

DSK DEPESCHE

Fachzeitung für Stadtentwicklung



SCHWERPUNKTTHEMA

ZUKUNFTSFÄHIGE INNENSTÄDTE

© William Barton - stock.adobe.com



© Rüdiger Dunker, Darmstadt

Bundes- und Landesprogramme zur Belebung unserer Innenstädte am Beispiel Hessen und NRW.

Seite 04



© DSK

Praxisbeispiele aus Hamburg, Bad Langensalza, Cottbus und Heidelberg.

Seite 10



© Philip Kadesch

Warenhäuser 2.0 – Zukunftsszenarien für leerstehende Kaufhausimmobilien.

Seite 20

Editorial



Von links: Eckhard Horwedel, Dr. Frank Burlein, Rolf Schütte

Liebe Leserinnen und Leser,

bei der Frage nach den Merkmalen einer zukunftsfähigen Innenstadt hätte man im Verlauf der vergangenen Jahrzehnte unterschiedlichste Antworten erhalten.

In den 1970er Jahren des vergangenen Jahrhunderts war die autogerechte (Innen)Stadt klares Ziel strategischer Stadtentwicklungsplanung zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit unserer Kommunen. Das Auto war Segen und Heilsbringer für die Innenstadt. Heute wird es unter einer veränderten Sicht auf die Zukunft im Kontext von Klimawandel und Nachhaltigkeit oft verflucht. Im aktuellen „Innenstadtratgeber“ des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen vom September 2023 spricht die Bundesbauministerin Klara Geywitz im Vorwort von Innenstädten als Visitenkarten und deren großer Bedeutung für Handel, Kultur, Wohnen und soziales Miteinander. Das Thema (Individual)Mobilität wird in dieser Aufzählung nicht einmal erwähnt.

Nun sind solche Paradigmenwechsel keine Besonderheit in der Stadtentwicklung. Die sich stetig verändernde Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und konsumieren, beeinflusst unsere Zentren maßgeblich. Sich verändernde Anforderungen führen schon bei „normalen“ Entwicklungsverläufen zu erheblichen Veränderungen im Stadtbild. Sondereffekte wie z.B. Corona haben uns jüngst drastisch vor Augen geführt, wie verwundbar unsere Innenstädte in ihren aktuellen Funktionsstrukturen sind.

Ein Blick auf die Zukunftsfähigkeit unserer Innenstädte lohnt sich deshalb aktuell – wieder – in besonderer Weise. Dabei spielt eine wichtige Rolle, dass im Ergebnis der durch Corona beschleunigten innerstädtischen Funktionsverluste zahlreiche Maßnahmen ergriffen wurden, um die Vitalität unserer Zentren zu sichern. Wir analysieren darum im Rahmen der vor Ihnen liegenden Ausgabe unserer DSKDEPESCHE mehrere Landes- und Bundesinitiativen, mit deren Hilfe – insbesondere durch verfügbare Fördermittel –

Anreize für multifunktionale, resiliente, kooperative und damit zukunftsfähige Innenstädte gegeben werden sollen.

Die Nutzung dieser Fördermittel und die konkrete Umsetzung liegt dann zumeist in kommunaler Hand. Und je nach spezifischer Problemlage in den Kommunen in Nord und Süd, Ost und West ergeben sich unterschiedlichste Projekte vor Ort. Mit Beispielen aus Hamburg, Cottbus, Bad Langensalza und Heidelberg wollen wir einen breiten Praxiseinblick geben. Hier zeigt sich, wie unterschiedlich und doch erfolgreich die Aufgabe der Innentrevitalisierung angegangen werden kann.

Verkehrsvermeidung statt Verkehrserzeugung ist das wohl am häufigsten genannte Beispiel für eine veränderte Sicht auf zukunftsfähige Innenstädte. Wir nehmen jedoch auch einen anderen, ebenso spannenden Aspekt in den Fokus: das veränderte Konsumverhalten und der daraus resultierende Bedeutungsverlust von Warenhäusern, oft in zentralen Innenstadtlagen. Im Gespräch mit dem Oberbürgermeister einer von der aktuellen Schließungswelle der Galeria Kaufhof-Warenhäuser betroffenen Kommune gehen wir der Frage nach, welche Chancen für eine zukunftsfähige Innenstadt solche Schließungen mit sich bringen können – von neuen baulichen Qualitäten über Frei- und Grünflächen für die Klimafolgenanpassung bis hin zu Nachnutzungsideen, die dem Zeitgeist und den Bedürfnissen der Bewohner:innen unserer Städte und Gemeinden aktuell entsprechen. Ein Blick auf Best Practice – Ansätze zur Nachnutzung ehemaliger Kaufhausimmobilien aus der ganzen Bundesrepublik rundet dieses Themenfeld ab.

Zukunftsfähige Innenstädte sind heute maßgeblich geprägt von multi-

funktionalen Flächen und Gebäuden, intelligenter Infrastruktur, kultureller Vielfalt, Barrierefreiheit und nachbarschaftlichem Miteinander sowie verträglichem Nebeneinander von Wohnen, Arbeiten, Verkehr, Versorgung und Freizeitmöglichkeiten. Ein Blick in unsere Kommunen zeigt, dass sich viele auf den Weg zur zukunftsfähigen Innenstadt gemacht haben. Lassen Sie uns alle gemeinsam in unserem täglichen Handeln dazu beitragen, dass vorliegende innovative Konzepte und Handlungsstrategien in diesem Sinne umgesetzt werden.

*Ihre DSK-Geschäftsführung
Dr. Frank Burlein, Eckhard Horwedel,
Rolf Schütte*

Inhalt

04 Förderprogramme zur Belebung der Innenstädte

05 Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren

Erste Erkenntnisse aus dem Bundesprogramm für eine erfolgreiche Innenstadtentwicklung

07 Von Sofortmaßnahmen zu Langfriststrategien

Der Fahrplan Nordrhein-Westfalens für lebendige Innenstädte

08 „Ab in die Mitte“ Hessen – die Innenstadtoffensive:

Eine Erfolgsgeschichte

10 Beispiele aus der Praxis

11 Hamburgs Bergedorfer City:

stark und zukunftssicher Dank innovativem Citymanagement

13 MITTENDRINNENSTADT Heidelberg

14 Cottbus/Chóśebuz:

Ein lebendiges Zentrum durch umfangreiches Citymanagement

16 Kleinstadt MANUFAKTUR Bad Langensalza:

Ein lebendiges Labor für innovative Stadtentwicklung

18 Was kommt nach den Kaufhäusern?

19 Neubeginn im Leerstand: Wie Städte die Zukunft ihrer

Innenstädte nach dem Kaufhaussterben gestalten können

20 Innovatives Stadtmanagement: Warenhäuser 2.0 – Zukunftsszenarien

für leerstehende Kaufhausimmobilien

24 Stadtgespräch: Schweinfurts Pläne für einen lebendigen Stadtkern

27 Innenstadt Ratgeber

Neue Impulse für die Innenstadtentwicklung

Förderprogramme zur Belebung der Innenstädte

Innenstadt

Hessisches Ministerium
für Wirtschaft, Energie,
Verkehr und Wohnen

ZUKUNFT INNENSTADT

WIR SIND DABEI!

INNENSTADT NEU
DENKEN UND BELEBEN!
GEMEINSAM HANDELN!
MUT ZUM EXPERIMENT!
AKTIV MITMACHEN!



NAHMENSTADT FÜRSTENTUM KLING
HESSISCHE BUNDESGEMEINSCHAFT



PARTNER DES BÜNDNISSES FÜR HESSENS INNENSTÄDTE



Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren

Zukunftsfähige
Innenstädte und Zentren



Geförderte Kommunen im Bundesprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“:



● Programmkommunen (n = 223) ○ Landeshauptstädte
© empirica



LÜBECK: Kulturgarten auf dem Koberg © LTM

Erste Erkenntnisse aus dem Bundesprogramm für eine erfolgreiche Innenstadtentwicklung

2021 hat das Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) das Bundesprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ ins Leben gerufen, um deutsche Innenstädte bei den Herausforderungen von geänderten Konsumverhalten und dem damit einhergehendem Strukturwandel im Einzelhandel zu unterstützen. Mit einem Budget von 250 Millionen Euro unterstützt das Programm bis 2025 rund 220 Kommunen bei der Umgestaltung ihrer Innenstädte zu multifunktionalen, resilienten und kooperativen Orten. Konzeptionelle Maßnahmen, breite Akteurskooperationen und die Einbindung der Stadtgesellschaft sind einige der Schlüsselansätze für eine erfolgreiche Entwicklung. Das zeigt: die Erneuerung der Innenstädte ist eine Daueraufgabe, die einen integrierten Ansatz erfordert.

Bundesweit stehen Innenstädte und Zentren schon seit Längerem unter Handlungsdruck. Die Auswirkungen des zunehmenden Onlinehandels, die Folgen der Coronapandemie, die steigenden Energiepreise, die drängende Anpassung an den Klimawandel sowie Schließungen inhabergeführter Geschäfte und großer Warenhäuser stellen die Zentren vor immer neue Herausforderungen. Vor diesem Hintergrund hat das BMWSB 2021 das Bundesprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ (ZIZ) ins Leben gerufen. Mit dem Bundesprogramm werden Städte und Gemeinden bei der Bewältigung akuter und struktureller Problemlagen in ihren Innenstädten unterstützt, indem die Innenstädte als Identifikationsorte der Kommunen zu multifunktionalen, resilienten und kooperativen Orten (weiter)entwickelt werden. Dabei sollen monofunktionale Strukturen und Stadträume überwunden, Zentren belebt, neue Akteurskooperationen aufgebaut, Stadträume aufgewertet sowie die Resilienz und Krisenbewältigung gefördert werden.

Methoden, Maßnahmen und zentrale Ansätze: Der multifokale Ansatz des Programms

Im Fokus des Bundesprogramms stehen die Initiierung und Umsetzung konkreter nicht-investiver und investiver Maßnahmen in den Kommunen. Studien und Konzepte begleiten die strategische Neuausrichtung konzeptionell, während die Unterstützung von Kooperationen neue Formen der Zusammenarbeit und Beteiligung ermöglicht. Zwischennutzungen in temporär angemieteten oder erworbenen Räumen bringen frische Nutzungskonzepte in die Innenstädte und baulich-investive Maßnahmen zeigen erste sichtbare Veränderungen auf. ►



BREMERHAVEN: URBANE INSEL
© Michael Kuschmierz



DARMSTADT: Magistrale Rheinstraße © Wissenschaftsstadt Darmstadt
Foto: Ulrich Mathias

Anhand der bisherigen Erfahrungen der Programmkommunen lassen sich bereits erste Ansätze für eine erfolgreiche Innenstadt- und Zentrenentwicklung ableiten:

- **Konzeptionelle Maßnahmen** wie ein integriertes Innenstadtentwicklungskonzept stellen eine wichtige strategische Grundlage für die Innenstadtentwicklung dar und dienen als zentrale Richtschnur für den weiteren Transformationsprozess. Es braucht eine gemeinsame handlungsleitende Vision für die Innenstädte.
 - **Die Verwaltung** ist zentraler Partner für die Aktivierung von Innenstadtakteuren und für die Schaffung breit angelegter Akteurskooperationen. Idealerweise erfolgt der Austausch mit den Innenstadtakteuren über verschiedene zielgruppenspezifische Dialogformate, die durch eine zentral eingerichtete Institution langfristig koordiniert werden.
 - **Die Kommunalverwaltung** sollte von einem (externen oder internen) Innenstadt-/Zentrenmanagement unterstützt werden. Dieses ist für die zentrale Koordination der Innenstadtaktivitäten zuständig, übernimmt eine wichtige Schnittstellenfunktion zwischen Verwaltung und Innenstadtakteuren und ist als „Kümmerer“ vor Ort tätig.
 - **Innerstädtische und räumlich zentral gelegene Anlaufstellen** bieten die Möglichkeit, niedrigschwellig verwaltungstechnische Angelegenheiten und Themen von stadt-
 - entwicklungspolitischer Bedeutung den Bürger:innen näher zu bringen. Sie können zudem eine größere Sichtbarkeit für Aktivitäten im Handlungsraum Innenstadt schaffen und den Austausch zwischen relevanten Akteuren unterstützen, indem sie einen räumlichen Rahmen und „Ankerpunkt“ bieten.
 - **Initiativen der Stadtgesellschaft** sollten unterstützt und Projektideen ermöglicht werden. Ein Verfügungsfonds stellt dafür ein geeignetes Instrument dar.
 - **Die Umsetzung von Leuchtturmprojekten** zur Innenstadtkärkung unterstützt die Aktivierung der Stadtgesellschaft, indem sichtbare Impulse mit Strahlkraft in den Handlungsraum gesetzt werden. Dadurch können weitere lokale Initiativen ausgelöst und innenstadtrelevante Themen bekannter gemacht werden.
 - Durch eine **vorübergehende Anmietung von leerstehenden Räumlichkeiten** (insbesondere Ladenlokalen) können neue Nutzungskonzepte umgesetzt und neue Nutzungen (z. B. Pop-up-Stores, Start-Ups, Kultur- und Bildungsangebote) erprobt und in der Startphase unterstützt werden. Solche temporären Lösungen ermöglichen es auch, neue Allianzen zu schaffen und auf ihre Tragfähigkeit zu überprüfen sowie Veränderungsprozesse anzuschieben, indem Experimentierräume bereitgestellt werden.
 - Wichtig ist es, **die (Innen) Stadtgesellschaft und -akteure** partizipativ und kommunikativ mitzunehmen und aktiv in Transformationsprozesse einzu beziehen. Eine hohe Reichweite kann mit digitalen Medien ermöglicht werden. Über Direktansprachen kann erfolgreich zur Mitwirkung motiviert werden.
 - Die Schaffung von **authentischen, attraktiven und konsumfreien Orten** im öffentlichen Raum kann analoge Begegnungen der Stadtgesellschaft in der Innenstadt ermöglichen.
- Es wird deutlich:** Eine erfolgreiche Innenstadtentwicklung ist eine Daueraufgabe. Dafür bedarf es eines integrierten Ansatzes, um den vielfältigen Anforderungen gerecht zu werden. Das betrifft ebenso die ämterübergreifende Zusammenarbeit wie die Einbindung unterschiedlicher Akteure der Stadtgesellschaft.

Christian Huttenloher und Marie Preuß
Deutscher Verband für Wohnungswesen,
Städtebau und Raumordnung e. V. (DV)

Julia Kemper, empirica ag

Begleitagentur zum Bundesprogramm
„Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“

Von Sofortmaßnahmen zu Langfriststrategien

Landesinitiative
**in!Zukunft.
Innenstadt.**
Nordrhein-Westfalen.

Der Fahrplan Nordrhein-Westfalens für lebendige Innenstädte

Die Landesinitiative „Zukunft. Innenstadt. Nordrhein-Westfalen.“ kämpft gegen den Schwund der Attraktivität von Stadtzentren und setzt dabei auf innovative Förderprogramme. Von der Revitalisierung leerstehender Ladenlokale bis zur urbanen Begrünung – es werden Wege geschaffen, unsere Städte wieder lebenswert zu machen. Mit einem neuen Förderbudget von 35 Millionen Euro ab 2024 geht die Initiative in die nächste Runde und schafft dabei Anreize für die Innenstädte der Zukunft.

Innenstädte, Orts- und Nebenzentren sind vielerorts von fortschreitenden Transformationsprozessen in Einzelhandel und Gastronomie betroffen: Die Folgen der Coronapandemie sind noch nicht überwunden, der Onlinehandel boomt und viele inhabergeführte Geschäfte und Gastronomiebetriebe finden keine Nachfolge oder leiden unter dem Fachkräftemangel. Infolgedessen nimmt die Attraktivität vieler Zentren als Einkaufs-, Erlebnis- und Verweilort stetig immer weiter ab.

Das Land NRW steuert seit 2018 mit seiner Landesinitiative „Zukunft. Innenstadt. Nordrhein-Westfalen.“ gegen diese Entwicklungstendenzen an. Getragen wird die Initiative vom Land und Partnern aus den Bereichen Kommunen, Einzelhandel, Wohnungswirtschaft und Baukultur.

Erste Schritte und Erfolge: Das Sofortprogramm 2020

Ein erstes Förderprogramm wurde mit dem „Sofortprogramm zur Stärkung unserer Innenstädte und Zentren“ im ersten Coronajahr 2020 aufgelegt. Es bildete die „Blaupause“ für das Bundesprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“. Dieses coronabedingt mit einem hohen Regelfördersatz von 90 Prozent dotierte Sofortprogramm läuft jedoch Ende 2023 aus. Es wird aber unter dem Titel „Zukunftsfähige Innenstädte und Ortszentren“ ab 2024 mit einem Volumen von rund 35 Mio. Euro bei einem reduzierten Regelfördersatz von 60 Prozent fortgeführt. In drei Tranchen wurden im Rahmen des Sofortprogramms 96 Mio. Euro für 226 Kommunen in NRW (57 Prozent aller Kommunen) bewilligt. ►

BIELEFELDER ALTSTADT: Belebung öffentlicher Räume im Rahmen Verkehrsversuch.



INNENSTADT SIEGBURG 2030 – Stadtmitte für alle



Der Fokus der Förderung: Vielseitige Unterstützungsangebote

Sowohl im auslaufenden als auch im zukünftigen Förderprogramm gelten folgende Fördergegenstände:

- 1. Verfügungsfonds Anmietung (Laufzeit zwei Jahre):** Anmietung, bedarfsgerechter Umbau und preisgünstigere Weitervermietung von Ladenlokalen durch die Kommune
- 2. Unterstützungspaket „Einzelhandelsgroßimmobilien“:** Machbarkeitsstudien zur Nachnutzung, städtebauliche Planungen, Beratungen/ Gutachten (insbesondere begleitende rechtliche Beratung), Moderations- und Werkstattverfahren
- 3. Zwischenerwerb von Einzelhandelsimmobilien:** Zwischenerwerb von Schlüsselimmobilien durch Kommunen
- 4. Anstoß Zentrenmanagement:** Chancenanalyse zur Umnutzung, Informationsveranstaltungen, Workshops und Einzelberatungen von Eigentümer:innen, Innenstadtmarketing und Öffentlichkeitsarbeit, Erfassung und Vermittlung von Leerständen, Leitbildprozesse
- 5. Schaffung von Innenstadtqualitäten:** Pflanzung vom Stadtbäumen im „Schwammstadt-Prinzip“, Pflanzkübel, Fassadenbegrünung, generationengerechte Möblierungselemente, Kunstobjekte
- 6. Abwicklungskosten:** An- und Vermietungstätigkeit, Auftragsmanagement, Begleitung, Zwischenerwerb, Anstoß eines Zentrenmanagements

Die DSK Stadtentwicklung begleitet Kommunen bei der Umsetzung des Sofortprogramms und bei der Antragstellung für das neue Zentrenprogramm NRW. Die Erfahrungen zeigen, dass insbesondere der Verfügungsfonds Anmietung vielfach genutzt und in einigen Kommunen auch seitens der Immobilieneigentümer:innen und Nutzungsinteressent:innen angenommen wird. Das Sofortprogramm, welches coronabedingt mit einem hohen Regelfördersatz von 90 Prozent ausgestattet wurde, läuft jedoch Ende 2023 aus. Es bleibt zu hoffen, dass die vielfältigen Potenziale des neuen Programms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ insbesondere auch in der Verzahnung mit der Städtebauförderung zum Vorteil der Innenstädte genutzt und mutiger ausgeschöpft werden.

Carsten Lottner
DSK-Büro Bielefeld



„Ab in die Mitte!“ Hessen Die Innenstadtoffensive: Eine Erfolgsgeschichte

Das Programm „Ab in die Mitte!“ hat sich seit seiner Einführung in Hessen als Schlüsselakteur in der Revitalisierung von Innenstädten etabliert. SK Standort & Kommune begleitet den Wettbewerb seit über zehn Jahren als Förderin und Wilfried Weisenberger ist seit 2007 Jurymitglied von „Ab in die Mitte!“. Nach Ansicht der Kommunalberater:innen haben vor allem die unkomplizierten Regeln und die Anpassungsfähigkeit wertvolle Erkenntnisse für zukünftige städtebauliche Maßnahmen generiert. Besonders hervorzuheben ist die Stadt Bad Camberg in Mittelhessen, die nicht nur kontinuierlich innovative Projekte einreicht, sondern auch durch ihr beispielhaftes Engagement Leerstände erfolgreich reduziert hat.

Seit dem Jahr 1999 hat das „Ab in die Mitte!“-Programm einen bemerkenswerten Weg zurückgelegt und sich zu einem Schlüsselakteur in der Revitalisierung von Stadtzentren in Hessen entwickelt. Ursprünglich gestartet in Nordrhein-Westfalen breiteten sich die experimentellen, niedrigschwelligen Landesprogramme mit dem Ziel, Stadtmitten und Stadtteilzentren wiederzubeleben auf mehrere Bundesländer aus. Nachdem 2013 das Programm auch in Hessen startete, fungierte es als Motor für viele Initiativen und weitere Landesprogramme zugunsten der Belebung kleiner und großer Zentren in Hessen.

Eine bewährte Basis der Innenstadtinitiative ist die Partnerschaft mit privaten Förderungen, Verbänden wie dem Städtetag und dem Einzelhandelsverband sowie Medienvertretern.

Das Innenstadt-Magazin „Ab in die Mitte!“
Die Innenstadt-Offensive Hessen“





Öffnung für die Vielfalt: Vom institutionellen zum inklusiven Ansatz

Verantwortlich für den Erfolg von „Ab in die Mitte Hessen“ ist auch eine bedeutende Weiterentwicklung des hessischen Verfahrens des Programms: die Öffnung für nicht institutionelle Teilnehmende. Ursprünglich konnten sich lediglich Kommunen bewerben, heute reichen auch private Initiativen Projekte und eigene Projektideen ein. Durch diese Änderung entstand eine weitaus vielfältigere Teilnehmerschaft – von einzelnen Geschäften bis hin zu stadtweit agierenden Vereinen und Zusammenschlüssen.

„Ab in die Mitte Hessen“ hat nicht nur dazu beigetragen, die Stadtmitten und Stadtteilzentren lebendiger zu machen, sondern auch wertvolle Erkenntnisse für zukünftige Städtebauprojekte geliefert.

Das Programm hat sich über die Jahre hinweg als ein einzigartiges Lern- und Experimentierfeld erwiesen, bei dem alle Beteiligten ihre bisherigen Routinen infrage stellen mussten. Die einfachen unkomplizierten Regeln beim Einreichen von Projektideen und die Möglichkeit zur Anpassung haben wichtige Erkenntnisse für zeitgemäße Beteiligungs- und Verfahrensformen geliefert, die auch in anderen Förderprogrammen Anwendung finden.

Messbare Erfolge: Die Entwicklung eines neuen hessischen Förderprogramms

Die Erfolge von „Ab in die Mitte Hessen“ sind so beachtlich, dass das Land Hessen ein eigenes Förderprogramm zur Bewältigung des Strukturwandels der Innenstädte „Zukunft Innenstadt“ mit Elementen des Programms „Ab in die Mitte!“ aufgelegt hat. Die hohe Anzahl von Interessensbekundungen und geförderten Projekten in zahlrei-

chen Städten und Gemeinden zeugt von der weitreichenden Bedeutung dieses Ansatzes.

In Deutschland, einem Land, in dem die Planungskultur nicht immer ergebnisorientiert und pragmatisch erscheint, sind solche einfachen und lernfähigen Experimentalprogramme wie „Ab in die Mitte!“ von unschätzbarem Wert – insbesondere in Zeiten von unvorhergesehenen Herausforderungen wie Klimawandel, Inflation und Krieg.

Lars Czuma-Schmidt, Geschäftsführer
Wilfried Weisenberger, Senior Berater
SK Standort & Kommune Beratungs GmbH



Ein Blick hinter die Kulissen: Experteninterview mit Wilfried Weisenberger, Senior-Berater bei SK Standort & Kommune Beratungs GmbH und Jury-Mitglied

Herr Weisenberger, mehr als 20 Jahre „Ab in die Mitte Hessen“, seit wann sind Sie Mitglied der Jury?

2007 durfte ich als Vertreter von GfK Geo-Marketing das erste Mal teilnehmen. 2011, nach Gründung von SK Standort & Kommune, wurde ich weiter berufen und seitdem unterstützen wir die Initiative als Förderer auch finanziell.

Wieso ist „Ab in die Mitte“ in Ihren Augen wichtig für unsere Innenstädte?

Aus meiner Sicht bringt das Förderprogramm „Ab in die Mitte Hessen“ nur das Beste in hessischen Innenstädten hervor. Jedes Jahr aufs Neue bewerben sich Dutzende Städte und Initiativen bei AiM Hessen und das, obwohl es bei diesem Programm um keine besonders hohen Fördersummen geht. Den Akteuren vor Ort ist bewusst, dass jede umgesetzte Idee Leben in die In-

nenstadt lockt, egal ob es sich um ein großes oder ein kleineres Projekt handelt. Und das sehen wir auch in der Ausführung bei unseren Jury-Rundreisen.

Warum ist „Ab in die Mitte“ so erfolgreich?

Zunächst ist AiM Hessen in den Kommunen sehr beliebt. Allein in den letzten zehn Jahren hatten wir 275 Bewerbungen. Dahinter stehen weit mehr als 1.500 Ideen, Aktionen und Events zur Belebung der Innenstadt. Auch wenn man nicht zu den Preisträgern gehörte, viele der Projekte wurden dennoch umgesetzt, auch ohne Fördermittel. Das bestätigt den Erfolg der Initiative.

Gibt es eine Stadt, die unter den Bewerbern besonders hervortritt?

Ja! Bad Camberg ist quasi DIE „Ab in die Mitte“-Stadt. Sie hat bei allen Wettbewerben seit Beginn an teilgenommen und hat

immer wieder tolle Ideen, die mit Leidenschaft umgesetzt werden.

Warum ist Bad Camberg so erfolg- und ideenreich?

Auch wenn die Stadt von der DSK und uns im Projektmanagement seit Jahren beraten wird, ohne die engagierten Bürgerinnen und Bürger und Gewerbetreibenden könnte das nicht geschehen. Diese Menschen lieben Ihre Stadt und tun auch was dafür.

Ist Bad Camberg denn nur bei „Ab in die Mitte“ aktiv?

Nein. Die Stadt hat sich auch bei beiden Wellen des Landesprogrammes „Zukunft Innenstadt“ durchgesetzt und setzt die Projekte sehr erfolgreich um. Allein durch diese Projekte konnten innerhalb weniger Monate sieben Leerstände in der Altstadt wiederbelebt werden. Das ist einmalig.

A photograph of a busy outdoor event, possibly a fair or festival. In the foreground, several people are seen from behind, walking away from the camera. On the left, a man wears a grey t-shirt and a black backpack with a white ghost-like logo. In the center, a woman in a black top and green pants walks. To the right, a man in a light blue striped shirt is partially visible. A brown canopy tent is on the right side. The background features lush green trees and a stone monument with a statue on top. The overall atmosphere is bright and sunny.

Beispiele aus der Praxis



Hamburgs Bergedorfer City: stark und zukunftssicher dank innovativem Citymanagement



Weg von einer durch Einzelhandel geprägten Innenstadt, hin zu einem multifunktionalen und lebendigen Stadtteil: Durch das Citymanagement Bergedorf NOW soll mittels umfangreicher Akteurs- und Bürgerbeteiligung Bergedorf in gänzlich neuem Glanz erstrahlen und gleichzeitig seinen bisherigen Charme behalten.

Citymanagement Bergedorf NOW: Die Stadt in Bewegung bringen

Mit seinem ganz eigenen Charme und Entwicklungspotenzial befindet sich im Südosten von Hamburg der Bezirk Bergedorf. Seine bisher vorwiegend von Einzelhandel geprägte Innenstadt soll in Zukunft – dank des ambitionierten Projekts „Citymanagement Bergedorf NOW“ – in neuem Glanz erstrahlen. Geplant ist, Bergedorf als vitalen Ort in Hamburg zu etablieren und seine Innenstadt für eine erfolgreiche Zukunft zu gestalten. Bis zum Ende des Sommers 2025 wird die DSK GmbH zusammen mit der Stadtmanufaktur GmbH daran arbeiten, Bergedorfs Potenzial voll auszuschöpfen.

Um dieses Potenzial optimal zu nutzen und die Innenstadt wiederzubeleben, wurde das Citymanagement ins Leben gerufen. Der Ansatz des Projekts, das im Rahmen des Bundesförderprogramms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ (ZIZ) gefördert wird, ist ganzheitlich und umfasst alle relevanten Akteur:innen. Es besteht aus einer umfassenden Stakeholderanalyse, die die Grundlage für maßgeschneiderte Lösungen bietet. Darüber hinaus ermöglicht das Citymanagement eine Zusammenarbeit von öffentlichen und privaten Akteur:innen sowie die aktive Einbeziehung der Bürger:innen, welche Schlüsselfaktoren für den Erfolg von „Citymanagement Bergedorf NOW“ sind.

Das Haus „Plietsch“ – Drehpunkt für Akteurs- und Bürgerbeteiligung

Daher liegt ein bedeutender Schwerpunkt des Projekts auf der Akteurs- und Bürgerbeteiligung. Akteur:innen und Bürger:innen werden ermutigt, aktiv an der Transformation ihrer Innenstadt teilzunehmen und Ideen einzubringen. Workshopformate, wie etwa Stadtlabore und Innenstadtforen, bieten Raum für kreative Ideen und regen Austausch, um gemeinsame Ziele zu definieren und umzusetzen. Die geplanten Maßnahmen, zum Beispiel Illumination von Fassaden, die „Blaue Stunde“ (ein regelmäßiges Picknick im und vor dem Plietsch), Urban Gardening und Kunst im öffentlichen Raum, spiegeln die Vielfalt der Ideen wider, die die Akteur:innen und Bürger:innen einbringen.

Ein erfolgsversprechendes Projekt im Rahmen des Citymanagements stellt die Realisierung des bereits kurz erwähnten "Plietsch" dar. Das Haus, das in einer



Im September 2023 eröffnete das „Plietsch“ als Arbeitsort des Citymanagements und als Anlaufpunkt für Künstler:innen und Handwerker:innen

leerstehenden Einzelhandelsimmobilie etabliert wurde, dient nicht nur als Ort der Kunst und des Handwerks, sondern auch als Plattform für Workshops, Seminare, Events, Ateliers und Coworking. Seit September 2023 stehen die Türen des Hauses allen kostenfrei offen, die die Räumlichkeiten für ihre Projekte nutzen möchten. So fördert es einerseits den kreativen Austausch und stärkt andererseits die Vernetzung innerhalb der städtischen Gemeinschaft. Das „Plietsch“ ist darüber hinaus auch der Arbeitsort des Citymanagements und dient als Anlaufpunkt für Anliegen der Bürger:innen und Akteur:innen in Bergedorf und Lohbrügge.

Weitere Transformationskonzepte

Eine weitere Aufgabe des Citymanagement Bergedorf ist die explizite Ausarbeitung zukunftsfähiger Konzepte, die eine Transformation der Innenstadt zu einem attraktiven und belebten Zentrum mit einer vielfältigen Nutzungsmischung ermöglichen. Hierzu zählen:

Nutzungskonzept für das Künstler-Handwerker-Haus („Plietsch“): Das Konzept sieht vor, das „Plietsch“ nicht nur als Kunst- und Handwerksort zu nutzen, sondern auch als Raum für Workshops und Veranstaltungen. Dies sorgt für eine aktive Bürgerbeteiligung und bereichert das kulturelle Leben der Stadt.

Innenstadtkonzept: Durch ein umfassendes Konzept mit dem Ziel einer ansprechenden Gestaltung des öffentlichen Raums sowie die Förderung von vielfältigen Geschäften und Gastronomie wird die Innenstadt aufgewertet

Gemeinsame Strategie Bergedorf und Lohbrügge: Die Stadtteile Bergedorf und Lohbrügge sind durch eine Bahntrasse, die eine massive städtebauliche Barriere bildet, voneinander getrennt. Durch Stärkung der Verbindung der beiden Stadtteile, insbesondere durch nicht investive Maßnahmen, sollen die jeweiligen Potenziale beider Ortsteile herausgearbeitet und ein lebendiges gemeinsames Stadtzentrum geschaffen werden.

Tourismuskonzept: Mit seinem Schloss und weiteren Sehenswürdigkeiten weist Bergedorf ein umfangreiches kulturelles Erbe auf. Dieses soll als touristisches Ziel aufgewertet werden. Das Tourismuskonzept zeigt Wege, Möglichkeiten und Maßnahmen auf, die touristischen Qualitäten Bergedorf zu erschließen und zu vermarkten, um so den Stadtteil zu beleben.

City-App: Die Bergedorfer City-App soll ein innovatives Instrument werden, das die Bürger:innen miteinander verbindet und das Stadtzentrum auf eine moderne Art und Weise stärkt. Die App fördert nicht nur die Attraktivität Bergedorfs, sondern zeigt auch, wie moderne Technologie genutzt werden kann, um das Gemeinschaftsgefühl zu stärken und Menschen miteinander zu verbinden.

Das Citymanagement unterstützt den Bezirk Bergedorf auf seinem Weg der Transformation von einem bisher vorwiegend von Einzelhandel geprägten Stadtzentrum zu einem multifunktionalen und lebendigen Stadtteil. Es trägt so maßgeblich zu einer zukunftsfähigen Entwicklung Bergedorfs als attraktiven Wohn- und Lebensstandort für Menschen aller Generationen bei.

Tanja Tribian
DSK-Büro Hamburg





MITTENDRINNENSTADT Heidelberg

Die Stadt Heidelberg entwickelt ihre Innenstadt weiter: Als eine von 228 Kommunen, die vom Förderprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ unterstützt werden, strebt auch Heidelberg die Entwicklung und Zukunftsfähigkeit ihrer Innenstadt an. Im Fokus stehen Maßnahmen zur Stärkung und Erhaltung der Vielfalt und Attraktivität der Heidelberger Innenstadt.

Rahmen und Auftakt von Mittendrinnenstadt

Mit dem Projekt „MITTENDRINNENSTADT“ wird das Heidelberger Stadtzentrum von 2022 bis 2025 mit einem Förderprogramm von fünf Millionen Euro gestärkt. Dabei erhält die Stadt 3,75 Millionen Euro als Bundesförderung vom Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) und muss einen Eigenanteil von 1,25 Millionen Euro einbringen. Über einen Fördertopf unterstützt die Stadt zudem Bürger:innen, Initiativen, Vereine, Unternehmen und Einrichtungen, die eigenverantwortlich Projekte in der neuen Innenstadt realisieren wollen: Für jeden selbst eingebrachten Euro stellt die Stadt den gleichen Betrag als Förderung in Aussicht.

Einen Auftakt bildeten zwei Perspektivwerkstätten, die am 8. Dezember 2022 und am 19. Januar 2023 mit unterschiedlichen Interessensvertreter:innen stattfanden und der Zivilgesellschaft Raum für Diskussionen und neue Netzwerke boten. Diese wurden durch zwei weitere Veranstaltungen im September und Oktober 2023 fortgeführt, deren Ziel die Vorstellung der „MITTENDRINNENSTADT“-Marke sowie die Förderung weiterer Projekte für den Verfügungsfonds war.

Das Projekt

In Heidelberg sollen sowohl attraktivitätssteigernde Nutzungsmöglichkeiten und Angebote geschaffen als

auch Investitionen in die Aufwertung von Plätzen oder die Umsetzung bei der Anmietung für innovative Nutzungskonzepte getätigt werden. Mit den neuen verfügbaren Geldern sollen Veränderungen vor allem in drei Bereichen realisiert werden:

1. Stärkung der Vielfalt im Einzelhandel und Nutzungen in der Innenstadt
2. Auflösen von Brüchen und Barrieren im Außenbereich der Innenstadt
3. Stärkung des Images und der Identifikation der Innenstadt

Zur Eröffnungsfeier des Projektbüros im April 2023 erhielt das Projekt seinen offiziellen Namen „MITTENDRINNENSTADT Heidelberg“. Die neue Anlaufstelle steht für Bürger:innen offen, um sich über (bauliche) Projekte der Stadt sowie über den Verfügungsfonds zu informieren.

Wie geht es weiter?

Insbesondere der Entwicklungsbereich zwischen dem Bismarckplatz und dem Hauptbahnhof bietet Raum für die Entstehung neuer Konzepte und vielfältiger Nutzungsmöglichkeiten sowie neue Fußwegeverbindungen, Freiflächen und Platzfolgen.

Im Fokus der Innenstadttransformation steht die Entwicklung eines innerstädtischen Identifikationsorts Heidelbergs durch die Ansiedlung ergänzender Nutzungskonzepte zum Kernbereich, belebte Erdgeschoss-



zonen und eine Etablierung besonderer Betriebskonzepte und Experimente wie zum Beispiel Showrooms, Pop-up-, Outlet- und Concept-Stores.

Der Verfügungsfonds

Mit Hilfe des 1,6 Millionen Euro umfassenden Verfügungsfonds können Ideen und Maßnahmen durch engagierte Bürger:innen, Vereine und Unternehmen realisiert und mit bis zu 50 Prozent der zuwendungsfähigen Gesamtkosten gefördert werden. Dabei sollen Projekte unterschiedlichster Art realisiert werden (zum Beispiel Veranstaltungen, bauliche Maßnahmen, temporäre Ausstellungen beziehungsweise Aktionen oder die Erarbeitung von Konzepten und Studien). Alle Projekte müssen jedoch den übergeordneten Zielen des Projektes „MITTENDRINNENSTADT Heidelberg“ entsprechen.

Lisa Meyer und Marlene Friedrich
DSK-Büro Heidelberg



Cottbus/Chósebus: Ein lebendiges Zentrum durch umfangreiches Citymanagement

Cottbus/Chósebus hat ein einzigartiges Innenstadtkonzept entwickelt, bei dem alle – von Händler:innen und Gastronom:innen bis zu Künstler:innen und Anwohner:innen – aktiv teilnehmen können. Was zunächst nach einer komplizierten Herausforderung klingt, ist durch kluges Citymanagement tatsächlich Wirklichkeit geworden. Die Initiative ist ein Teil des Bundesförderprogramms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ (ZIZ) und wird gemeinsam von der Stadt Cottbus/Chósebus, der DSK GmbH und AG.URBAN umgesetzt.

Das Vier-Säulen-Modell des ZIZ-Programms

Eine lebenswerte und zukunftsfähige Cottbuser Innenstadt entwickeln – mit diesem Ziel ist die Stadt Cottbus/Chósebus Ende 2022 mit der Erstellung des sogenannten „Innenstadtentwicklungskonzepts“ im Rahmen des Bundesprogramms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ (ZIZ) des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen gestartet.

Das Bundesförderprogramm hat vier Hauptkomponenten, die die Stadt mit ihren Partnern umsetzt:

- Citymanagement (DSK GmbH)
- Innenstadtfonds (Stadt Cottbus/Chósebus; DSK GmbH)
- AG Innenstadt (Stadt Cottbus/Chósebus)
- Innenstadtentwicklungskonzept (AG.URBAN)

Diese Säulen sind darauf ausgerichtet, Cottbus/Chósebus von einer Handelsstadt in einen vielseitigen, zukunftsfähigen Raum für alle Bürger:innen zu transformieren. Dabei erstreckt sich das Projektgebiet über 120 Hektar, inklusive

des Stadtkerns und eines Erweiterungsbereichs. Trotz der relativ guten Ausgangslage der Cottbuser Innenstadt müssen kooperative, zukunftsfähige Wege gegangen und ganzheitlich gedacht werden. Es geht bei den zu entwickelnden Lösungsansätzen nicht mehr allein um Akutmaßnahmen als Reaktion auf die gegenwärtig zugespitzte Lage, sondern vor allem um langfristig angelegte strategische Prozesse, die der Innenstadt neues Leben geben sollen.

Am Puls des Geschehens:

Das Citymanagement mit direktem Kontakt im Herzen der Stadt

Das Citymanagement agiert dabei als zentraler Koordinator und als Anlaufstelle für die Bürger:innen, Gewerbetreibenden, Händlerschaft, soziale Träger und die Stadtverwaltung. Die Verantwortungsbereiche umfassen neben der Projektsteuerung und der Vernetzung der verschiedenen Akteure auch die Initiierung von Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt und die Beratung und Begleitung bei der Umsetzung des Innenstadtfonds.



Auftritt des Volkschors



Der Sitz des Citymanagements in der Cottbuser Innenstadt



Frühjahrsputz



Freilichtausstellung „Cottbus/Chósebus – die 20er Jahre“



Um näher bei den Bürger:innen zu sein, hat das Citymanagement-Team ein Ladenlokal mitten in der Cottbuser City eröffnet. Dieser Raum steht als niederschwellige Anlaufstelle drei Tage die Woche zur Verfügung und dient auch als Kommunikationszentrale für Besprechungen und Veranstaltungen.

Zusätzlich zur physischen Präsenz bietet die Website innenstadt-cottbus.de regelmäßige Updates zu verschiedenen Aktivitäten, Veranstaltungen und Erfolgen des Programms.

Bisherige Erfolge und der Blick in die Zukunft

Die Palette der bereits umgesetzten Aktionen ist breit: von Kunstveranstaltungen wie Chorauftritten und Tanzperformances über Händlertreffen bis hin zu Verschönerungsaktionen im öffentlichen Raum, beispielsweise das Schmücken von Grünanlagen mit Hunderten von Hortkindern bunt gestalteten Ostereiern und der Cottbuser Schachmeile zur Stärkung der Integration wurden bereits viele Ideen umgesetzt und die Bürger:innen aktiv beteiligt. Auch der Innenstadtfonds hat bereits mehrere Projekte realisiert, darunter Kunstausstellungen zum Thema „Cottbus/Chóšebuz – die 20er Jahre“ und eine Veranstaltungsreihe „Kultur-salon Cottbus – Musik im Gespräch“. Viele weitere Anträge sind zurzeit in der Planung und Abstimmung.

Die nächsten Schritte fokussieren sich auf größere, nachhaltige Projekte wie die Erstellung eines Leerstands- und Ansiedlungsmanagements (LeAn), die Einrichtung von Pop-up-Stores inklusive einer Richtlinie zur Belebung leerstehender Ladenflächen und die stadtplanerische Aufwertungen von Nebenstraßen und Plätzen im Kernbereich der Altstadt und der gesamten ZIZ-Förderkulisse. Ein Veranstaltungskalender, erstellt in Zusammenarbeit mit dem Stadtmarketing, ist ebenfalls in Planung. Auch die Bürger:innen sollen weiterhin eng in den Prozess eingebunden werden. Daher wird im Rahmen des Innenstadtentwicklungskonzeptes auch eine digitale Bürgerbeteiligung über die Innenstadtwebsite stattfinden.

Im Kern all dieser Bemühungen steht der Wunsch, die Cottbuser Innenstadt als einen Ort der Begegnung und des Erlebens für alle Bürger:innen zu etablieren, weit über den reinen Handelsaspekt hinaus.

Dieses ambitionierte Projekt setzt neue Maßstäbe für das, was in der Zusammenarbeit zwischen Stadtverwaltung, Wirtschaft und Bürger:innen erreicht werden kann. Es zeigt, wie moderne Citymanagement-Strategien eine Stadt nachhaltig beleben können.

Kathleen Hubrich und Marco Wentworth
DSK-Büro Cottbus



Bisherige Aktionen und Teilprojekte

- Cottbuser Schachmeile
- Künstlerische Aktionen (z. B. Auftritt des Volkschores in der Spremberger Straße und Tanzperformance am Enkebrunnen)
- Freilichtkunstausstellung mit dem Thema „Cottbus/Chóšebuz – die 20er Jahre“
- Aufwertungsmaßnahmen des öffentlichen Raumes (z. B. Ostereier-Aktion, Frühlingsputz mit Reinigung des Stadtmobiliars)
- Wiedererrichtung der Carl-Blechen-Skulptur
- Veranstaltungsreihe „Kultur-salon Cottbus – Musik im Gespräch“
- Händlertreffen



Aufgaben des Citymanagements

Kleinstadt MANUFAKTUR Bad Langensalza: Ein lebendiges Labor für innovative Stadtentwicklung

Seit mehr als zwei Jahrzehnten pflegen die DSK GmbH und die Kur- und Rosenstadt Bad Langensalza in Thüringen eine fruchtbare Beziehung. In dieser Zeit haben wir gemeinsam eine Reihe von bahnbrechenden Projekten im Bereich der Stadtsanierung realisiert. Aber der Wandel schläft nie und die Bedürfnisse der Stadt haben sich über die Zeit verändert. Speziell in den letzten fünf Jahren konnten wir geradezu einen Paradigmenwechsel im Innenstadtmanagement erleben, der auch vor Klein- und Mittelstädten kein Halt macht: Es geht nicht mehr nur um die "Hardware" der Stadt, sondern vermehrt auch um das "Management der Innenstadt" – die metaphorische "Software".

Beständigkeit trifft auf moderne Herausforderungen

Aus diesem Anlass entstand, aus einem EU-finanzierten Programm, der Netzwerkinitiative "Innenstädte erfolgreich machen" und mit Förderung durch das Bund-Länder-Programm „Lebendige Zentren“ die Kleinstadt MANUFAKTUR, ein Gemeinschaftsbüro, das sowohl als Zentrum für das Citymanagement als auch als Außenstelle der DSK GmbH dient. Die Besonderheit: Das Büro liegt strategisch günstig im Herzen der Stadt, direkt gegenüber dem Rathaus, und dient als Inkubator für neue Ideen und Projekte. Von Anfang an waren die Synergien und die Energie spürbar: Die erste große gemeinsame Initiative der Kleinstadt MANUFAKTUR ist der Leitbildprozess, der 2023 zum Abschluss kommen wird. Mit mehr als 300 verschiedenen Akteuren aus Wirtschaft, Politik und Bürgerschaft werden vielfältige Themen in Workshops beleuchtet – von der

Profilschärfung der Marke Bad Langensalza bis hin zur Erstellung eines detaillierten Maßnahmenkatalogs, der die Grundlagen für eine resiliente Stadt der Zukunft legt. Zu den Maßnahmen gehören unter anderem die Stärkung des Radverkehrs, die Gestaltung der Innenstadt als Erlebnisraum oder die Etablierung eines Leerstandsmanagements.

Kundenbeziehungen und Vermarktungsinnovationen

Speziell beim facettenreichen Leerstandsmanagement können wir durch unsere langjährige Partnerschaft mit der Stadt und den lokalen Gewerbetreibenden spezielle Vermarktungsstrategien entwickeln. Unsere seit vielen Jahren bestehenden und tiefgehenden Kundenbeziehungen ermöglichen es uns auch, anspruchsvolle Vermarktungs-



Zwischenpräsentation der Ergebnisse des Leitbildprozesses



Citymanagerin Sandra Czerniak und DSK-Projektleiter Max Horrmann



Weitere Informationen unter:
www.citymanagement-badlangensalza.de



Durch eine enge Kooperation mit der FH Erfurt (Fakultät Stadtplanung und Architektur) arbeitet die DSK bei vielen Projekten mit Studierenden zusammen. Eine Präsentation der Ergebnisse findet dann im Rahmen von öffentlichen Veranstaltungen, wie hier zum Tag der Städtebauförderung, statt.

szenarien zu meistern. Ein herausragendes Beispiel dafür ist die Vermarktung einer leerstehenden Eisdiele. Statt einer konventionellen Herangehensweise haben wir eine kreative Werbekampagne entwickelt, die sowohl Offline-Marketingelemente wie Flyer und Schaufensterdekorationen als auch digitale Elemente wie eine 360-Grad-Tour durch die Gewerbeeinheit auf unserer eigenen Citymanagement-Website beinhaltete. Diese Rundum-Präsentation hat nicht nur die Sichtbarkeit des Objekts erhöht, sondern es für potenzielle Nachmieter:innen greifbarer gemacht. Die Kleinstadt MANUFAKTUR ist ein

Paradebeispiel dafür, wie langfristige Partnerschaft und innovative Lösungen sich ergänzen können. Unser Ansatz, Informationen leicht zugänglich zu machen und eine offene Tür für Beratungen mit gebündelten Kompetenzen anzubieten, ist der Schlüssel zum Erfolg und stärkt unsere wertvollen Kontakte in die Bereiche der Wirtschaft, Kultur und des Sozialen. Gemeinsam setzen wir neue Maßstäbe in der Stadtentwicklung. Wir freuen uns darauf, Bad Langensalza auch in Zukunft in ein lebendiges, zukunftsfähiges urbanes Zentrum zu verwandeln.

Max Horrmann
 DSK-Büro Erfurt



GESTALTEN SIE MIT UNS DIE STÄDTE UND LEBENS-RÄUME VON MORGEN.

DSK | STADT ENTWICKLUNG

Für Kommunen. Deutschlandweit. Seit 1957.

Unser Ziel bei der DSK ist einfach und doch herausfordernd: Wir wollen Lebensräume gestalten, in denen Menschen gerne leben und in welchen wir uns als Gesellschaft weiterentwickeln können – offen, nachhaltig und sozial.

Sind Sie dabei?

Dann besuchen Sie unsere Karriereseite mit offenen Stellen für unsere vielseitigen Projekte in ganz Deutschland.

Unsere aktuellen Stellen finden Sie unter <https://dsk-gmbh.de/karriere/>





**Was kommt nach
den Kaufhäusern?**

Neubeginn im Leerstand: Wie Städte die Zukunft ihrer Innenstädte nach dem Kaufhaussterben gestalten können

Das Schließen der großen Kaufhäuser ist ein Phänomen, das nicht nur in Deutschland, sondern weltweit sichtbar wird. Einst pulsierende Einkaufszentren und Warenhäuser werden immer öfter zu leeren, geisterhaften Gebäuden, die aber viel mehr hinterlassen als nur eine bauliche Lücke. Das sogenannte „Kaufhaussterben“ markiert das Ende einer Ära und stellt Städte vor die Aufgabe, den urbanen Raum neu zu denken. Verschiedene Faktoren spielen hierbei eine Rolle, allen voran die rasante Zunahme des Online-Handels und die daraus resultierende Bequemlichkeit für den Verbraucher. Außerdem tragen die hohen Mieten in Innenstadtlagen und die Verlagerung der Kaufkraft in die Vororte dazu bei, dass die traditionellen Kaufhäuser ins Wanken geraten.

Doch der Wandel in den Innenstädten bringt auch eine Reihe städtebaulicher Chancen und Herausforderungen mit sich. Stellen Sie sich vor, leerstehende Kaufhausflächen werden zu Katalysatoren für Innovation, zu Orten, die Start-ups, Kultur und soziales Engagement fördern. Diese Räume könnten nicht nur die lokale Wirtschaft beleben, sondern auch das gesellschaftliche Miteinander stärken. Dabei ist die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten nicht nur ein Trend, sondern ein Muss. Von begrünten Dachflächen bis hin zu Energieeffizienz – die Liste der Möglichkeiten ist lang und vielversprechend.

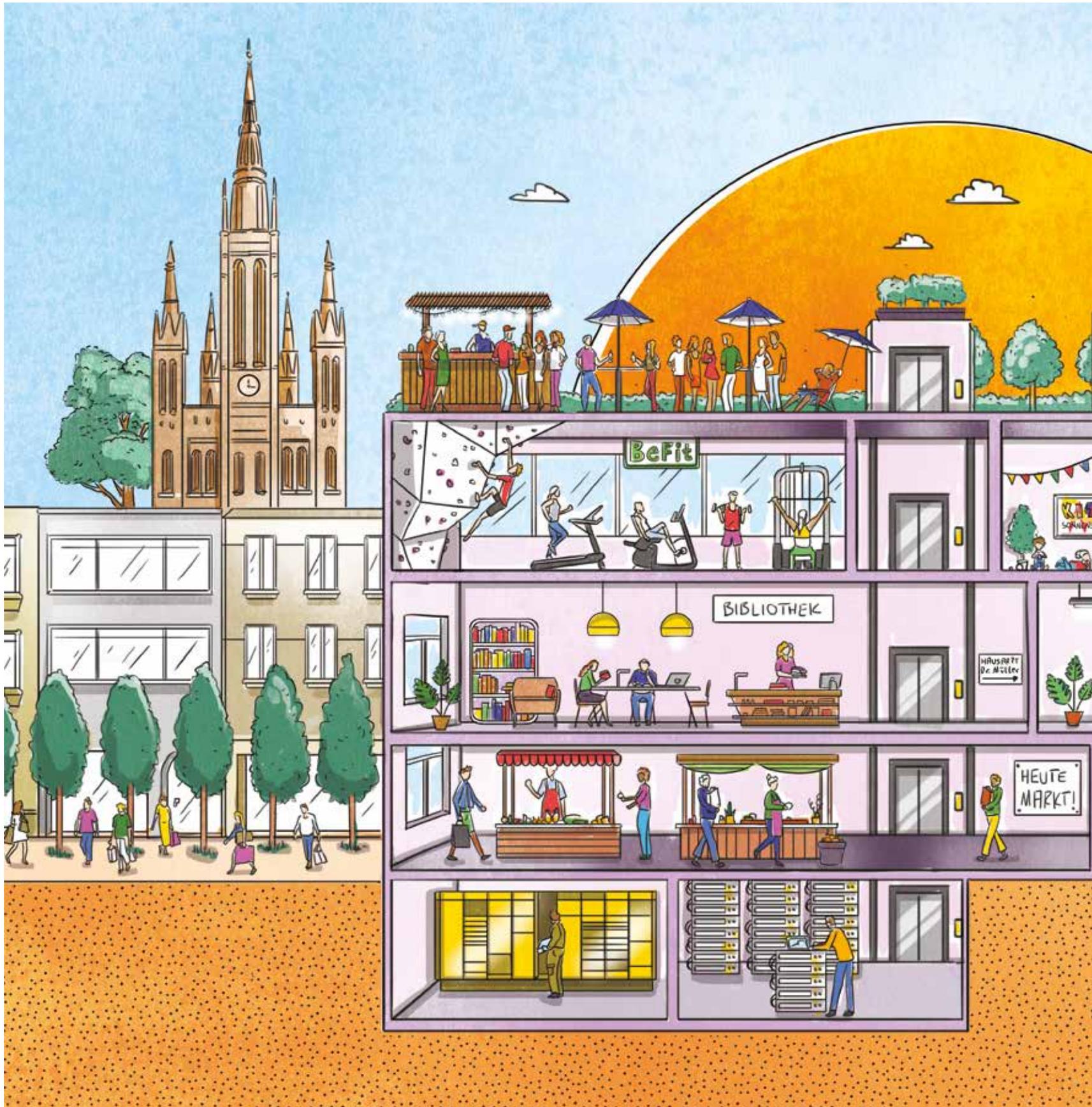
Gleichzeitig stellen sich einige Herausforderungen: Wie können die Gebäude so umgestaltet werden, dass sie diesen neuen Anforderungen gerecht werden? Wie kann die Stadtplanung

eine effiziente Nutzung dieser Flächen sicherstellen, ohne die historische oder kulturelle Identität der Innenstädte zu verwässern? Zudem wären da die Fragen der Finanzierung und des Eigentums. Hier könnten Städte und Kommunen von zahlreichen neuen Fördermitteln für städtische Entwicklungsprojekte, die speziell auf die Innenstadtentwicklung abzielen, profitieren.

In jedem Fall erfordert die Neugestaltung der Innenstädte ein Umdenken – weg von der reinen Konsumorientierung, hin zu einem gemischten, lebendigen urbanen Raum, der verschiedene gesellschaftliche Gruppen anspricht und integriert. Der Wandel, den das Kaufhaussterben einleitet, kann daher auch als Chance verstanden werden, Städte resilienter, inklusiver und zukunftsfähig zu gestalten. Es ist Zeit, den Leerstand nicht als Ende, sondern als Beginn zu sehen – als Startpunkt für eine nachhaltige, vielfältige und zukunftsorientierte Stadtentwicklung. Der erste Schritt ist dabei, den Dialog zu suchen, sowohl innerhalb der Verwaltung als auch mit Bürger:innen und Experten. Denn die Transformation der Innenstädte ist eine Gemeinschaftsaufgabe, die uns alle betrifft.

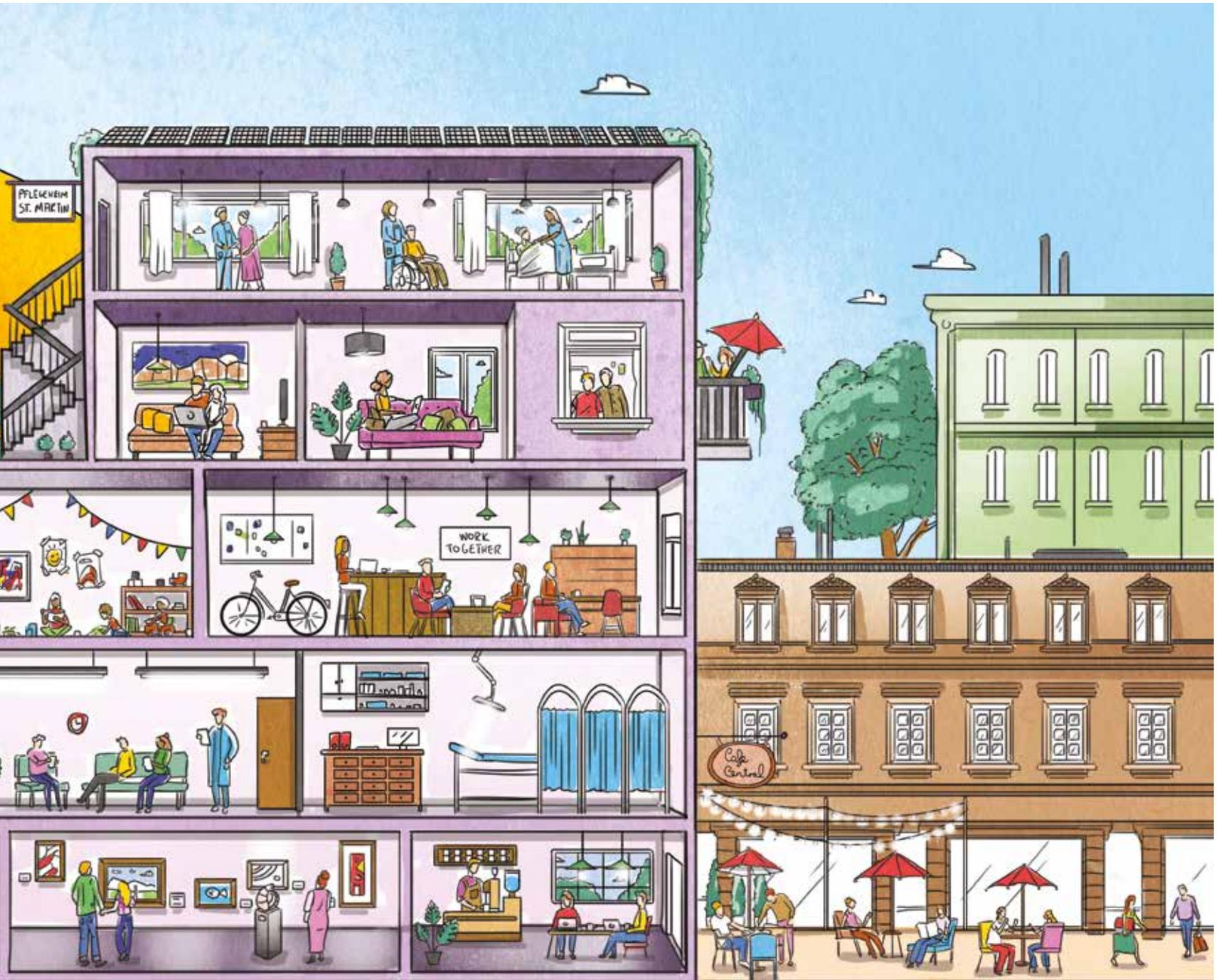
Indem wir uns diesen Herausforderungen stellen, können wir die Stadtlandschaft von morgen gestalten – eine Stadt, die nicht nur auf wirtschaftliche, sondern auch auf soziale und kulturelle Bedürfnisse eingeht. Damit eröffnet sich die Möglichkeit, aus dem Kaufhaussterben eine Renaissance der Innenstädte zu machen. Ein mutiger, aber notwendiger Schritt, den es lohnt, gemeinsam zu gehen.

Innovatives Stadtmanagement: Warenhäuser 2.0 – Zukunftsszenarien für leerstehende Kaufhausimmobilien



„Das Geschäft erschien fast endlos mit seinen Schaufenstern im Erdgeschoss und seinen Spiegelscheiben im Zwischenstock, hinter denen man geschäftiges Treiben beobachten konnte. Es war ein riesiger Jahrmarkt. Das Geschäft schien vor Überfülle zu bersten und seinen Überfluss auf die Straße ausschütten zu wollen.“

Émile Zola



Die ersten Warenhäuser des 19. Jahrhunderts strahlten eine Faszination aus, die durch den französischen Schriftsteller Émile Zola eindrucksvoll beschrieben wurde. Doch die Zeiten ändern sich: Mit dem Vormarsch des E-Commerce und pandemiebedingten Einflüssen sind viele dieser oft charaktergebenden Ankerpunkte der Innenstädte verwaist. Die Frage der Neunutzung und Wiederbelebung dieser immensen Flächen stellt Stadtplaner und Kommunen vor Herausforderungen. Wir werfen einen Blick auf zukunftsweisende Projekte in verschiedenen Städten, die als Impulse für Stadtentwickler und kommunale Verwaltungen dienen können.

Illustration: Philip Kadesch

Die folgenden vielfältigen Beispiele zeigen, dass es zahlreiche Wege gibt, **leerstehende Warenhäuser sinnvoll zu nutzen und damit wertvollen städtischen Raum zurückzugewinnen**. Jedes dieser Konzepte ist einzigartig und muss auf den jeweiligen Kontext in der Stadt individuell zugeschnitten sein. Sie bieten jedoch wertvolle Anregungen und Ansatzpunkte für Stadtentwickler, kommunale Entscheidungsträger und Investoren.

HAMBURG: KREATIVE ZWISCHENNUTZUNG ALS EXPERIMENTIERFELD

In der Mönckebergstraße in Hamburg wurde die ehemalige Karstadt Sport-Filiale in das Projekt "Jupiter" umgewandelt. Dies geschah im Rahmen des städtischen Programms „Frei-Fläche: Raum für kreative Zwischennutzung“. Hier erhalten **Kreative Ausstellungsflächen** zu moderaten Preisen, wodurch den Immobilieneigentümern die Vielfalt potenzieller Nutzungen aufgezeigt wird.



NEUSS: Vom Kaufhaus zur Bühne

Auf die Schließung des ehemaligen Horten Kaufhaus 1999 hat sich die Stadt Neuss rechtzeitig vorbereitet und die Umnutzung zu einem Kulturzentrum bereits ein Jahr vor der Schließung beschlossen. Neben der **Kreisverwaltung** und einem **Kino** beherbergt das architektonisch modernisierte Gebäude nun auch das **Rheinische Landestheater**. Das Ensemble nutzt einen großen Saal, eine Studiobühne und ein Foyer mit Stadtblick, um das kulturelle Leben in der Stadt zu bereichern.



CHEMNITZ: VOM KAUFHAUS ZUR KULTURSTÄTTE

Das 1930 eröffnete Schockenhaus ist heute Heimat des **Staatlichen Museums für Archäologie**. Nach Jahren des Leerstands und wechselnder Eigentümer erfährt das Gebäude eine Renaissance. Alte Elemente wie die Natursteinfassade wurden sorgfältig restauriert. Das Museum beherbergt sogar eine Ausstellung zur ehemaligen Kaufhausgeschichte, was es zu einem echten Alleinstellungsmerkmal für Chemnitz macht.



BERLIN-NEUKÖLLN: Ein Hub für Nachhaltigkeit und Gemeinschaft

Für das ehemalige C&A Kaufhaus gibt es eine große Vision. Nach den Plänen einer gemeinnützigen Initiative soll es zu einem **multifunktionalen Raum** umgestaltet werden, der sowohl **Einzelhandel** als auch soziale und nachhaltige **Start-ups** beherbergt. Durch die Einrichtung einer **Kita** würde das Gebäude zusätzlich attraktiv. Zentraler Anlaufpunkt: Die **Küche** der zwischenzeitlich als Flüchtlingsunterkunft genutzten Immobilie, die als Showküche und Community Kitchen für Events und gemeinnützige Aktionen genutzt werden soll.



WEISSWASSER: Gesundheits-City-Center im ehemaligen Kaufhaus

2005 wurde ein leerstehendes Kaufhaus in der Lausitz in ein modernes **Gesundheits-City-Center** umgewandelt. Trotz denkmalgeschützter Architektur und hohen Planungsanforderungen konnte das Projekt in nur einem Jahr realisiert werden. Auf etwa 2.000 Quadratmeter entstanden barrierefreie Praxen, eine Apotheke und Büros. Eine neu eingebaute Wendeltreppe im Erdgeschoss optimiert die Raumausnutzung.



ZÜRICH: TRADITION TRIFFT AUF MODERNE

Das Warenhaus Manor in Zürich wird nach aufwendigen Sanierungs- und Renovierungsarbeiten als **gemischt genutztes Gebäude** wiedereröffnet. Besonders hervorzuheben ist der Erhalt der historischen Fassadenelemente sowie der über 100 Jahre alten Originalfenster. Neu ergänzt wurde ein **Glockenspiel** an der Außenfassade.



ARDMORE: Luxus-Fitnessclub zieht ins ehemalige Macy's Gebäude

Das ehemalige Macy's Kaufhaus in Ardmore im US-Bundestaat Pennsylvania wird zu einem **hoch-klassigen Fitnessclub** umgestaltet. Mit einem 70-Millionen-Dollar-Umbau bereitet sich das fast 10.000 Quadratmeter große Gebäude mit der repräsentativen Jugendstilfassade auf seine neue Bestimmung vor. Das Fitnessstudio wird rund zwei Drittel der Fläche belegen und nicht nur Fitnesskurse, sondern auch hochwertige Spa-Anlagen und gesunde Cafés bieten.



OSNABRÜCK: EIN NEUES URBANES ERLEBNIS

Das „Osnabrücker Ding“ plant, einen multifunktionalen Erlebnisraum zu schaffen, der **Coworking, Start-ups, Eventflächen** und mehr bietet. Die **Universität Osnabrück** ist als großer Ankermieter geplant, was den Bildungsfaktor in der Innenstadt erhöht.





RENSBURG: Soziale Infrastruktur neu gedacht

Das seit 2009 verlassene Hertie Kaufhaus in Rendsburg wird vor dem Abriss gerettet und in ein innovatives **Pflegeheim** umgewandelt. Tragsäulen des Originalgebäudes werden in die Zimmer integriert und schaffen so ein einzigartiges Wohnerlebnis. Für Architekt Jes Hansen steht die Transformation als Zeichen gegen den Energieverschwendungstrend in der Baubranche und für den Erhalt stadtgeschichtlicher Werte.

NEUMÜNSTER: VON KAUFHAUS ZU KULTURORT

Nach dem Kauf der Immobilie durch die Sparkasse Südholstein wird das ehemalige Karstadt Warenhaus in Neumünster zu einer **Bankfiliale** und einer modernen **Stadtbibliothek** umgebaut. Die Bibliothek soll als „Dritter Ort“ zur Steigerung der Aufenthaltsqualität beitragen.



SIEGEN: Universität als Motor der Stadtentwicklung

Im Rahmen der Zweistandortstrategie der Universität Siegen wird das ehemalige Karstadt-Gebäude in ein modernes **Hörsaalzentrum** verwandelt. Dies ist Teil eines umfassenden Masterplans zur Revitalisierung der Innenstadt. Die Universität plant, weitere Fakultäten in die Innenstadt zu verlegen.



LÜNEN: Lichtdurchtete Lebensräume im ehemaligen Hertie

Das alte Hertie Kaufhaus in Lünen wurde umfassend revitalisiert. Während im Erdgeschoss nun eine **Bank** und ein **Café** zu finden sind, wurden die oberen Etagen in **Wohnungen** umgewandelt. Trotz anfänglicher Herausforderungen durch den kubischen Bau hat das Team eine kreative Lösung gefunden: Ein großer Teil des Gebäudes wurde entfernt, um eine begrünte Lichtschneise zu schaffen. So entstand ein lebendiger, heller Wohnraum im Herzen der Stadt.



AMSTERDAM: Hudson Bay's Wandel zum Coworking-Hotspot

Das ehemalige Kaufhaus Hudson Bay in Amsterdam erlebt eine bemerkenswerte Transformation. Nach seiner Schließung wurde das großflächige Gebäude in einen dynamischen **Coworking-Space** verwandelt. Nun dient es als kreativer Schmelztiegel für Start-ups, Freiberufler und etablierte Unternehmen. Die Umnutzung schuf eine flexible Arbeitsumgebung, die den Geist der Zusammenarbeit fördert und gleichzeitig das historische Flair des Gebäudes bewahrt.



PARIS: Tati wird zu Sozialwohnungen und Geschäften

Das legendäre Billigkaufhaus Tati in Paris, bekannt für seine niedrigen Preise seit 1948, konnte der Coronakrise nicht standhalten. Das Stammhaus am Montmartre wird nun teilweise in **Sozialwohnungen** umgewandelt, während die unteren Etagen weiterhin als **Geschäfte** genutzt werden. Dieser Trend zur Umnutzung ist in Paris weit verbreitet, besonders bei Bürogebäuden.



HERNE: REVITALISIERUNG DURCH GEMISCHTE NUTZUNG

Das Warenhaus Hertie in Herne wurde nach einem Wettbewerb in „Neue Höfe Herne“ umbenannt. Es beherbergt nun eine breite Palette an **Einzelhandels-, Gastronomie-, Fitness-, Büro- und Dienstleistungsunternehmen**. Ein städtisches Revitalisierungsprojekt, das sich als voller Erfolg herausstellte: Das Objekt ist vollvermietet.

Impressum

Erscheinungstermin:
November 2023

Herausgeber:
DSK Deutsche Stadt- und Grundstücksentwicklungsgesellschaft mbH
www.dsk-gmbh.de

Verantwortlich i. S. d. P.:
Dr. Frank Burlein

Layout und Satz:
Claudia Steiner

Die DSK DEPESCHE ist auf zertifiziertem Papier aus nachhaltigem Anbau gedruckt.

Für die Richtigkeit der Angaben kann keine Haftung übernommen werden. Änderungen vorbehalten.

Die mit Namen versehenen Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder.

Die DSK DEPESCHE einschließlich aller ihrer Texte ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der Redaktion unzulässig und strafbar. Dies gilt besonders für den Nachdruck, Vervielfältigungen – auch auszugsweise –, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Für unaufgefordert eingesandtes Redaktionsmaterial übernimmt die Redaktion keine Haftung.

Bildquellen
Soweit nicht anders angegeben:
stock.adobe.com; [pixabay](https://pixabay.com); DSK

Hinweis zu Gender Formulierung:
Bei allen Bezeichnungen, die auf Personen bezogen sind, meint die gewählte Formulierung alle Geschlechter, auch wenn aus Gründen der leichteren Lesbarkeit die männliche Form steht.

Möchten Sie die DSK DEPESCHE auch künftig erhalten?
Die DSK DEPESCHE können Sie kostenlos postalisch oder per E-Mail beziehen.

Bitte senden Sie uns eine Nachricht an depesche@dsk-gmbh.de und teilen Sie uns Ihre gewünschte Form der Zusendung mit.

Wenn Sie die DSK DEPESCHE nicht mehr erhalten möchten, wenden Sie sich bitte an depesche@dsk-gmbh.de oder per Telefon an 0611 3411-3161.

Kontakt:
Öffentlichkeitsarbeit der DSK GmbH
Abraham-Lincoln-Straße 44, 65189 Wiesbaden
Telefon 0611 3411-0, depesche@dsk-gmbh.de

Die DSK DEPESCHE finden Sie online unter
<https://dsk-gmbh.de/unternehmen/>



Umzug unserer DSK-Büros Erfurt und Nürnberg.

NEUE ADRESSE – BEWÄHRTE KOMPETENZ.

Unsere Büros in Erfurt und Nürnberg sind in diesem Jahr in neue moderne Büroräume gezogen.

Unser Büro Erfurt finden Sie ab sofort in der Schlachthofstraße 81, 99085 Erfurt.

Unser Büro Nürnberg finden Sie ab sofort in der Sulzbacher Straße 48, 90489 Nürnberg.

IM INTERVIEW: Stadt Schweinfurt

Stadtgespräch: Schweinfurts Pläne für einen lebendigen Stadtkern

Das Zeitalter der Warenhäuser geht zu Ende. Auch im fränkischem Schweinfurt wird das in prominenter Innenstadtlage liegende Galeria Kaufhof-Warenhaus zum 31. Januar 2024 geschlossen. Die DSK sprach über die sich daraus ergebenden Problemkonstellationen, aber auch über Chancen in der Stadtentwicklung mit dem Schweinfurter Oberbürgermeister Sebastian Remelè und dem Leiter des Amtes für Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing Thomas Herrmann.

Welche Gründe sind Ihrer Meinung nach entscheidend für die Schließungen vieler Warenhausstandorte in Deutschland?

Da kann man sicher ein ganzes Bündel von Gründen nennen. De facto erleben wir seit vielen Jahren einen Rückgang der Nutzerfrequenzen und auch der Attraktivität des Angebotes in den Warenhäusern. Das zunehmende Onlineangebot mit entsprechenden Auswahlmöglichkeiten hat natürlich wesentlich dazu beigetragen, dass das klassische Warenhaus sich im Ringen um den Kunden zunehmend schwertut. Richtig ist sicher auch, dass in Zeiten von Corona auch bisher treue Kaufhauskunden eine stärkere Affinität zum Onlineshopping entwickelt haben. Auch der demographische Wandel spielt eine wichtige Rolle: Der Anteil älterer Mitbürgerinnen nimmt zu, deren Einkaufsbedürfnisse sind in der Regel geringer als die jüngerer Menschen.

Hängt das Kaufhaussterben aus Ihrer Sicht auch mit der dortigen Form der Warenpräsentation und dem Angebotsortiment generell zusammen?

Das zumeist im mittelpreisigen Segment angebotene Sortiment von Warenhäusern wird von allen Kundenkreisen mittlerweile bevorzugt im Onlinehandel erworben. Preiswertere Produkte auf der einen und hochwertige Produkte auf der anderen Seite werden durch Onlinekonkurrenzanbieter beziehungsweise auch im qualifizierten Einzelhandel bedient, hier hat das ursprünglich gut sortierte Warenhaus Kunden verloren. Zudem haben die Kaufhausanbieter auch ihre Sortimente verändert. Ursprünglich nachgefragte Waren wurden ausgelistet, teilweise gute Ansätze der Erlebnistouristik reduziert. So hat man in Schweinfurt das Restaurant im Kaufhaus geschlossen. Genau dies war aber für viele ein Anziehungspunkt beim Gang in die Stadt – da war der Besuch im Kaufhaus und im Restaurant geradezu obligatorisch.

Wie kaufen Sie persönlich ein?

Selbstverständlich nutzen auch wir Onlineangebote. Bestimmte Produkte und Waren kaufen wir jedoch weiterhin bevorzugt im stationären Einzelhandel –

das hat mit spezifischem Angebot, guter Beratung und auch traditionellem Einkaufsverhalten zu tun. Es geht ja auch meistens nicht darum, nur irgendein spezielles Produkt zu kaufen. Oft wird der Einkauf gekoppelt mit anderen Aktivitäten, insbesondere gastronomischer oder kultureller Art. Dieses Erlebnis-Shopping kann das klassische Warenhausformat leider allzu oft nicht mehr leisten, folglich orientieren sich Kunden um.

Haben Sie im Vorfeld und nach Bekanntgabe der Schließungspläne versucht, die Stilllegung des Schweinfurter Standortes zu verhindern?

In vielfältiger Weise. Von Abstimmungsrunden bis hin zum bayerischen Wirtschaftsminister, konkreten Gesprächen mit dem Eigentümer und Versuch der Vermittlung an potenzielle Nachnutzer/Investoren waren wir aktiv. Letztlich hat es alles nichts genutzt. Aktuell sind in Schweinfurt im Galeria Kaufhof immer noch circa 60 Mitarbeitende beschäftigt. In Zeiten des Fachkräftemangels gibt es allerdings auch in Schweinfurt über

100 offene Stellen im Verkaufsbereich. Die Stadt Schweinfurt vermittelt hier auch aktiv, um Beschäftigten bei Galeria Kaufhof eine neue berufliche Perspektive in unserer Stadt vermitteln zu können. Wiederholt ist dies auch gelungen.

Hand auf Herz – Ist die Schließung der Galeria Kaufhof tatsächlich ein Verlust? Könnte man nicht vielmehr von einer Chance für die städtebauliche Weiterentwicklung in zentraler Innenstadtlage sprechen?

Für die Beschäftigten und auch viele Schweinfurterinnen und Schweinfurter, die immer noch gerne in ein Warenhaus gegangen sind, ist dies unstrittig ein Verlust. Man liebte halt sein altes Kaufhaus, den „Horten“ wie er früher hieß. Natürlich sehen wir auch die städtebaulichen Chancen, die in dieser Entwicklung liegen. Es ist aber zum jetzigen Zeitpunkt zu früh, hier konkrete Aussagen einer möglichen standortspezifischen Nachnutzung im Gebäudebestand zu machen. Wir sind diesbezüglich mit verschiedenen Interessenten im Gespräch, prüfen aber auch



alternative Optionen der Standortnachnutzung.

Wenn Geld keine Rolle spielen würde, was wäre Ihre bevorzugte Nachnutzungsvariante?

Wir würden uns sehr gut eine Nutzung des Standortes als Hotel in den oberen Etagen vorstellen können. Über die Erdgeschossnutzung wäre noch zu diskutieren. Aufgrund der vorhandenen Tiefgarage, der fußläufigen Erreichbarkeit der Innenstadt und des nahegelegenen Bahnanschlusspunktes sowie insgesamt der sehr zentralen Lage wäre dies eine naheliegende Option.

Glauben Sie, dass die Schließung von Galeria Kaufhof im Sinne der Weiterentwicklung der zukunftsfähigen Innenstadt Schweinfurts auch neue Entwicklungen im kleinteiligen Einzelhandel begünstigt?

Das ist nicht auszuschließen. Gerade in speziellen Segmen-

ten, Trendbereichen wäre dies denkbar. Wir haben auch aktuell schon gute Beispiele, wo neue Geschäftskonzepte erfolgreich in der Innenstadt platziert wurden – beispielsweise das Weingeschäft Don Rioja in der Rückertstraße mit einem ergänzenden Erlebnisangebot wie Weinproben oder der alpacana concept store in der Metzgergasse mit einem speziellen Mode-Sortiment. Diese Beispiele stimmen uns optimistisch.

Was tun Sie als Stadt Schweinfurt, um der Problematik der Leerstandstendenzen in zentralen Innenstadtlagen entgegenzuwirken?

Wir haben nicht zuletzt durch entsprechende personelle Verstärkung im Bereich Leerstands- und Citymanagement wichtige flankierende Projekte aufgesetzt. Dies betrifft konkrete Eigentümeransprache, Beratung zu Fördermöglichkeiten und Nutzung der Städtebauför-

derung für die Inwertsetzung von Immobilien. Erfolgreich konnten wir uns mit Projekten im Bundesprogramm "Zukunftsfähige Innenstädte" etablieren. Weitere Überlegungen diskutieren wir gerade wie zum Beispiel finanzielle Unterstützung von Start-ups in der oft schwierigen Anlaufphase. Dabei dürfen wir aber auch den Einzelhandel im Bestand und die langjährigen wichtigen Akteure in der Schweinfurter Innenstadt nicht vergessen. Auch sie müssen in diesem Konzept einer attraktiven Innenstadt angemessen berücksichtigt werden.

Sie sprechen wiederholt von Chancen der Entwicklung trotz Kaufhausschließung und Leerständen. In Schweinfurt ist in den vergangenen Jahren viel passiert, um durch Erhöhung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt auch verbesserte Rahmenbedingungen für eine gute wirtschaftliche Entwicklung im Handel zu schaffen.

Verfolgen Sie auch eine entsprechende Kommunikationsstrategie?

Natürlich gehört zum Marketing immer zunächst der Blick auf die Chancen und nicht nur auf die Probleme. Wir sind aber auch überzeugt, dass wir uns von der negativen Begriffswelt mit einem Wording wie Verlust, Brache, Leerstand, Schließung hin zu einer positiv besetzten Bewertung von Leerstand als Chance, Entwicklungspotentialen, Räume für Neues, Aufenthaltsqualität und Aktivität weiter entwickeln müssen. Wie sich die Schließung des Galeria Kaufhof Warenhauses am Standort Schweinfurt vollumfänglich auswirken wird, werden wir erst dann beurteilen können, wenn am 31. Januar 2024 letztmalig die Ladentüren geschlossen wurden.

Hat die Stadt Schweinfurt hinreichende Erfahrungen im Umgang mit diesen „neuen Chancen“?

Allerdings. Wenn man analysiert, wie wir auf den Abzug der amerikanischen Streitkräfte reagiert haben, so wurde auch diese unstrittig schwierige Konstellation letztlich in eine Erfolgsstory zugunsten der Stadt Schweinfurt weiterentwickelt. Wir konnten den Ausbau des Hochschulstandortes stärken, wir haben neue Wohnquartiere geschaffen, wir haben die Idee eines grünen Bandes durch die Stadt entwickelt, in welches wir gegebenenfalls jetzt auch den Galeria Kaufhof Standort einbinden können und wir waren schnell in der Entwicklung. Dies lag aber auch an den in 2014 und Folgejahren vorhandenen finanziellen Mitteln, über die wir als Stadt Schweinfurt aktuell leider nicht mehr im gleichen Umfang verfügen. Von daher ist auch der Gedanke eines Erwerbes der Galeria Kaufhof Immobilie derzeit nur ein Gedankenspiel.

Sie halten diese Idee aber dennoch für grundsätzlich bedenkenswert?

Wir haben zumindest eine Vorverkaufsrechtssatzung erlassen, um hier steuernd eingreifen zu können. Letztlich sehen wir natürlich bei allen Problemen auch die Chancen, die ein solches Filetgrundstück in zentraler Innenstadtlage bietet. Hierzu bedarf es allerdings weitergehende Analysen. Denkbar wären zum Beispiel ein städtebauliches Wettbewerbsverfahren zum Aufzeigen bestmöglicher Lösungen.

Wie wäre es denn mit einer radikalen Umgestaltung des Warenhaus-Areals im Sinne der viel diskutierten Klimafolgenanpassung in zentralen

Innenstadtlagen? Bedeutet konkret: Abriss, Begrünung, neue Aufenthaltsqualitäten mit Projekten, die die zunehmende Hitze in den Innenstädten besser aushaltbar machen – also zum Beispiel Berieselungsanlagen, Verschattung, generell eine enge Verzahnung bereits vorhandener benachbarter innerstädtischer Nutzungen untereinander zum Ausbau der Aufenthaltsqualität.

Das würde uns sicherlich allen gut gefallen. Wir müssen aber verfügbare finanzielle Ressourcen und daraus resultierende Möglichkeiten des Machbaren abschätzen. Ohne entsprechende Fördermöglichkeiten werden wir als Stadt Schweinfurt derartige Projekte nicht schultern können. Natürlich gibt es gerade im Bereich der nachhaltigen und resilienten Stadtentwicklung auch viele Förderoptionen, um Ideen zur Klimafolgenanpassung auch baulich realisieren zu können. Dies werden wir im weiteren Fortgang prüfen. Wir hoffen alle, dass die Schließung der Galeria Kaufhof in einigen Jahren als Meilenstein der Stadtentwicklung gesehen werden kann, als Ideengeber für neue innovative Ansätze und wichtiger Beitrag zur Weiterentwicklung unserer schönen Schweinfurter Innenstadt zu einem attraktiven, zukunftsfähigen Wirtschafts- und Wohnstandort.



Sebastian Remelè

Mit dem Schweinfurter Oberbürgermeister Sebastian Remelè und dem Leiter des Amtes für Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing, Herrn Thomas Herrmann, sprach DSK-Geschäftsführer Dr. Frank Burlein.



Innenstadt Ratgeber

Neue Impulse für die Innenstadtentwicklung

Innenstädte, Stadt- und Ortsteilzentren sind die Visitenkarten unserer Städte, wichtige Identifikationsorte der Bürger:innen – und von großer Bedeutung für Handel, Kultur, Wohnen und das soziale Miteinander. Umso wichtiger ist es, auf den tiefgreifenden Strukturwandel und die damit verbundenen Funktionsverluste in verschiedenen Versorgungsbereichen zu reagieren.

Die Entwicklung des digitalen Handels, die Auswirkungen der Coronapandemie und Funktionsverluste in den zentralen Versorgungsbereichen beschleunigen derzeit die Veränderungsprozesse, wovon Einzelhandel, aber auch Gastronomie, Hotels, Bürostandorte und die Immobilienwirtschaft stark betroffen sind. Ein Umdenken und Umlenken in der Innenstadtentwicklung sind angesagt.

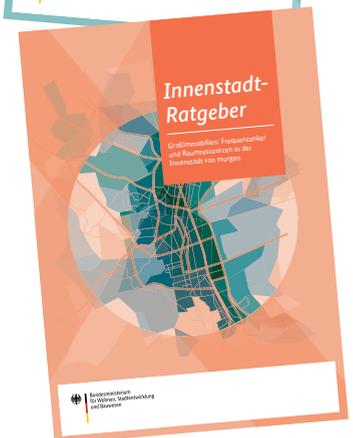
Zum 16. Bundeskongress Nationale Stadtentwicklungspolitik am 12. und 13. September 2023 in Jena sind die ersten zwei Ausgaben der Innenstadt-Ratgeber zu den Themen Experimente in der Stadtentwicklung sowie zum Umgang mit Großimmobilien erschienen. Die Publikationen wurden gemeinsam mit den Mitgliedern des Beirats Innenstadt beim Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen erarbeitet. Die Reihe wird fortgeschrieben und wird sich insgesamt aus vier Ratgebern zusammensetzen.

Der Innenstadt Ratgeber „Realexperimente: Planungshilfe und Impulsgeber für die Innenstadtentwicklung“ behandelt die Umsetzung von Experimenten und Reallaboren – im eigentlichen Sinne also Realexperimente. Mobilitätsansätze, Zwischennutzungen oder neue Formen der Beteiligung bieten viele Potenziale, um Veränderungen in Stadtgestalt und -funktionen auszuprobieren. Realexperimente sollen als wichtige Ergänzung zu etablierten Planungsinstrumenten verstanden werden.

Mit der Publikation wird das methodische Vorgehen von der Vorbereitung über die Planung und Umsetzung bis zur Auswertung erläutert. Aber vor allem werden viele Praxisbeispiele vorgestellt, die zum Nachmachen und Ausprobieren anregen sollen. Sie sollen motivieren und Lust aufs Experimentieren machen.

Der Innenstadt Ratgeber „Großimmobilien: Frequenzanker und Raumressourcen in der Innenstadt von morgen“ thematisiert den Umgang mit den großen, stadtbildprägenden Bauten, greift Fragestellungen rund um den Umbau und die Umnutzung dieser besonderen Gebäude auf. Aufgrund ihrer baulichen Dimension stechen Sakralbauten, Kaufhäuser, Einkaufszentren, Bürogebäude oder Parkhäuser im Stadtbild besonders hervor. Für viele Einwohner:innen sind sie wichtige Identifikationsorte. Zugleich haben zahlreiche Innenstädte bereits seit längerem mit dem Leerstand von ortsbildprägenden Großimmobilien zu kämpfen. Deren Monofunktionalität und spezialisierte Architektur lassen eine Weiterentwicklung oder Umnutzungen zu einer besonderen Herausforderung werden. Sie zu revitalisieren, mit neuen Nutzungen zu füllen und zu beleben, kann aber eine große Chance für das gesamte Stadtzentrum sein.

Beide Publikationen sowie in Zukunft auch die weiteren Teile finden Sie auf der Seite des Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen.



<https://www.bmwsb.bund.de/>



RESSOURCEN SPAREN UND DIGITAL LESEN

Eine kurze E-Mail an
depesche@dsk-gmbh.de genügt,
und Sie erhalten die DSK DEPESCHE
zukünftig per E-Mail anstatt per Post –
selbstverständlich kostenfrei.
Ihr DSK DEPESCHE-Redaktionsteam



Bewerten Sie die Zusammenarbeit mit der DSK!
Hier geht es zu unserer Online-Kundenbewertung:
<https://dsk-gmbh.de/kundenzufriedenheit/>



Die DSK ist u. a. Mitglied in den folgenden Verbänden:



Deutscher Verband für Wohnungswesen,
Städtebau und Raumordnung e.V.



bauKULTUR
FÖRDERVEREIN



bcsd

Mitglied in der
Bundesvereinigung
City- und Stadtmarketing
Deutschland e.V.



Für Kommunen. Deutschlandweit. Seit 1957.

Die DSK Deutsche Stadt- und Grundstücksentwicklungsgesellschaft mbH ist der einzige bundesweit tätige Stadtentwickler. Mit der Erfahrung aus über 65 Unternehmensjahren und Fachleuten in ganz Deutschland verbinden wir langjährige Stadtentwicklungskompetenz mit wohnungswirtschaftlicher Expertise.

Wir unterstützen als Treuhänder, Entwicklungsträger und Dienstleister öffentliche sowie private Auftraggeber bei allen Herausforderungen in Stadt und Land.

DSK Deutsche Stadt- und Grundstücksentwicklungsgesellschaft mbH
Abraham-Lincoln-Straße 44 / 65189 Wiesbaden / info@dsk-gmbh.de / www.dsk-gmbh.de



DSK | STADT
ENTWICKLUNG