihk-nuernberg.de

Geschäftszeiten Service Zentrum
Mo. bis Do. 8:00–16:00 Uhr
Fr. 8:00–15:00 Uhr

Strategiekonzept

pulsierende Zentren

Thesenpapier des IHK-Arbeitskreises Immobilienwirtschaft

Die Folgen der aktuellen Veränderungsprozesse durch die Digitalisierung, den demographischen Wandel und zuletzt die Corona-Krise stellen die Innenstädte und Ortszentren vor große Herausforderungen – bieten aber auch Chancen für neue Wege in der Kommunalentwicklung. Um diese Veränderungen in den mittelfränkischen Städten und Ortszentren positiv zu begleiten, wurde von einer Projektgruppe aus dem IHK-Arbeitskreis Immobilienwirtschaft ein Thesenpapier entwickelt, welches als Handreichung zur strategischen Ausrichtung der Kommunalentwicklung dient. Die Grundidee ist, für jeden Ort ein individuell zugeschnittenes Strategiekonzept für ein pulsierendes Zentrum aufzustellen, das im Gegensatz zu einem klassischen Einzelhandelsentwicklungskonzept nicht nur die Ausrichtung des Einzelhandels steuert, sondern die gesamte Entwicklung eines Ortes berücksichtigt. Das Thesenpapier zeigt auf, welche Punkte berücksichtigt werden sollten, um die Voraussetzung für lebendige Innenstädte und Ortskerne zu schaffen. Ausgehend von einem Strategiekonzept kann durch gezielte Maßnahmen und Projekte negativen Entwicklungen wie sinkenden Passantenfrequenzen, steigendem Leerstand und geringer Aufenthaltsqualität gezielt entgegengewirkt werden. Dieses Papier richtet sich an Verantwortliche in Politik, Verwaltung und Wirtschaft.

1. Innenstädte und Ortszentren beleben und als Versorgungszentrum sichern

Innenstädte als Identifikationskerne mit regionaler Strahlkraft bieten zentralen Raum für Wirtschaft, Arbeit, Wohnen, Freizeit, Kultur und Bildung sowie Anbieter öffentlicher Versorgungsleistungen. Die Vitalität von Ortskernen trägt entscheidend zur zukünftigen Attraktivitätssteigerung eines Ortes bei. Auch gesamtwirtschaftliche Argumente, wie z.B. der effiziente Umgang mit der Flächen sprechen für eine Revitalisierung der Ortskerne und gegen eine Verlagerung von Angeboten auf die „grüne Wiese".

Um die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, sollten relevante, möglicherweise fehlende und erwünschte Sortimente identifiziert werden. Ein Steuerungsinstrument kann dabei die Liste der zentrenrelevanten Sortimente sein, die diese Sortimente an bestimmten Standorten (z.B. Stadtrandlage) ausschließt. Den gesetzlichen Vorgaben folgend müssen solche Ausschlüsse besonders städtebaulich gerechtfertigt sein gem. § 1 Abs. 9 BauNVO. Die Maßstäbe, die an eine solche Einzelhandelssteuerung von den Gerichten gestellt werden, implizieren jedoch auch, dass ohne ein qualifiziertes Einzelhandelskonzept eine städtebauliche Begründung nicht rechtssicher ist. Die Erarbeitung einer spezifischen, auf die jeweilige örtliche Situation angepassten Sortimentsliste ermöglicht es, die besondere Angebotssituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten zu berücksichtigen.

IHK
Industrie- und Handelskammer
Nürnberg für Mittelfranken

2.

Multifunktionalität der Innenstädte und Ortszentren betonen

Die Basis eines Strategiekonzepts für pulsierende Zentren muss ein Grundverständnis über die Funktion von Innenstädten und Ortszentren sein, denn die Innenstadt als Einzelhandelsstandort – wie es der Name Einzelhandelsentwicklungskonzept impliziert – ist für einen vitalen Ort zu kurz gegriffen. Auch Wirtschaft und Arbeit, Wohnen, Freizeit, Kultur und Bildung sowie Anbieter öffentlicher Versorgungsleistungen müssen Raum in den Zentren finden. Durch diese Nutzungsmischung von Wirtschafts-, Arbeits-, Wohn- und Freizeiträumen werden alle Funktionen des Alltags im Zentrum integriert. Durch die damit erhöhte Vitalität wird langfristig eine stabile Struktur in Gebäuden, Quartieren und Zentren erreicht.

3.

Auf Profilgebung und – schärfung achten

Die aktuellen Herausforderungen setzen Städte und Ortszentren unter Druck und führen dazu, dass sich städtische Strukturen negativ verändern. Eine Konsequenz daraus ist häufig, dass ortstypische Eigenheiten verloren gehen und sich die Innenstädte zunehmend angleichen. Um Homogenisierungstendenzen entgegenzuwirken und sich als Standort abzuheben, ist eine Profilgebung und -schärfung des Ortes empfehlenswert. Ein zielführender Ansatzpunkt ist dabei, Schlüsselimmobilien und -plätze zu identifizieren und durch z.B. standortprägende und -typische Events, Angebote und Geschäfte zu bespielen. Auch die Etablierung einer Stadtmarke gilt als erfolgsversprechende Vermarktungsstrategie, um sich als Stadt im aktuellen Konkurrenzszenario abzuheben. Bei all diesen Überlegungen sollte stets die Kundensicht eingenommen werden, hilfreich ist dabei z.B. die Methode der „Buyer Persona" oder „Customer Journey".

4.

Kooperationen in der Stadtentwicklung fördern

Kooperationen und Standortgemeinschaften ermöglichen die Entwicklung von Innenstadt-Konzepten mit unterschiedlichen Beteiligten (Bewohner, Gastronomie, Einzelhändler, Eigentümer) und sorgen für eine Lastenverteilung des Innenstadtumbaus zwischen Eigentümern und Kommunen. Durch die Kooperationen entstehen Verantwortlichkeiten, aber auch Sichtbarkeit für Quartiere aufgrund der Aktionen und der damit verbundenen Öffentlichkeitsarbeit. Grundlage ist dabei die Definition von gemeinsamen Zielen mit innenstadtrelevanten privaten wie öffentlichen Akteuren und deren Vernetzung. Sämtliche Maßnahmen gilt es dann auf diese Zielerreichung zu überprüfen. Hier ein Beispiel: soll zur Innenstadtbelebung die Kultur einen wichtigen Beitrag leisten, dann sollten kulturelle Institutionen auch primär innenstadtnah angesiedelt werden.
Ein weiterer Baustein bei Kooperationen zur Förderung der Stadtentwicklung kann die Einrichtung von Business Improvement Districts (BIDs) sein. Hierfür sollten auch in Bayern die gesetzlichen Rahmenbedingungen geschaffen werden (vgl. IHK-Resolution „Business Improvement Districts (BIDs) in Bayern gesetzlich ermöglichen - Eigenverantwortung der Wirtschaft stärken").

5.

Erlebnischarakter der Innenstädte und Ortszentren stärken

Der Erlebnischarakter gilt als wichtiger Motivator für den Stadtbesuch und stellt damit einen zentralen Wettbewerbsvorteil gegenüber dem Online-Handel dar. Hierzu zählen sowohl kurzfristige Anlässe zur Steigerung der Aufenthaltsqualität und Schaffung von Erlebnissen im Stadtraum und in den Geschäften als auch langfristige bauliche Maßnahmen, wie z.B. die Gestaltung konsumfreier Räume mit Erlebnisqualität.

6.

Durch investive Maßnahmen die Aufenthaltsqualität erhöhen

Zur Steigerung der Aufenthaltsqualität bedarf es in vielen Fällen investive Maßnahmen, wie z.B. Schaffung von Grünflächen oder Sitzgelegenheiten in konsumfreien Räumen indoor und outdoor. Solche Maßnahmen können auch helfen, die Stadtentwicklung an die Herausforderungen des Klimawandels anzupassen und sollten dahingehend überprüft werden. Hierzu zählen u.a. die Vermeidung von Hitzeinseln durch Begrünung, Beschattung und Wasser.

7.

Fördermittel zielgenau und nachhaltig einsetzen und Standorttransformation professionalisieren

Der innerstädtische Strukturwandel ist kein abgeschlossener Prozess, sondern als fortwährende Entwicklung und Daueraufgabe zu verstehen. Um die vielschichtigen Herausforderungen in den unterschiedlichen Handlungsfeldern meistern zu können, braucht es professionelle und finanziell adäquat ausgestattete Fachkräfte. Aufgaben, wie das Digitalisierungs-, Leerstands-, City- und Tourismusmanagement oder das Stadtmarketing können nicht ausschließlich mit ehrenamtlicher Arbeit abgedeckt werden. Vielmehr bedarf es institutionalisierter und schlagkräftiger Strukturen.
An die Kommunen wird appelliert, Fördermittel in den Bereichen Stadtentwicklung und KMU-Förderung zu nutzen und Fördermittelkompetenzen zu erweitern durch z.B. personelle Ausstattung in dem Bereich. Auf diese Weise können trotz angespannter Finanzlage in den Kommunen Investitionen und Angebote im Bereich der freiwilligen kommunalen Leistungen erbracht werden. An die Entscheidungsträger in Land, Bund und EU wird appelliert, diese Programme länger mit Haushaltsmitteln zu hinterlegen und damit die Wirkung nachhaltig zu sichern.
Ferner sollte der Eigenanteil deutlich unter dem Schwellenwert von 50 Prozent gehalten werden, da nicht zuletzt durch die Corona-Pandemie, aber auch durch den davor schon erlebten Boom des Online-Handels die Ressourcen aller relevanten Innenstadtakteure gesunken sind.

8.

Aktives Leerstands- und Risikomanagement forcieren

Leerfallende Kaufhausimmobilien und Ladengeschäfte sollten schnell und unbürokratisch umnutzbar sein. Bei einer Umnutzung eines Leerstandes sind die rechtlichen Rahmenbedingungen zu klären, kurzfristige Zwischen- bzw. Nachnutzung sollten aber vorübergehend genehmigungsfrei möglich sein. Diese Nutzungen können und sollen die Entwicklung der Stadt und Ortszentren positiv begleiten. Insbesondere Schlüsselimmobilien sollten vor einem drohenden Leerstand bewahrt bleiben, da sie eine besondere Strahlkraft auf den Rest der Innenstadt und Ortszentren haben. Hier wäre es ratsam über ein Frühwarnsystem auf drohende Leerstände aufmerksam zu machen und durch frühzeitige Gespräche mit den Immobilieneigentümern Leerstände und Fehlentwicklungen zu vermeiden.
Beispielhaft sind Pop-up-stores zu nennen, wo die Kommune an Eigentümer leerfallender Immobilien z.B. über einen Wettbewerb für innovative Konzepte Mietzuschüsse vergeben kann. Über eine Mietausfallgarantie seitens der Kommune können für Immobilieneigentümern auch kurzfristige Mietmodelle attraktiv werden.

9.

Ermessenspielraum im Rahmen des BauGB ausnutzen und Experimentierklausel für Aktionen und Umnutzungen einführen

Zur schnellen und unbürokratischen Testung von Konzepten ist es notwendig, die baurechtlichen Grundlagen für flexible (Um)Nutzungen von Gebäuden und öffentlichen Räumen (z.B. temporäre Begrünung vs. Denkmalschutz) zu schaffen. Durch den Einsatz von Fördermitteln können Räume zur Erprobung neuartiger Konzepte wie Pop-Up-Stores oder „summer streets" geschaffen werden. Eine Änderung der TA-Lärm für Innenstädte kann potenzielle Konflikte mit Anrainern vorbeugen und neue Nutzungen erleichtern. Bestehende Handlungsmöglichkeiten im Rahmen der Baugesetze sollten dabei vollumfänglich ausgenutzt werden. Genauso ist es hilfreich, wenn Flächenkonzepte in ihrer Nutzung flexibel gestaltet werden können. Verkaufsflächen- und auch Nutzungskonzepte müssen sich ständig an den Markt anpassen, entsprechend flexibel sollten Objekte an veränderte Anforderungen anpassbar sein, um diese marktgängig zu halten. Bsp.: tagsüber Ladengeschäft, abends Gastronomie und Eventsaal, wodurch kulturelles Leben in die Zentren geholt werden kann.

10.

Digital sichtbar werden

Ein digitaler Auftritt der Zentren sowie des Einzelhandels sind elementar, da Verbraucher ihren Einkauf heute meist mit der Informationssuche im Internet beginnen. Konkurrierende „Schaufenster" (Werbegemeinschaft vs. Stadtmarketing) sind zu vermeiden, da der Konsument evtl. Hintergründe nicht versteht. In der Ansiedlungspolitik sollte der Online-Handel stets von allen Akteuren mitgedacht werden, da er Einfluss auf die Zentren nimmt, indem Kaufkraft umgelenkt wird. Die Logistik auf der sog. „letzten Meile" und click-&-collect-Angebote können eine geeignete Maßnahme zur Integration des Online-Handels in zentralen Lagen darstellen. Die Fragestellung, wie der Online-Handel sich steuern lässt, bleibt weiterhin eine dringend zu lösende Herausforderung.

11.

Nachhaltige Mobilität und Logistik sichern

Die Nachfrage nach innerstädtischen Funktionen erzeugt unterschiedlichste Mobilitätsbedürfnisse. Die Erreichbarkeit von Innenstädten und Ortszentren sollte für alle Nutzer gleichwertig gesichert sein. Zukunftsfähige Angebote für unterschiedliche Bedürfnisse sollten geschaffen werden.

Wenn der motorisierte Individualverkehr und der ruhende Verkehr in der Stadt reduziert werden sollen, bei gleichzeitiger Verbesserung der Erreichbarkeit, müssen alternative Verkehrsmittel gestärkt werden. Dazu zählt neben einem attraktiven ÖPNV/SPNV-Angebot ebenso eine gut ausgebaute Radinfrastruktur, die die Innenstadt für umliegende Stadtteile gut erschließt. Ebenso gehören der Ausbau des S-Bahnnetzes, inkl. gut erreichbarer Park&Ride-Plätze auf dem Land und Angebote von Park&Ride-Parkhäusern in den Oberzentren, sowie intelligente Parkleitsysteme dazu. Um die Anreise in die Innenstadt mit alternativen Verkehrsmitteln zu fördern, ist es wichtig, Möglichkeiten zu schaffen, Einkäufe zwischenzulagern und zu transportieren. Neben Logistikkonzepten für die Innenstadtkunden sollte auch die Entwicklung effizienter Lieferkonzepte für Handel, Gastronomie und Innenstadtbewohner, wie bspw. Quartierslogistik mit Lastenradeinsatz, vorangetrieben werden.

12.

Benchmarking und Vermittlung vor Ort durch die IHK

Vielerorts gilt es, einen Dialog untereinander – von Unternehmen vor Ort, innerstädtischen Akteuren und nicht zuletzt Verwaltung und Politik – zu unterstützen. Um vor Ort Bedarfe abzuklären und neue, unbürokratische Lösungen zu entwickeln, bietet sich die Einrichtung von Runden Tischen an. Die IHK bringt sich gerne als Partner der kommunalen Entscheidungsträger und der Wirtschaft bei der Umsetzung der Lösungsansätze ein. Projekte und Erfahrungen aus bestehenden Initiativen wie z.B. die Nürnberger City Werkstatt sollen gesammelt und sichtbar gemacht werden. Dies dient als Ideengeber für die Ableitung eigener Maßnahmen der jeweiligen Stadt oder Kommune.

Impressum:

Ansprechpartner
Geschäftsbereich Standortpolitik und Unternehmensförderung
Martina Stengel
0911 1335-1452
martina.stengel@nuernberg.ihk.de

Claudia Schöpf
0911 1335-1536
claudia.schoepf@nuernberg.ihk.de

Antonia Lehner
0911 1335-1123
antonia.lehner@nuernberg.ihk.de

Bildnachweis Titel: filadendron/gettyimages.de
Grafiken: Designer/gettyimages.de

IHK Nürnberg für Mittelfranken,
vertreten durch den Präsidenten Dr. Armin Zitzmann
und den Hauptgeschäftsführer Markus Lötzsch
Hauptmarkt 25/27, 90403 Nürnberg

IHK Industrie- und Handelskammer **Nürnberg für Mittelfranken**