



HK

Handelskammer
Hamburg

STANDPUNKTE

WIRTSCHAFTSSTANDORT INNENSTADT

Die Hamburger Innenstadt fit machen für die Zukunft



WIRTSCHAFTSSTANDORT INNENSTADT

Die Hamburger Innenstadt fit machen für die Zukunft

Herausgeber:

Handelskammer Hamburg | Adolphsplatz 1 | 20457 Hamburg
Postfach 11 14 49 | 20414 Hamburg | Telefon 040 36138-138
Fax 040 36138-401 | service@hk24.de | www.hk24.de

Bearbeitung:

Geschäftsbereich Unternehmensförderung, Existenzgründung
Isabel Ihde, Heiner Schote
unter Mitwirkung von Christoph Färber, Antje Forytta, Michael Kuhlmann,
Jan-Oliver Siebrand und Marcus Troeder

Titelbild: Michael Zapf

Bilder: agn Leusmann GmbH/Tim Hupe Architekten, Hamburg: S. 42; Frank Burmester: S. 61;
Commerzbibliothek Hamburgensammlung: S. 118;
Rüdiger Lauktien/Stilknecht (Montage), Alexandra Daehne (Foto): S. 126;
Ulrich Perrey: S. 40; Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg, Kt H 180: 1,1868: S. 117;
Michael Zapf: S. 13, 20, 27, 33, 36, 48, 63, 71, 87; 91, 98, 114/115, 116, 128
Kartengrundlage: Landesbetrieb Geoinformation und Vermessung
Grafiken: Michael Holfelder
WRS Architekten & Stadtplaner: S. 112/113, 114/115, 116
Alle Grafiken © Handelskammer Hamburg
Herstellung: Wertdruck GmbH & Co. KG, Hamburg

Oktober 2016

Vorwort

Die Hamburger Innenstadt ist ein bedeutender Wirtschaftsstandort. Nirgendwo sonst in der Metropolregion Hamburg sind so viele Unternehmen unterschiedlichster Branchen auf so kleinem Raum vereint, Dienstleister aller Art, insbesondere Einzelhändler und Gastronomen, Banken, Hotels und Medienunternehmen, Hochschulen, kulturelle und Freizeiteinrichtungen. Die Innenstadt ist der Sitz vieler bedeutender Unternehmen, die von hier aus ihre deutschlandweiten und internationalen Aktivitäten steuern. Die Hamburger Innenstadt ist zugleich der Sitz wichtiger staatlicher Institutionen, der Hamburgischen Bürgerschaft und des Senats, mehrerer Fachbehörden und Gerichte.

Für viele Menschen aus der Metropolregion Hamburg ist die Innenstadt ein wichtiger Identifikationsort, und sie ist ein wichtiges Ziel des Städtetourismus. Das Bild der Innenstadt, das von Alster und Elbe, Rathaus, Michel und Elbphilharmonie bestimmt wird, prägt maßgeblich auch das Image der ganzen Region.

Die digitale Transformation, die in jüngster Zeit an Dynamik gewinnt, verändert die Menschen und damit auch die Innenstädte. Sie ermöglicht neue Geschäftsmodelle und stellt bisherige infrage. Wie jedes Unternehmen muss sich auch die Hamburger Innenstadt immer wieder im Wettbewerb behaupten. Dies wird ihr umso besser gelingen, je stärker sie sich als Vorreiter der Digitalisierung positioniert.

Mit der Hafencity wächst die Innenstadt um rund ein Viertel – eine in Europa fast einzigartige Situation, die viel Beachtung findet. Der neue Stadtteil, der längst ein Teil der Innenstadt geworden ist, zeichnet sich durch seine Lage am Wasser und eine hohe Nutzungsdichte aus. In der Hafencity wird 2017 die Elbphilharmonie eröffnet werden.

Eine weitere Attraktion wird Hamburg 2021 mit dem geplanten südlichen Überseequartier gewinnen. Dieses multifunktionale Quartier ist zugleich ein neuer Wett-

bewerber, auf den sich der Einzelhandel und viele andere Branchen einzustellen haben.

In den Business Improvement Districts (BIDs) investieren Kaufleute und Grundeigentümer gemeinsam in die Qualität der öffentlichen Räume und tragen so maßgeblich zur Attraktivität der Innenstadt bei. Mit den BIDs, in denen Wirtschaft, Politik und Verwaltung konstruktiv zusammenarbeiten, hat Hamburg europaweit neue Maßstäbe gesetzt.

Die Hamburgische Bürgerschaft und der Senat, die Bezirksversammlung und das Bezirksamt Hamburg-Mitte sind aufgefordert, die City zielgerichtet weiterzuentwickeln und neue öffentlich-private Kooperationsmodelle auf den Weg zu bringen, damit sich der Wirtschaftsstandort Innenstadt auch in Zukunft im internationalen Wettbewerb behaupten und zugleich eine Bedeutung als Identifikationsort für die gesamte Metropolregion Hamburg bewahren kann. Hierfür setzen wir auf die engere und intensivere Zusammenarbeit vieler öffentlicher und privater Akteure.

Handelskammer Hamburg



Fritz Horst Melsheimer
Präses



Prof. Dr. Hans-Jörg Schmidt-Trenz
Hauptgeschäftsführer

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	7
2 Rahmenbedingungen der Innenstadtentwicklung in Hamburg	9
2.1 Innenstädte im Wettbewerb	9
2.2 Polyzentrisches Hamburg	9
2.3 Metropolfunktionen der Innenstadt	11
2.3.1 Die staatlichen Steuerungsfunktionen der Innenstadt	11
2.3.2 Die privatwirtschaftlichen Steuerungsfunktionen der Innenstadt	12
2.3.3 Die Innovationsfunktionen der Innenstadt	15
2.3.4 Die Gateway-Funktionen der Innenstadt	18
2.3.5 Die symbolische Funktion der Innenstadt	19
2.4 Demografischer Wandel – die Hamburger werden zahlreicher, älter und bunter	20
2.5 Der Kern der Innenstadt – eine historisch gewachsene Handelsmetropole	22
2.6 Hafencity – Erweiterung der Innenstadt um ein Viertel	27
2.7 Smart und nachhaltig – neue Anforderungen an die Stadtentwicklung	28
2.8 Leipzig-Charta und Weißbuch „Innenstadt“ – politische Konzepte zur Entwicklung der Innenstädte	32
2.9 Das Innenstadtkonzept Hamburg 2014	32
3 Ziele	35
4 Handlungsfelder	37
4.1 Metropolfunktionen weiter ausbauen	37
4.1.1 Neue Firmenzentralen für die Innenstadt gewinnen	38
4.1.2 Die Innenstadt stärker als Hochschulstandort profilieren	39
4.1.3 Coworking Spaces – Raum für junge Unternehmen schaffen	40
4.1.4 Das Congress Center Hamburg revitalisieren	41
4.2 Eine pulsierende, urbane Innenstadt weiterentwickeln – die Nutzungsmischung fördern	43
4.2.1 Neue multifunktionale Quartiere entwickeln	44
4.2.2 Einzelhandel – vielfältige Angebote schaffen	47
4.2.3 Märkte – Raum für innovative Produkte schaffen	51
4.2.4 Das Überseequartier in der Hafencity zu einem integralen Bestandteil der Innenstadt entwickeln	53
4.2.5 Städtetourismus – Internationalität weiter ausbauen	56
4.2.6 Hotels und Gastronomie – mehr Leben in den Abendstunden schaffen	59
4.2.7 Kultur – die Innenstadt als Standort weiter stärken	60
4.2.8 Erlebnis und Freizeit – die Anziehungskraft der Innenstadt nutzen	61
4.2.9 Wohnen – mehr Wohnraum in der Innenstadt schaffen	63

4.3	Internationales und überregionales Marketing für die Innenstadt ausbauen	66
4.4	Erreichbarkeit und Orientierung – die Basis für eine vielfältige Innenstadt verbessern	67
4.4.1	Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln ausbauen	70
4.4.2	Erreichbarkeit mit dem Pkw gewährleisten	73
4.4.3	Erreichbarkeit mit dem Reisebus verbessern	77
4.4.4	Erreichbarkeit mit dem Fahrrad verbessern	78
4.4.5	Erreichbarkeit und Orientierung für Fußgänger verbessern	79
4.4.6	Innenstadt mit den benachbarten Quartieren verknüpfen	81
4.5	Öffentliche Räume innovativ gestalten	82
4.5.1	Öffentliche Räume in öffentlich-privater Partnerschaft neu gestalten	83
4.5.2	Eine zeitgemäße Stadtmöblierung für die Innenstadt schaffen	85
4.5.3	Wasserlagen – Hamburgs Alleinstellungsmerkmal inszenieren	86
4.5.4	Öffentliche Räume pflegen	87
4.5.5	Eine barrierefreie Innenstadt schaffen	88
4.5.6	Business Improvement Districts – Instrument weiterentwickeln	89
4.5.7	Öffentliche Räume vielfältig nutzen	94
4.5.8	Veranstaltungen in der Innenstadt auswählen und gestalten	100
5	Leitprojekte	105
5.1	Die Hamburger Innenstadt zu einem Vorreiter der Digitalisierung machen	105
5.2	Die Hafencity in die Innenstadt integrieren – Willy-Brandt-Straße untertunneln	109
5.3	Das Umfeld des Hauptbahnhofs aufwerten	124
5.4	Ein feinmaschiges Wegenetz entwickeln	127
5.5	Mit einer Innenstadt-Allianz 2021 eine vielfältige, urbane Innenstadt schaffen	131
6	Die Forderungen der Wirtschaft auf einen Blick	135
7	Literatur	141
8	Verzeichnis der Abbildungen, Tabellen und Best-Practice-Beispiele	143

1 Einleitung

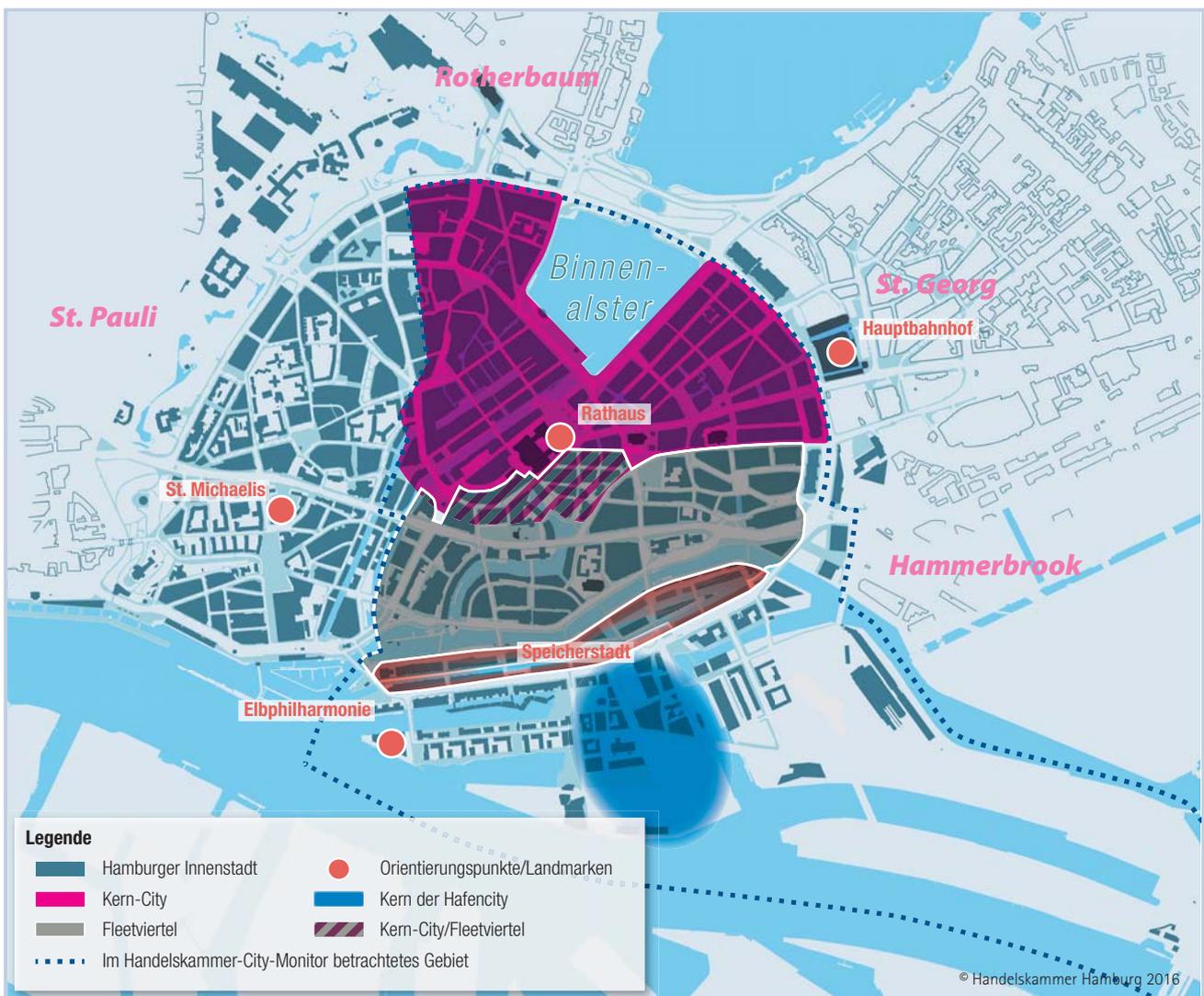
Die Hamburger Innenstadt ist einer der bedeutendsten Wirtschaftsstandorte der Metropolregion Hamburg. Von hier werden zahlreiche Unternehmen gesteuert, und hier befinden sich die wichtigsten staatlichen Institutionen. Mit Banken und Versicherungen, Reedereien, Groß- und Außenhändlern sowie Beratungs- und anderen Dienstleistungsunternehmen weist die Innenstadt einen sehr vielfältigen Branchenmix auf. In der Innenstadt sind mehr als 1 000 Einzelhandelsunternehmen, etwa 100 Hotels und knapp 400 gastronomische Betriebe ansässig. Ihre Kunden sind die Bewohner der Metropolregion sowie die nationalen

und internationalen Städtetouristen, die in steigender Zahl nach Hamburg kommen.

Alle diese Unternehmen sind für ihren wirtschaftlichen Erfolg auf gute Rahmenbedingungen angewiesen. Hiervon profitieren nicht nur die Unternehmen in der Innenstadt, sondern die Wirtschaft der gesamten Metropolregion Hamburg, denn das Image der Region wird maßgeblich von der Innenstadt geprägt.

Für eine gedeihliche wirtschaftliche Entwicklung der Innenstadt kommt es vor allem darauf an, dass sich

Abbildung 1: Die Hamburger Innenstadt im Überblick



die Stadt und die Wirtschaft – durch die richtigen Rahmenbedingungen, durch Investitionen und durch öffentlich-private Partnerschaften – für diesen Standort einsetzen.

Gerade bei den öffentlich-privaten Partnerschaften, insbesondere in den Business Improvement Districts (BIDs), hat Hamburg beispielhafte Modelle entwickelt. Es gilt, diese Modelle für künftige Herausforderungen weiterzuentwickeln: zum Nutzen der Hamburger Innenstadt und als Vorbild für die Bezirks- und Stadtteilzentren unserer Hansestadt und für andere Metropolen.

Das vorliegende Standpunktepapier versteht unter der Hamburger Innenstadt den Bereich innerhalb des Wallrings einschließlich der Hafencity, der cityrelevante Einrichtungen aufweist. Daher stehen insbesondere die Kern-City rund um die Binnenalster und der zentrale Bereich der Hafencity im Fokus dieses Papiers. Aber auch das Fleetviertel und angrenzende Quartiere der Innenstadt werden in die Untersuchung mit einbezogen.

Die Handelskammer hat sich in vielen Standpunktepapieren mit der Innenstadt befasst, auch wenn die Innenstadt hier nicht im Fokus stand. Zwei weitere Papiere nehmen Teile der Innenstadt in den Blick:

- das Vor-Ort-Papier „Ein Quartier wird zum Scharnier – Die Perspektive des Fleetviertels für Hamburg“ (2006),
- der Handelskammer Hamburg-City-Monitor „Hamburger Innenstadt – Einzelhandelsstandort Nr. 1 im Norden“ (2012 und 2014 erschienen).

Auf beide Papiere und auf andere Standpunkte baut das vorliegende Standpunktepapier auf.

Fest im Blick der Hamburger Wirtschaft: die Innenstadt

Dieses Standpunktepapier analysiert zunächst die Rahmenbedingungen, denen sich die Hamburger und die Innenstädte anderer Metropolen gegenübersehen. Es fasst die Ziele, die die Hamburger Wirtschaft in Bezug auf die Innenstadt verfolgt, zusammen. Für jedes der fünf Handlungsfelder folgen eine Analyse und die wesentlichen Positionen, die sich vor allem an Politik und Verwaltung, aber auch an die Wirtschaft selbst richten. Abschließend folgen fünf Leitprojekte, die die Innenstadt besonders voranbringen.

Dieses Standpunktepapier ist das Ergebnis vieler, auch kontroverser Diskussionen in den Gremien unserer Handelskammer. Vor allem in den Ausschüssen für Handel, für Stadt- und Regionalentwicklung sowie im Impulskreis Quartiersentwicklung steht die Innenstadt regelmäßig auf der Tagesordnung.

Wesentliche Impulse lieferte der Workshop „Trends und Herausforderungen für die Innenstadt“ am 26. August 2010, zu dem die Handelskammer und das Citymanagement Hamburg eingeladen hatten. Das Standpunktepapier greift zudem zahlreiche Anregungen des Citymanagements Hamburg, des Trägerverbands Projekt Innenstadt e.V., der Handelsverbände, der BID-Initiativen und der Interessengemeinschaften der Innenstadt auf.

2 Rahmenbedingungen der Innenstadtentwicklung in Hamburg

Hamburg verzeichnet, ebenso wie viele andere Metropolen, eine positive Bevölkerungsentwicklung und eine überdurchschnittliche wirtschaftliche Dynamik.¹ Das Interesse von Unternehmen und Privathaushalten an Hamburg ist daher sehr hoch. Von diesem Trend profitiert die Hamburger Innenstadt, in der viele Unternehmen investieren und immer mehr Menschen auch wohnen möchten. Die Rahmenbedingungen machen es möglich, mit der Hafencity ein neues innerstädtisches Quartier zu entwickeln.

2.1 Innenstädte im Wettbewerb

Die Metropolregion Hamburg steht im nationalen, europäischen und internationalen Wettbewerb. Das Gleiche gilt für die Hamburger Innenstadt, die sich darüber hinaus auch gegenüber anderen Standorten innerhalb der Region behaupten muss.

Die Innenstadt ist ein wichtiger Faktor im Wettbewerb der Regionen. Von einer pulsierenden, attraktiven Innenstadt profitiert die ganze Metropolregion. Attraktiv ist eine Innenstadt, wenn

- sie vielfältig ist und damit viele verschiedene Nutzungsmöglichkeiten eröffnet,
- sich die Menschen hier gerne aufhalten,
- die Innenstadt einzigartig – anders als andere Innenstädte – ist,

- sich die wirtschaftliche Dynamik der Region in der Innenstadt widerspiegelt.

Als Unternehmenssitz sind die Innenstädte vor allem aufgrund der Agglomerationsvorteile interessant, denn hier können sie

- öffentlich bereitgestellte Güter wie die Verkehrsinfrastruktur nutzen und
- von den Informations- und Führungsvorteilen zwischen Unternehmen und Institutionen profitieren.

Diese Agglomerationsvorteile können für viele Unternehmen die Agglomerationsnachteile, vor allem hohe Bodenpreise und Verkehrsstaus, kompensieren. Da die Informations- und Führungsvorteile für viele Unternehmen wichtiger werden, während ein Teil der Agglomerationsnachteile reduziert werden kann,² dürften die Innenstädte ebenso wie die innenstadtnahen Quartiere für viele Wirtschaftszweige weiter an Attraktivität gewinnen. Durch technische Innovationen im Verkehr und im Umweltschutz sowie aufgrund des wichtiger werdenden öffentlichen Personennahverkehrs können die Agglomerationsnachteile heute deutlich reduziert werden.

2.2 Polyzentrisches Hamburg

Zu den Wettbewerbern der Innenstadt gehören neben den Innenstädten anderer Metropolen auch die Bezirks- und Stadtteilzentren in Hamburg. Sie sind Ausdruck der historisch gewachsenen polyzentrischen Struktur der Hansestadt.

¹ In zahlreichen vergleichenden Untersuchungen belegt Hamburg einen der oberen Plätze. So belegt die Hansestadt im Dynamikranking der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft den achten Platz. Das Ranking vergleicht die 50 größten kreisfreien Städte Deutschlands anhand von 35 Indikatoren aus den Bereichen Wohlstand, Arbeitsmarkt, Struktur und Standort. www.insm-staedteranking.de/2012_methodik.html; aufgerufen am 8. August 2016.

² Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2003): Metropole der Dynamik. Hamburgs Weg in die europäische Spitze. Hamburg, S. 109.

Bezirks- und Stadtteilzentren in Hamburg

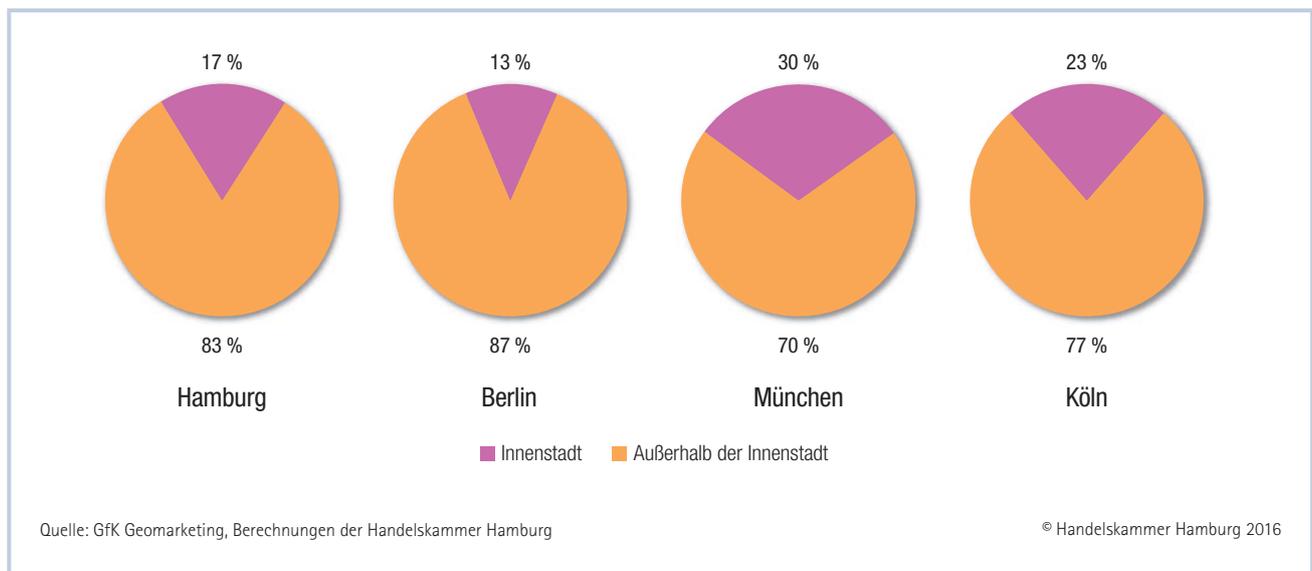
Die Bezirks- und Stadtteilzentren haben sich entwickelt aus ehemals selbstständigen Städten wie Altona, Bergedorf, Harburg und Wandsbek, aus den Hauptgeschäftsstraßen der im 19. Jahrhundert rasch gewachsenen Stadt, beispielsweise der Osterstraße, und aus neuen Zentren wie Langenhorn-Mitte oder Poppenbüttel mit dem Alstertal-Einkaufszentrum, die im Zuge des Stadtwachstums des 20. Jahrhunderts entwickelt wurden. Die Bezirks- und Stadtteilzentren spielen eine zentrale Rolle für die Versorgung der Hamburger Bevölkerung, aber auch als Wohn- und Arbeitsstandort.

Die polyzentrische Struktur Hamburgs ist der Hauptgrund dafür, dass die Innenstadt als der bedeutendste Einzelhandelsstandort nur 17 Prozent der Umsätze in Hamburg repräsentiert. Nur im ebenfalls polyzentrisch organisierten Berlin ist der Anteil ähnlich gering; in anderen Metropolen ist er wesentlich höher. Der Bau des Überseequartiers in der Hafencity bietet die Chance, die Einzelhandelszentralität der Innenstadt in der Metropolregion zu steigern (Kapitel 4.2.4).

Bedeutende Standorte von Unternehmenszentralen außerhalb der Innenstadt

Neben der Innenstadt sowie den Bezirks- und Stadtteilzentren sind in den vergangenen Jahrzehnten weitere Entlastungszentren als Standorte für Unternehmenszentralen entstanden. Mit der City Nord ab 1964 und der City Süd in den 1980er-Jahren wurde ein neues Angebot an Büroflächen geschaffen.³ Diese Standorte sollten die Innenstadt entlasten, die über keine ausreichenden Flächen für die Standorte großer Konzerne verfügte. Daneben gibt es heute auch andere Standorte für große Unternehmen in Hamburg verteilt, die eher als Solitär in der Siedlungsstruktur zu finden sind, darunter die Otto Group in Bramfeld, Beiersdorf in Eimsbüttel oder Airbus in Finkenwerder. Standorte von Unternehmenszentralen sind auch Gewerbegebiete wie in Allermöhe oder am Lademannbogen. Das Zusammenspiel aller dieser Standorte ist eine wichtige Voraussetzung für eine zukunftsfähige Metropole Hamburg.

Abbildung 2: Anteil der Innenstädte am Einzelhandelsumsatz der Gesamtstadt



³ Soggia, Silvia (2009): City Nord. Europas Modellstadt der Moderne. Hamburg.

2.3 Metropolfunktionen der Innenstadt

Metropolregionen nehmen strategische Leitfunktionen wahr, die weit über die Grenzen der Region hinaus ausstrahlen. Dies gilt auch für Hamburg, das Zentrum der gleichnamigen Metropolregion. Zu den strategischen Leitfunktionen gehören die Steuerungs-, die Innovations-, die Gateway- und die Symbolfunktion. Diese vier Funktionen sind nicht unabhängig voneinander, sondern sie bedingen und verstärken sich großenteils gegenseitig.⁴

Viele der strategischen Funktionen der Metropolregion sind in der Hamburger Innenstadt lokalisiert. Durch die polyzentrale Struktur Hamburgs mit seinen vielfältigen Bezirken befinden sich jedoch auch zentrale Funktionen außerhalb der Innenstadt. Funktionen, die wie der Flughafen größere Flächen in Anspruch nehmen, befinden sich notwendigerweise am Stadtrand.

Die strategischen Funktionen sind nicht nur für die Wirtschaft der Region besonders wichtig, sondern sie erzeugen auch eine hohe Dichte von Menschen auf kleinem Raum. Hiervon profitieren wiederum der Einzelhandel, die Gastronomie und die privatkundenori-

entierten Dienstleister. Einige der symbolischen Funktionen ziehen Städtetouristen an, wovon neben der Gastronomie auch die Hotellerie und die Freizeitwirtschaft profitieren. Erst aus dieser Vielfalt erwächst jene lebendige Mischung, die die Zentralität der Innenstadt und damit der Metropole prägt.⁵

2.3.1 Die staatlichen Steuerungsfunktionen der Innenstadt

Metropolregionen besitzen Entscheidungs- und Kontrollfunktionen, die weit über die Region hinausreichen. Einige dieser Funktionen haben sogar eine globale Ausstrahlung und machen Hamburg zu einer der fünf „Global Cities“ in Deutschland.⁶

Die Innenstadt ist der Sitz von politischen, administrativen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Einrichtungen. Hierzu zählen Parlamente, Regierungen sowie die Einrichtungen des Dritten Sektors. In Hamburg haben die Bürgerschaft und der Senat, mehrere Fachbehörden und Gerichte, das Bezirksamt Hamburg-Mitte, die Handelskammer und andere Kammern sowie viele Verbände ihren Sitz in der Innenstadt.

Tabelle 1: Bedeutung der Innenstadt als Sitz zentraler staatlicher und privatwirtschaftlicher Steuerungsfunktionen

Einrichtungen	Innenstadt		Außerhalb der Innenstadt		Insgesamt Summe
	Anzahl	%	Anzahl	%	
Hamburgische Bürgerschaft, Senatskanzlei, Fachbehörden und Hamburger Gerichte	13	54	11	46	24
500 umsatzstärkste Unternehmen in Deutschland	14	40	21	60	35

Quelle: Erhebungen und Berechnungen der Handelskammer Hamburg

⁴ Blotevogel, Hans Heinrich; Danielzyk, Rainer (2009): Leistungen und Funktionen von Metropolregionen. In: Knieling, Jörg, Hrsg.: Metropolregionen. Innovation, Wettbewerb, Handlungsfähigkeit. Forschungs- und Sitzungsberichte der Akademie für Raumforschung und Landesplanung 231. Hannover, S. 22–29, S. 25; Rebentisch, Gerhard (1993): Zwischen Licht und Schatten – Hamburg als Einkaufsort. In: Bericht 1993 der Handelskammer Hamburg. Hamburg.

⁵ Vgl. Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2000): Metropolregionen im Wettbewerb. Zentralitätsfunktionen Hamburgs stärken. Hamburg, S. 29.

⁶ Scharmanski, André (2014): Global Cities – Die Schaltzentralen der Weltwirtschaft im Fokus der Büroinvestoren. Focus No. 11, Hamburg.

Durch die räumliche Nähe zu diesen staatlichen Entscheiderstrukturen ergeben sich für die ansässigen Unternehmen, insbesondere diejenigen, die von entsprechenden regulatorischen Maßnahmen dieser staatlichen Entscheiderstrukturen betroffen sind, mögliche Informations- und Fühlungsvorteile.

2.3.2 Die privatwirtschaftlichen Steuerungsfunktionen der Innenstadt

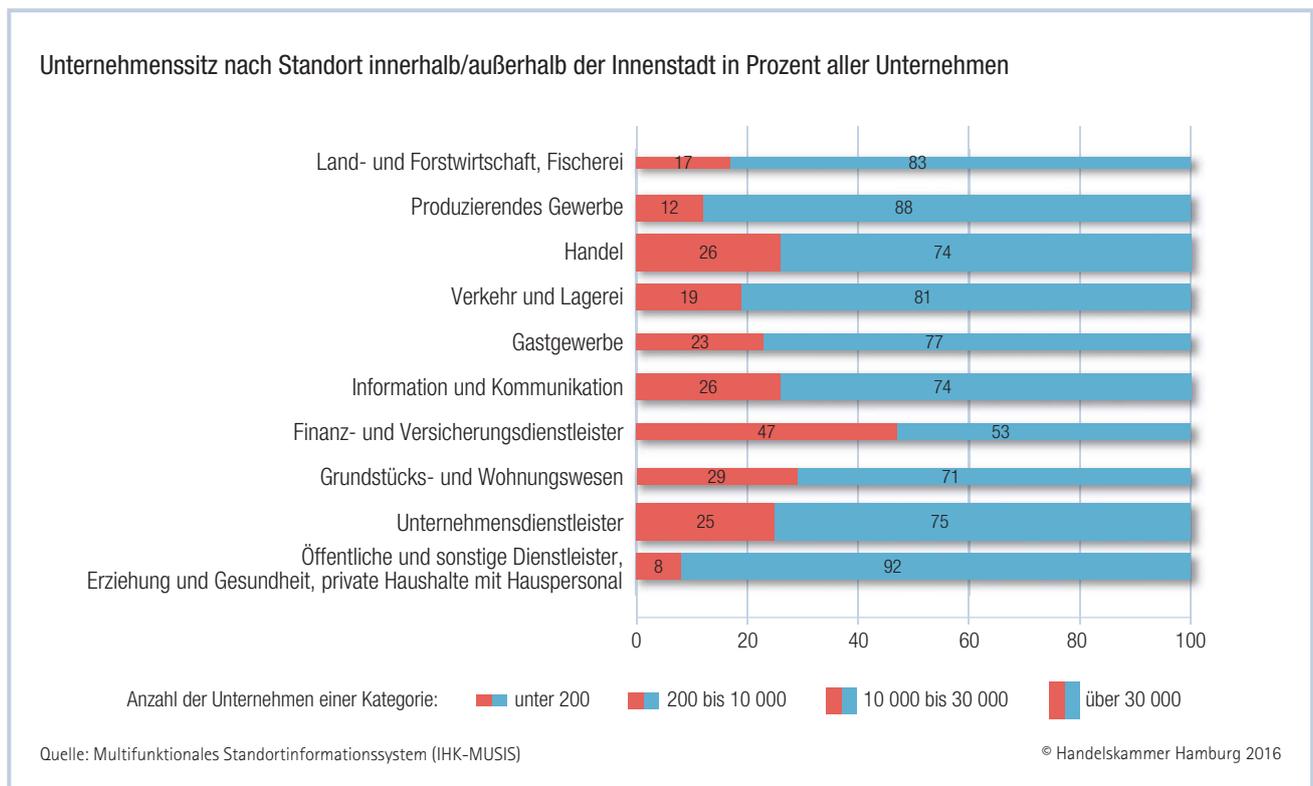
Die privatwirtschaftliche Steuerungsfunktion ergibt sich aus der räumlichen Konzentration von Firmenzentralen von national und international tätigen Unternehmen. Dazu gehören auch die Niederlassungen ausländischer Unternehmen, die von hier aus den

nationalen oder europäischen Markt bedienen.⁷ Dabei geht es um die Anzahl der großen Unternehmen, vor allem auch in der Finanzwirtschaft, und um die Entscheidungskompetenz der Unternehmenszentralen selbst.⁸

Firmenzentralen

Hamburgs Innenstadt hat einen hohen Rang als Zentrum privatwirtschaftlicher Entscheidungen. Vor allem Banken, Versicherungen, Außenhandelsunternehmen und Reedereien sind seit Langem in der Innenstadt ansässig. Eine bedeutende Rolle nimmt die Hamburger Innenstadt auch bei Finanz- und Versicherungsdienstleistern, Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, Unterneh-

Abbildung 3: Bedeutung der Hamburger Innenstadt als Sitz für Unternehmen nach Wirtschaftszweigen



⁷ Blotevogel, Hans Heinrich; Danielzyk, Rainer (2009): Leistungen und Funktionen von Metropolregionen. In: Knieling, Jörg, Hrsg.: Metropolregionen. Innovation, Wettbewerb, Handlungsfähigkeit. Forschungs- und Sitzungsberichte der Akademie für Raumforschung und Landesplanung 231. Hannover, S. 22–29, S. 26.

⁸ Vgl. Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2000): Metropolregionen im Wettbewerb. Zentralitätsfunktionen Hamburgs stärken. Hamburg, S. 32.



Firmenzentralen in der westlichen Innenstadt.

mensberatungen und der IT-Wirtschaft ein. So haben sich beispielsweise Xing und Kreditech für einen Standort in der Hamburger Innenstadt entschieden.

Als Sitz von Unternehmenszentralen nimmt Hamburg in Deutschland eine herausgehobene Position ein. So haben allein 35 der 500 umsatzstärksten deutschen Unternehmen ihre Zentrale in Hamburg; darauf folgen München mit 29 und Frankfurt mit 25 Unternehmen.⁹ Von den 35 Unternehmen in Hamburg haben 14 ihre Zentrale in der Innenstadt – das sind 40 Prozent.

Eine wichtige Rolle spielt die Hamburger Innenstadt auch als Standort von Niederlassungen international agierender Unternehmen. Bei den meisten wird von Hamburg aus das Deutschland- oder Europageschäft gesteuert, sodass Hamburg in diesen Unternehmen

eine hohe internationale Aufmerksamkeit genießt. Hierzu zählen aus der IT-Wirtschaft Google, Facebook und Yelp.

Die Innenstadt als Standort der Verbände

Die Verbände, zu denen sich Unternehmen einzelner oder mehrerer Branchen zusammenschließen, sind überwiegend in der Hamburger Innenstadt lokalisiert. Von hier steuern sie ihre Serviceleistungen und Lobbytätigkeiten, und hier finden die Veranstaltungen und Seminare statt.

Als bedeutendste Standorte innerhalb der Innenstadt haben sich die Quartiere rund um die Handelskammer und am Hauptbahnhof sowie das Kontorhausviertel herauskristallisiert.

Die Innenstadt als Steuerungszentrale für Cluster

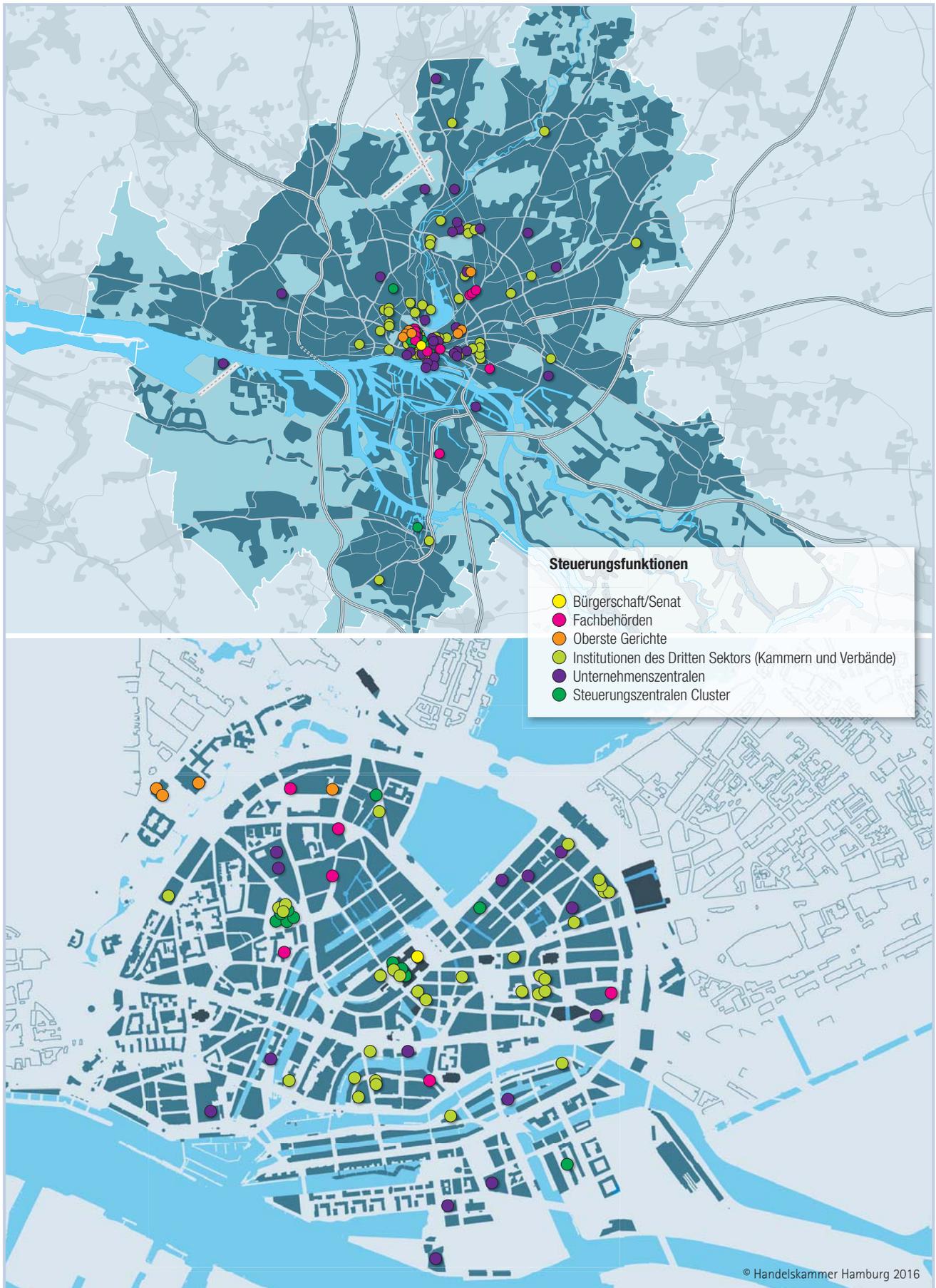
Die Clusterstrategie ist ein zentrales Instrument der Wirtschaftsförderung, bei dem Unternehmen und Institutionen entlang einer Wertschöpfungskette miteinander vernetzt werden. Die Strategie verfolgt das Ziel, zukunftsfähige Wirtschaftsbereiche zu stärken und Innovationen zu fördern. Die Cluster strahlen weit über die Landesgrenzen hinaus und ziehen Unternehmen und Fachkräfte aller Qualifikationen an.

Die Bedeutung der Innenstadt als Steuerungszentrale kommt auch darin zum Ausdruck, dass 11 der 13 Hamburger Cluster von hier aus koordiniert werden.¹⁰ Dies sind:

- Cruise Net Hamburg
- Erneuerbare Energien Hamburg Clusteragentur GmbH
- Finanzplatz Hamburg e. V.
- Gesundheitswirtschaft Hamburg GmbH
- Hamburg Aviation e. V.

⁹ Die Welt (2014): Die 500 größten Unternehmen in Deutschland.

¹⁰ Nur zwei Cluster, foodactive e. V. und Life Science Nord Management GmbH, sind nicht in der Innenstadt ansässig.

Abbildung 4: Steuerungsfunktionen der Hamburger Innenstadt

- Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH
- Hamburger Consulting Club e.V.
- Logistik-Initiative Hamburg e.V.
- Maritimes Cluster Norddeutschland
- NextMedia.Hamburg
- Rechtsstandort Hamburg e.V.

Die Innenstadt bietet allen Akteuren der Cluster kurze Wege zu Politik, Verwaltung und weiteren relevanten Playern der Wirtschaftspolitik.

Die Hamburger Innenstadt als Finanzplatz

Die Hamburger Innenstadt ist der bedeutendste Finanzstandort in Norddeutschland. Gerade die Finanzdienstleister schätzen einen zentralen Standort, verstehen sie sich doch als partnerschaftliche Anbieter von Lösungen, die den Geschäften der Realwirtschaft nützen und diese oft erst ermöglichen.

Zu den Stärken des Finanzplatzes Hamburg gehören

- die Hauptverwaltung der Bundesbank für Hamburg, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern,
- die Hamburger Wertpapierbörse, die beim Handel mit offenen und geschlossenen Fonds deutschlandweit eine Spitzenposition einnimmt,
- zahlreiche Privatbanken, Vermögensverwalter und Fondsgesellschaften mit hoher Kompetenz im Bereich der Sachwertinvestments,
- ein breites Angebot von Versicherungsmaklern sowohl für gewerbliches als auch privates Geschäft.

Seit jeher ist Hamburg bei den Privatbanken führend in Deutschland. Eine besondere Rolle spielen zudem die Transport- und die Außenhandelsfinanzierungen, die an die Stärken des Wirtschaftsstandorts Hamburg anknüpfen.

Der Finanzplatz Hamburg überzeugt auch durch zahlreiche international ausgerichtete Aktivitäten. So betreiben nicht nur viele Hamburger Finanzdienstleister internationales Geschäft, sondern auch Großbanken wie HSBC, BNP Paribas, Santander, die Bank of Tokyo-Mitsubishi, die Bank of China und seit 2015 auch die weltgrößte Bank ICBC haben Niederlassungen in Hamburg. Kennzeichnend für die Stadt sind außerdem

- skandinavische Banken wie Danske Bank, DNB, Handelsbanken, Jyske Bank und Sydbank sowie
- Banken aus den Ländern des Nahen und Mittleren Ostens wie die Bank Melli Iran, die Bank Saderat Iran, die Europäisch-Iranische Handelsbank oder die Isbank.

Im Bereich der Versicherungsmakler sind nicht nur die Branchengrößen wie Aon, Marsh oder die Funk-Gruppe vor Ort, sondern auch alteingesessene und oft hoch spezialisierte Häuser, die für nahezu alle Bedarfe passende Versicherungslösungen anbieten.

2.3.3 Die Innovationsfunktionen der Innenstadt

Die Innovationsfähigkeit einer Metropolregion ist die Fähigkeit, Wissen zu generieren und zu verbreiten. Neben Produkt- und Verfahrensinnovationen spielen auch soziale und kulturelle Innovationen eine Rolle. Daher ist für die Wettbewerbsfähigkeit einer Metropole die Innovationsfunktion von besonderer Bedeutung für

- die wachsende Dienstleistungs- und Wissensökonomie, die diese Innovationen für die eigenen produzierten Dienstleistungen benötigt, und
- die Ausbildung eines kreativen Milieus, das für hoch qualifizierte Arbeitskräfte sehr wichtig ist.¹¹

¹¹ Blotevogel, Hans Heinrich; Danielzyk, Rainer (2009): Leistungen und Funktionen von Metropolregionen. In: Knieling, Jörg, Hrsg.: Metropolregionen. Innovation, Wettbewerb, Handlungsfähigkeit. Forschungs- und Sitzungsberichte der Akademie für Raumforschung und Landesplanung 231. Hannover, S. 22–29.

Tabelle 2: Bedeutung der Hamburger Innenstadt als Standort von Innovationsfunktionen

Einrichtungen	Innenstadt		Außerhalb der Innenstadt		Insgesamt
	Anzahl	%	Anzahl	%	Summe
Hochschulen	6	27	16	73	22
Außeruniversitäre Forschungseinrichtungen	1	3	30	97	31
Museen	17	33	35	67	52
Theater/Opernhäuser/Konzertsäle (> 500 Zuschauer)	3	50	3	50	6
Insgesamt	27	24	84	76	111

Quelle: hamburg.de; aufgerufen am 30. Juni 2016

Die Innovationsfunktion eines Standorts spiegelt sich wider in

- Hochschulen,
- Forschungseinrichtungen,
- kulturellen Einrichtungen,
- innovativen Unternehmen, was nicht zuletzt in Patentanmeldungen zum Ausdruck kommt; hier belegt Hamburg deutschlandweit den dritten Platz und gehört damit zu den Spitzenreitern.¹²

Hochschulen

Die großen Hamburger Hochschulen, die Universität Hamburg und die Hochschule für Angewandte Wissenschaften, befinden sich zwar außerhalb der City, jedoch in angrenzenden Stadtteilen. In der Innenstadt selbst befinden sich einige kleinere, profilierte Hochschulen und Forschungseinrichtungen:

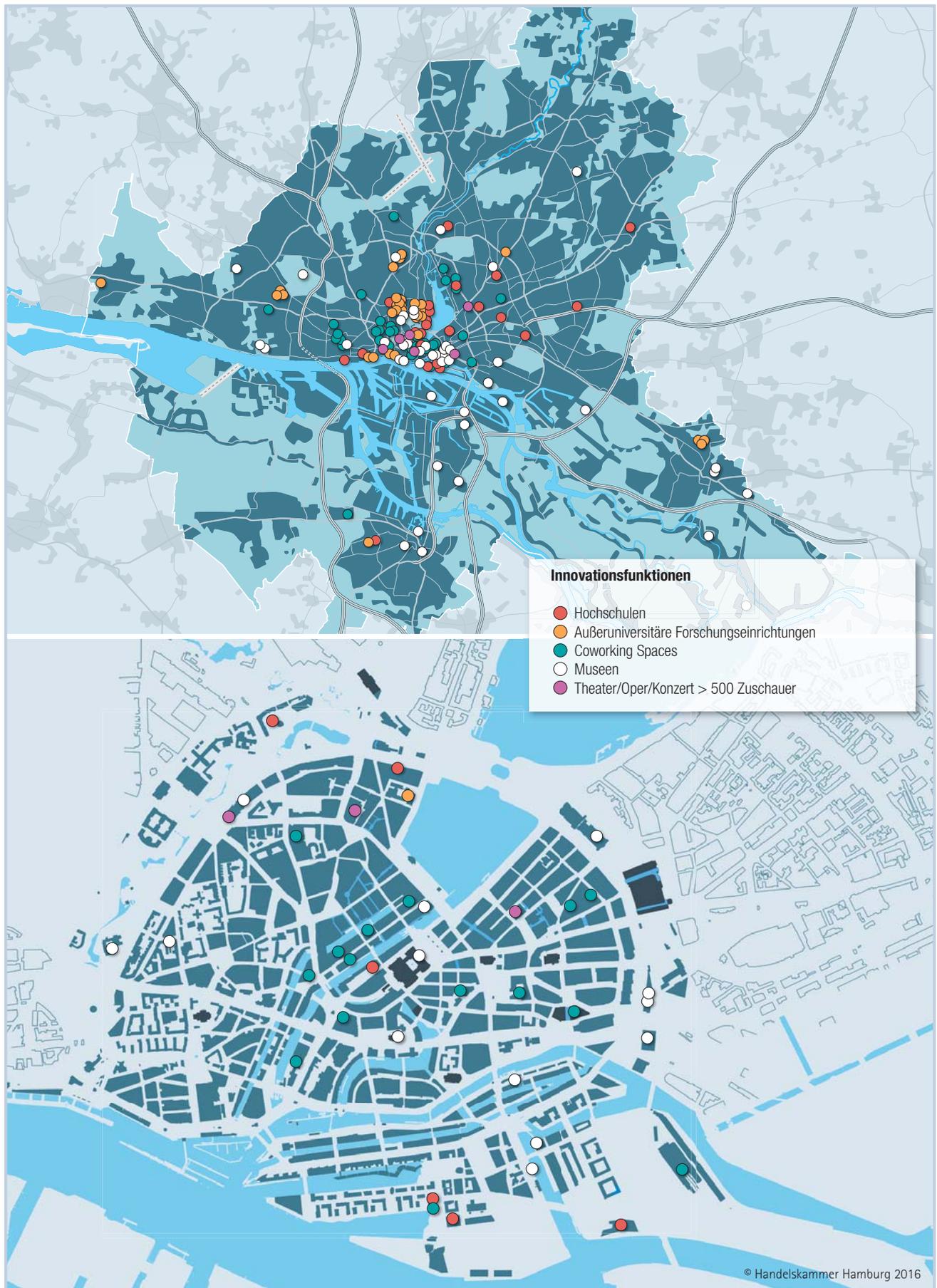
- die Bucerius Law School,
- die EBC Hochschule,
- die Hafencity Universität,
- die HSBA Hamburg School of Business Administration,
- die Kühne Logistics University,
- die Medical School Hamburg,¹³
- das GIGA German Institute for Global and Area Studies.

Sie leisten einen wichtigen Beitrag für die Attraktivität Hamburgs als Studienort und als Wissenschafts- und Innovationsstandort.

¹² Vgl. Deutsches Patent- und Markenamt (2015): Patentanmeldungen nach Bundesländern 2015, Anmeldungen pro 100 000 Einwohner.

¹³ Aufgeführt sind die staatlichen und in Hamburg staatlich anerkannten Hochschulen. Daneben gibt es weitere Hochschulen mit einer Niederlassung in Hamburgs Innenstadt, die in einem anderen deutschen Bundesland anerkannt sind, wie beispielsweise die International School of Management, die Hochschule Fresenius und die Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation.

Abbildung 5: Innovationsfunktionen der Hamburger Innenstadt



Coworking Spaces

Eine wichtige Innovationsfunktion übernehmen auch die Coworking Spaces, die gerade in der Hamburger Innenstadt immer mehr an Bedeutung gewinnen. Hier arbeiten Unternehmer, Freiberufler und Existenzgründer in zumeist größeren, offenen Räumen zusammen. Aufgrund der räumlichen Nähe können sie in vielfältiger Form kooperieren (Kapitel 4.1.3). Sie tauschen Ideen und Arbeitsweisen aus.

Coworking Spaces bieten damit ein hohes Entwicklungspotenzial für die dort ansässigen Unternehmen, für den Aufbau eines Netzwerks und für die Weiterentwicklung des Know-hows. Dies erhöht nicht nur die Produktivität der einzelnen Unternehmen, sondern es sorgt auch dafür, dass die Gründer, Unternehmer oder Freelancer schneller auf Veränderungen – beispielsweise auf Wachstum und damit den Bedarf an mehr Mitarbeitern – reagieren können.

Medien

Ebenfalls als Einrichtungen mit Innovationsfunktion zählen die in Hamburg zahlreich vertretenen Medien – von den klassischen Printmedien über TV und Hörfunk bis hin zu lokalen und privat betriebenen Onlineblogs und Nachrichtenseiten im Internet. In der Hamburger Innenstadt befinden sich große Medienhäuser wie die Bauer Media Group, die Funke-Mediengruppe sowie Gruner & Jahr. Hier erscheinen „Die Zeit“, „Der Spiegel“, das „Hamburger Abendblatt“, „Stern“ und viele andere Zeitungen und Zeitschriften.

Kulturelle Einrichtungen

Es gehört zu den schwer nachweisbaren Funktionen der Kultur, Innovationen auszulösen. In jedem Falle spielt die Innenstadt für die kulturelle Entwicklung eine große Rolle.

Von den insgesamt 52 Museen befindet sich ein Drittel in der Innenstadt, darunter einige der größeren wie die Kunsthalle, das Museum für Kunst und Gewerbe, das Bucerius-Kunstforum und das Hamburg-Museum. Von den Theatern, Opernhäusern und Konzertsälen befinden sich sogar die Hälfte in der Innenstadt oder in deren unmittelbarer Nähe, darunter die bekanntesten Häuser wie die Hamburgische Staatsoper, die Laeishalle, das Thalia Theater und das Deutsche Schauspielhaus. Die schon jetzt stadtbildprägende Elbphilharmonie wird 2017 ihren Betrieb aufnehmen.

Business Improvement Districts

Die Business Improvement Districts (BIDs), in denen in öffentlich-privater Partnerschaft bereits mehrere Quartiere der Innenstadt umgestaltet wurden oder werden, gehören zu den Innovationen, die maßgeblich in der Hamburger Innenstadt entwickelt wurden (Kapitel 4.5.6). Das Gleiche gilt für die in diesem Rahmen realisierten innovativen Projekte wie der weitgehende Verzicht auf Straßenschilder im BID Neuer Wall oder die neuen Konzepte der City-Logistik, bei denen Pakete vermehrt zu Fuß oder mit einem Lastenfahrrad verteilt werden.

2.3.4 Die Gateway-Funktionen der Innenstadt

Metropolregionen sind die Knoten in den internationalen und globalen Verkehrs- und Kommunikationsnetzen. Sie übernehmen eine zentrale Funktion beim Verkehr von Personen und Waren, beim Austausch von und beim Zugang zu Dienstleistungen, Informationen und Wissen sowie Ideen und Einstellungen.

Verkehrsdrehscheibe Innenstadt

Die wichtigsten Gateway-Funktionen, die in der Innenstadt lokalisiert sind, übernehmen

- der Hauptbahnhof mit Fern- und Regionalverbindungen,
- der Dammtorbahnhof,
- der Zentrale Omnibusbahnhof (ZOB),
- das Kreuzfahrtterminal in der Hafencity,
- die in der Innenstadt verteilten Reisebusstellplätze.

Viele Reisende aus Deutschland und den Nachbarländern gewinnen am Hauptbahnhof einen ersten Eindruck von Hamburg. Der ungepflegte Zustand des Bahnhofsumfelds wird von vielen Besuchern als negativ wahrgenommen. Darüber hinaus ist der Hauptbahnhof an seiner Kapazitätsgrenze mit täglich rund 500 000 Menschen angelangt. Aus diesen Gründen besteht im und rund um den Hauptbahnhof dringender Handlungsbedarf. Dieser wird in Kapitel 5.3 näher erläutert.

Zugang zu Märkten, Informationen und Wissen

Den Zugang zu Märkten, Informationen und Wissen, der ebenfalls zu den Gateway-Funktionen der Innenstadt gehört, vermitteln

- die Konsulate,
- die Hamburg Messe,
- das Congress Centrum Hamburg (CCH),
- die Hochschulbibliotheken, die Commerzbibliothek in der Handelskammer, die öffentlichen Bücherhallen und
- Institutionen wie die Körber-Stiftung, die den Gedankenaustausch auf nationaler und internationaler Ebene pflegen.

Eine wichtige Gateway-Funktion übernimmt schließlich das 2007 von der Stadt Hamburg gegründete Welcome-Center in der Handelskammer, in dem sich Immigranten über Wohnen, Arbeiten und Schule informieren können. Mit dem „Hamburg Summit – China meets Europe“ findet das wichtigste chinesisch-europäische Wirtschaftsforum alle zwei Jahre in der Handelskammer Hamburg in der Innenstadt statt.

2.3.5 Die symbolische Funktion der Innenstadt

Metropolregionen haben auch eine symbolische Bedeutung. Diese äußert sich vor allem in der baulichen Gestalt und dem Vorhandensein von städtebaulichen Ikonen. Sehenswerte Landmarken finden sich häufig in den Kerngebieten einer Metropolregion und prägen maßgeblich die nationale und internationale Wahrnehmung dieser Regionen.

Eine symbolische Bedeutung in Hamburgs Innenstadt haben vor allem

- das Rathaus,
- die Binnenalster,
- der Hafen,
- Pflanzen und Blumen,
- die St.-Michaelis-Kirche, der „Michel“,
- die Hafencity und hier vor allem die Elbphilharmonie, die 2017 eröffnet werden wird.

Neben diesen Landmarken gehören auch die Hamburger Kunsthalle und das Bucerius-Kunstforum zu den Top-Sehenswürdigkeiten der Innenstadt. Künftig dürften auch die Speicherstadt und das Kontorhausviertel, die seit 2015 zum Unesco-Welterbe gehören, eine stärkere Symbolkraft gewinnen. Alle diese Bauten befinden sich in der Innenstadt oder an deren Rand.



Die Speicherstadt gehört seit 2015 zum Unesco-Welterbe.

Die Sehenswürdigkeiten der Innenstadt stehen auf dem Besuchsprogramm der meisten Hamburg-Touristen, sie werden von Reiseführern empfohlen. Und die Routen der Sightseeing-Busse bewegen sich größtenteils in der Innenstadt. Aber auch St. Pauli, der Hafen und weitere touristische Höhepunkte außerhalb der Innenstadt werden angesteuert.

Die Hamburger, die ihren internationalen Besuchern ihre Stadt zeigen, begleiten sie in den Hafen, an das Elbufer und an die Außenalster; die Innenstadt spielt hier eine wichtige, aber keine herausgehobene Rolle. Dies ergab eine Befragung der Teilnehmer des Workshops „Wie international ist Hamburg?“ 2013 in der Handelskammer. Internationale Aufmerksamkeit erhalten inzwischen auch die innenstadtnahen Quartiere wie das Schanzenviertel, Karolinentviertel und St. Pauli, die für ihre vielfältigen Ladengeschäfte, Gastronomiebetriebe und Kulturszene bekannt sind.

Eine hohe symbolische Bedeutung hat die Innenstadt dagegen bei vielen Veranstaltern, die die Innenstadt und die innenstadtnahen Quartiere als Veranstaltungsort wählen (Kapitel 4.5.8) und deren symbolische Funktionen für sich nutzen.

2.4 Demografischer Wandel – die Hamburger werden zahlreicher, älter und bunter

Hamburg ist, ebenso wie viele andere europäische Metropolen, eine wachsende Stadt. Nach der jüngsten Bevölkerungsvorausschätzung wird Hamburg noch weitere zwei Jahrzehnte wachsen und 2035 knapp 1,9 Millionen Einwohner zählen.

In jüngster Zeit lagen die jährlichen Zuwachsraten durch Zuwanderungen sogar deutlich über den Prognosen. Mit entsprechenden Rahmenbedingungen, wie der Bereitstellung von Flächen und der gezielten Werbung um Zuwanderer, kann Hamburg daher auch deutlich stärker wachsen, als dies in der offiziellen Prognose erwartet wird. Bis zum Jahr 2030 ist eine Überschreitung der Grenze von zwei Millionen Einwohnern durchaus möglich.¹⁴

Gleichzeitig wird sich die Altersstruktur der Hamburger Bevölkerung verändern. Danach wird es in Hamburg 2035 im Vergleich zu 2015 voraussichtlich

- mehr Kinder und Jugendliche (bei etwa gleichem Anteil an der Gesamtbevölkerung),
- weniger Erwachsene zwischen 20 und 65 Jahren und
- deutlich mehr ältere Menschen ab 65 Jahren geben.¹⁵

Wie stark der Anteil der Ausländer und der Menschen mit Migrationshintergrund ansteigen wird, hängt vor allem von den schwer vorhersehbaren internationalen Wanderungen ab. Aktuell hat etwa ein Drittel der Einwohner Hamburgs einen Migrationshintergrund

¹⁴ Vgl. Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2014): Stadtmobilität in Hamburg 2030. Eine lebenswerte Stadt in Bewegung. Hamburg, S. 64.

¹⁵ Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (2015): Bevölkerungsprognose für Hamburg. Lang anhaltendes Bevölkerungswachstum. Statistik informiert Nr. 139/2015 vom 7. September 2015 (Variante W 2).

Abbildung 6: Die symbolische Funktion der Hamburger Innenstadt

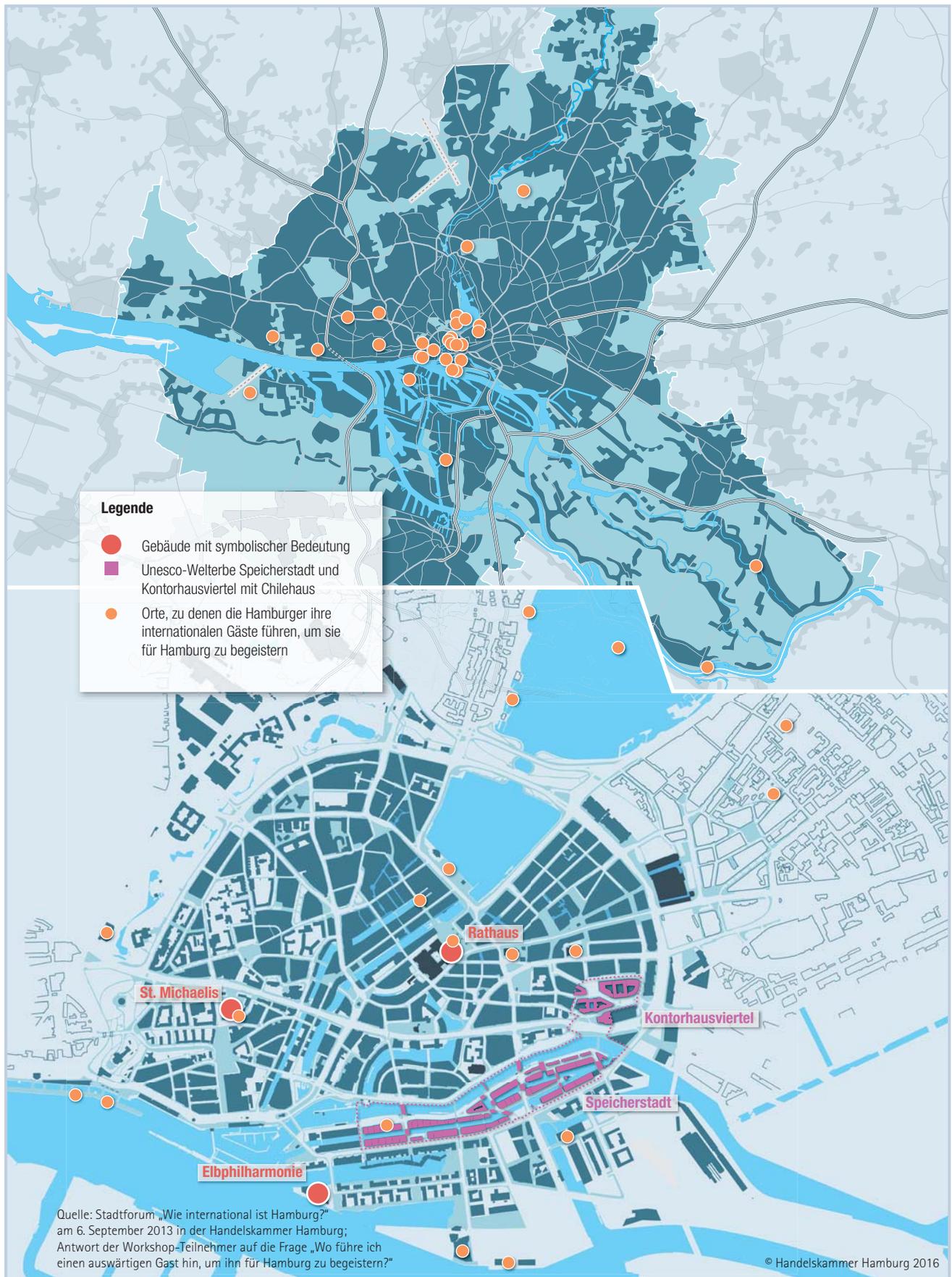


Tabelle 3: Entwicklung der Bevölkerung und der Altersstruktur in Hamburg 2015 bis 2035

	2015	%	2025	%	2035	%
Insgesamt	1 780 100	100,0	1 867 500	100,0	1 896 500	100,0
unter 20 Jahre	316 300	17,8	346 600	18,6	358 400	18,9
20 bis unter 65 Jahre	1 129 300	63,4	1 166 200	62,4	1 112 600	58,7
65 und älter	334 200	18,8	354 500	19,0	425 700	22,4

Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (2015): Bevölkerungsprognose für Hamburg. Lang anhaltendes Bevölkerungswachstum. Statistik informiert Nr. 139/2015 vom 7. September 2015 (Variante W 2; aufgrund von Rundungen sind Differenzen zwischen der Gesamtzahl und der Summe der Teilzahlen möglich); Berechnungen der Handelskammer Hamburg

(570 000 Menschen).¹⁶ Es ist zu erwarten, dass der Anteil weiter ansteigen wird.

Im Zuge des demografischen Wandels ist es daher unerlässlich, verstärkt in die Barrierefreiheit zu investieren (Kapitel 4.5.5).

2.5 Der Kern der Innenstadt – eine historisch gewachsene Handelsmetropole

Die Hamburger Innenstadt, wie wir sie kennen, ist in den vergangenen rund 1 200 Jahren gewachsen. Auch wenn die City durch ein vergleichsweise modernes Stadtbild gekennzeichnet ist, sind doch viele Relikte erhalten, in denen sich die spezifische Wirtschaftsgeschichte der Hansestadt Hamburg bis heute widerspiegelt. Dazu zählen

- die Hauptkirchen,
- die multifunktionalen Kaufmannshäuser an der Deichstraße und

- der Grundriss der mittelalterlichen Stadt, der vor allem auf den früheren Inseln Cremon und Grimm – rund um die Katharinenkirche – gut erhalten ist.

Abgesehen von den Hauptkirchen, die im Kern auf frühere Jahrhunderte zurückgehen, ist das Stadtbild der Innenstadt durch die Bauten des 19. und 20. Jahrhunderts geprägt. Einer der wichtigsten Gründe ist der Große Brand von 1842, dem etwa ein Drittel der damaligen Stadt zum Opfer fiel. Der rasch einsetzende Wiederaufbau dieser Quartiere¹⁷ auf einem modernen Stadtgrundriss trug maßgeblich dazu bei, dass Hamburg sich früh zu einer modernen Großstadt entwickeln konnte. Hier wurde mit dem Rathaus und der Börse „ein städtebauliches Ensemble [...] als neuer Mittelpunkt der Stadtrepublik geschaffen.“¹⁸

Prägend für das Stadtbild sind auch die Geschäftshäuser, deren „imposante, mit verschiedenartigen, meist edlen Materialien verkleideten Straßenfronten der City ein eigenständiges Gepräge von weltstädtischem Charakter“¹⁹ geben. Am deutlichsten wird dies an der Mönckebergstraße und im Kontorhausviertel.

¹⁶ Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (2015): Bevölkerung mit Migrationshintergrund in den Hamburger Stadtteilen Ende 2014. Fast ein Drittel aller Hamburgerinnen und Hamburger hat einen Migrationshintergrund. Statistik informiert Nr. III/2015 vom 26. Oktober 2015.

¹⁷ Möller, Ilse (1999): Hamburg. Gotha, S. 39; Kossak, Egbert (2012): 1 100 Jahre Stadtbild Hamburg. Mythos, Wirklichkeit, Visionen. Hamburg, S. 94/95.

¹⁸ Habich, Johannes; Timm, Christoph; Wilde, Lutz (2009): Dehio Hamburg Schleswig-Holstein. München, S. 26.

¹⁹ Habich, Johannes; Timm, Christoph; Wilde, Lutz (2009): Dehio Hamburg Schleswig-Holstein. München, S. 38.

BEST PRACTICE

**Gestaltungsrahmen Mönckebergstraße/
Spitalerstraße**

Einen wichtigen Impuls für die Wiederherstellung der historischen Fassaden, die in den ersten Jahrzehnten nach dem Zweiten Weltkrieg ihr Erscheinungsbild stark verändert hatten, bildete der Gestaltungsrahmen Mönckebergstraße/Spitalerstraße, den der Trägerverbund Projekt Innenstadt e. V. initiiert hatte. Der Trägerverbund hatte hierfür 1985 ein „Gutacherverfahren zur Gestaltung der Östlichen Innenstadt von Hamburg“ durchgeführt mit dem Ziel, „eine Konzeption für die Wiederherstellung der architektonischen Identität der Einzelgebäude und des Ensemble Mönckebergstraße – Spitalerstraße insgesamt“²⁰ zu erarbeiten.

Seit 1987 wurden zahlreiche Fassaden in den beiden Hauptgeschäftsstraßen dem Gestaltungsrahmen entsprechend neu gestaltet.

Bestimmend sind bis heute die Straßendurchbrüche der Mitte des 20. Jahrhunderts, vor allem die 1953–62 entstandene Ost-West-Straße und die Domstraße. Vor allem die Ost-West-Straße (heute Willy-Brandt- und Ludwig-Erhard-Straße) ist stark durch Lkw- und Pkw-Verkehr belastet und hat damit eine trennende Wirkung (Kapitel 5.2). Zudem hat dieser Straßendurchbruch für die Stadtentwicklung wichtige historische Strukturen, insbesondere an der Nikolaikirche, zerstört. Andererseits ist hier 1958/59 mit der Unternehmenszentrale von Hamburg Süd eines der ersten Bürohochhäuser Deutschlands entstanden.²¹ Einige ältere Straßendurch-

brüche wie die Colonnaden, die Wexstraße, die Kaiser-Wilhelm- und die Mönckebergstraße sind dagegen so gut städtebaulich eingebunden, dass sie nicht als störend, sondern als Bereicherung wahrgenommen werden.

Die wirtschaftliche Prosperität der Handelsmetropole, die im 17. Jahrhundert die bedeutendste Stadt Deutschlands war und danach stets ihre Position als zweitgrößte Stadt behaupten konnte, kommt in bedeutenden Gebäudekomplexen zum Ausdruck, die eine hohe städtebauliche Qualität haben. Hierzu gehören

- die ab 1881 entstandene Speicherstadt, die bis heute der größte zusammenhängende Speicherstadtkomplex der Erde ist,
- die Mönckebergstraße, die von 1908 bis 1913 als großstädtische Geschäftsstraße angelegt und bebaut wurde,
- das Kontorhausviertel, das in den 1920er- und 1930er-Jahren als kompaktes Büroviertel entstand und in Deutschland einzigartig ist.

Die Speicherstadt und das Kontorhausviertel gehören seit 2015 zum Unesco-Welterbe. Sie übernehmen damit eine wichtige Symbolfunktion.

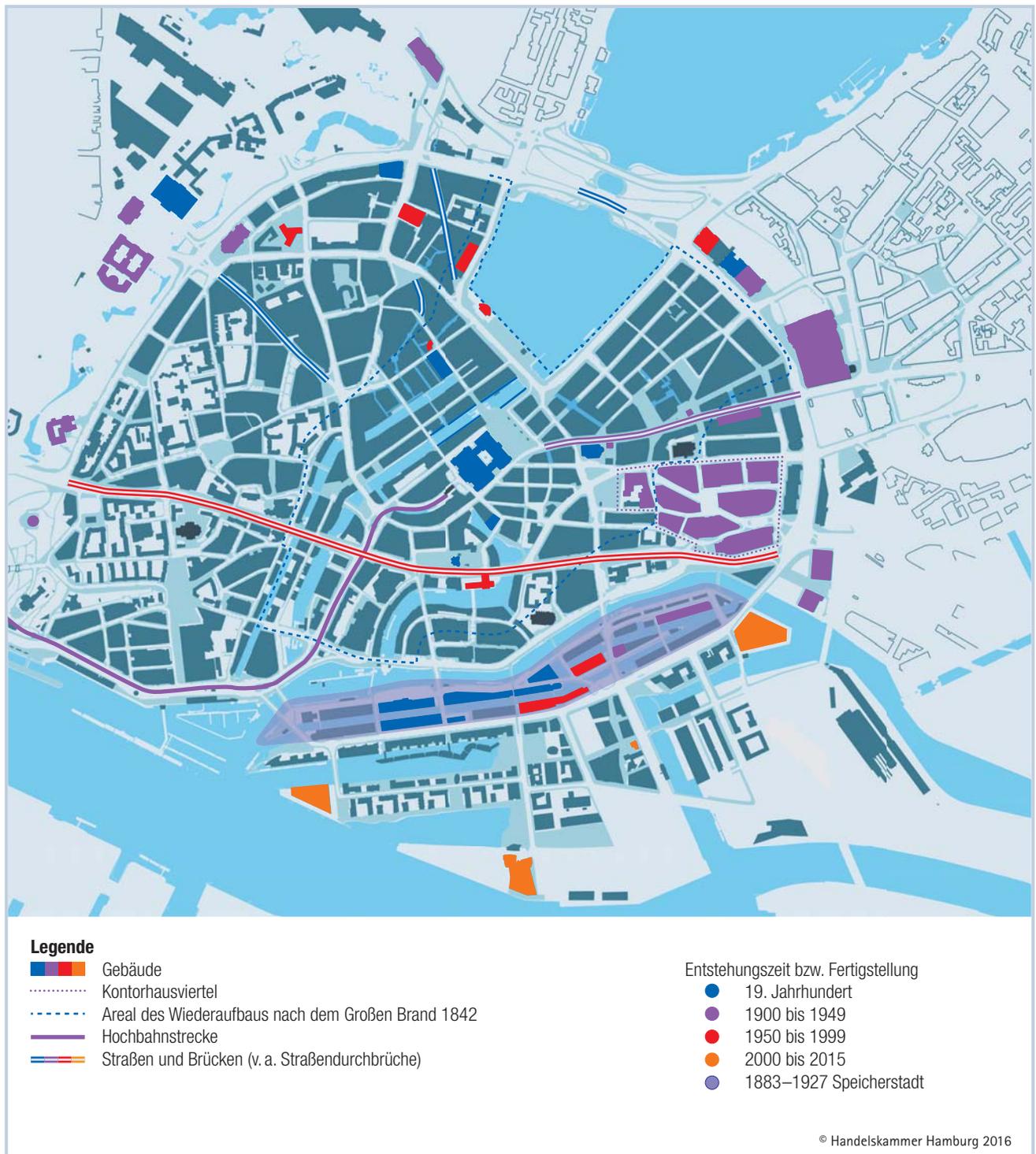
Zu den prägenden Quartieren der Innenstadt gehört auch die Hafencity; hier entstehen seit dem Jahr 2000 zahlreiche moderne Gebäude, viele davon mit Wasserlage, die das Bild Hamburgs als moderne Stadt am Wasser schon jetzt maßgeblich prägen.

Anders als in den großen Residenzstädten wie Berlin, Dresden oder München gibt es in Hamburg keine Schlösser, keine Prachtstraßen oder Barockgärten. In den Bürgerstädten, zu denen Hamburg ebenso wie Bremen, Leipzig oder Augsburg zählt, sind der Städtebau und die Architektur eher zurückhaltend. Die Bürgerstadt repräsentiert sich nur in wenigen herausragenden Gebäuden. Hierzu zählen in Hamburg das Rathaus, die Börse (die heutige Handelskammer) und die von den Bürgern finanzierte Kunsthalle.

²⁰ Freie und Hansestadt Hamburg, Baubehörde, Landesplanungsamt, Hrsg.; Architekten-Arbeitsgemeinschaft Robert und Trix Haussmann; Patschan-Werner-Winking (1987): Gestaltungsrahmen Mönckebergstraße – Spitalerstraße. Hamburg, S. 6. Zum Download unter www.traegerverbund-innenstadt.de/pdf/tvpi_moenckeb_gestaltungsr.pdf.

²¹ Habich, Johannes; Timm, Christoph; Wilde, Lutz (2009): Dehio Hamburg Schleswig-Holstein. München, S. 44.

Abbildung 7: Stadtbildprägende Gebäude und Gebäudeensembles in der Innenstadt



Die wirtschaftliche Kraft dieser Stadt kommt heute in der Hafencity und in den vielen in jüngster Zeit entstandenen Gebäuden im Kern der Innenstadt zum Ausdruck.

Tabelle 4: Die wichtigsten Meilensteine der Innenstadtentwicklung

um 834	Das Bistum Hamburg wird gegründet; dessen Zentrum liegt im Bereich des heutigen Domplatzes.
1188	Der schauenburgische Graf Adolph III. gründet die „gräfliche Neustadt“ rund um die heutige Nikolaikirche.
1588	Die Börse wird gegründet.
1615–1625	Die Stadt wird mit mächtigen Wallanlagen befestigt; das neu gewonnene Stadtgebiet, die heutige Neustadt, wird nach und nach besiedelt.
1665	Die Promenade des Jungfernstiegs wird geschaffen.
1751–1762	Die Michaeliskirche wird erbaut.
1805	Der Hamburger Dom wird abgerissen.
1841	Die Neue Börse wird eingeweiht.
1842	Der Große Brand zerstört etwa ein Drittel der heutigen Innenstadt, noch im selben Jahren legt die „Technische Kommission“ einen Plan für den Wiederaufbau vor.
1876/77	Mit den Colonnaden entsteht eine neue repräsentative Geschäftsstraße.
Ab 1885	Die Speicherstadt, die die Speicher in der Innenstadt ersetzt, entsteht am südlichen Innenstadtrand; ein ganzes Stadtviertel wird dafür abgebrochen.
1888	Der heutige Altbau der Kunsthalle am Glockengießerwall wird eröffnet.
1897	Das Rathaus wird eingeweiht.
1906	Der Hauptbahnhof, in dem alle Fernbahnen zusammenlaufen, wird eröffnet.
1908–1913	Mit der Mönckebergstraße entsteht eine neue großstädtische Geschäftsstraße, die den Hauptbahnhof und das Rathaus verbindet.
1912	Die erste Hamburger U-Bahn nimmt den Betrieb auf; sie verläuft u. a. unter der Mönckebergstraße.
1924	Der expressionistische Bau des Chilehauses, das erste Gebäude im Kontorhausviertel, wird fertiggestellt.
1943–1945	Durch Luftangriffe während des Zweiten Weltkriegs werden Teile der Innenstadt zerstört.
1956–1963	Die Ost-West-Straße (heute Willy-Brandt- und Ludwig-Erhard-Straße), die durch die Innenstadt verläuft, wird gebaut.
1959	Die Reederei Hamburg Süd bezieht ihr neues Bürohochhaus an der Ost-West-Straße.
1973	Das Congress Center Hamburg (CCH) wird eröffnet.
1979	Die unterirdische City-S-Bahn Hauptbahnhof–Jungfernstieg–Altona nimmt den Betrieb auf.
1980	Das Hanse-Viertel im Passagenviertel wird eröffnet.
1984	Der Trägerverbund Projekt Innenstadt e. V. wird gegründet.

1985	Der Trägerverbund Projekt Innenstadt führt das „Gutachterverfahren zur Gestaltung der Östlichen Innenstadt von Hamburg“ durch.
1991	Die Handelskammer und die Interessengemeinschaft City veranstalten den Kongress „Standortmarketing – Ansatzpunkte und Möglichkeiten zur Profilierung von Einzelhandelsstandorten“.
1994/1995	Die Mönckebergstraße wird als „Kommunaltrasse“ für Linienbusse, Fahrräder und Taxis gestaltet.
1997	(7. Mai) Bürgermeister Henning Voscherau stellt in einer Rede vor dem Übersee-Club die „Vision Hafencity“ der Öffentlichkeit vor.
1997	Der Trägerverbund Colonnaden e. V. wird gegründet.
1999	Das Citymanagement und der Runde Tisch St. Jacobi werden gegründet.
2000	Der erste Masterplan für die Hafencity wird beschlossen.
2003	(1. Januar) Die Speicherstadt wird aus dem Gebiet des Freihafens herausgenommen.
2004/2005	Der Jungfernstieg wird neu gestaltet.
2005	Mit dem BID Neuer Wall wird das erste Business Improvement District (BID) in der Hamburger Innenstadt gegründet.
2006	Die Europa-Passage, die die westliche und östliche Innenstadt miteinander verbindet, wird eröffnet.
2009	Die Katharinenschule mit einer Kindertagesstätte in der Hafencity wird eröffnet.
2011	Die neu gestaltete Domplatz-Achse wird eröffnet.
2012	Die U 4 in die Hafencity wird in Betrieb genommen.
2014	Die Hafencity Universität bezieht ihren Neubau in der Hafencity.
2015	Die Speicherstadt und das Kontorhausviertel werden Unesco-Welterbe.
2016	Der Lohsepark in der Hafencity wird eröffnet.
2017	Geplante Eröffnung der Elbphilharmonie
2021	Geplante Eröffnung des südlichen Überseequartiers in der Hafencity

Zusammenstellung: Handelskammer Hamburg

2.6 Hafencity – Erweiterung der Innenstadt um ein Viertel

In vielen europäischen und nordamerikanischen Städten, in denen Hafensareale aufgegeben werden, entstehen neue Quartiere wie die Hafencity. Anders als viele andere Hafenquartiere liegt die Hafencity in unmittelbarer Nähe zur Innenstadt.

So ist es in Hamburg möglich, die Innenstadt um rund ein Viertel zu erweitern. Hier bietet sich nicht nur die Chance, ein neues kompaktes, multifunktionales Quartier zu schaffen, sondern gleichzeitig gewinnt die Hamburger Innenstadt eine weitere Wasserlage an der Norderelbe. Nur in wenigen europäischen Großstädten, vor allem in Kopenhagen, St. Petersburg, Stockholm und Venedig, sind die Innenstädte ähnlich stark durch ihre Lage am Wasser geprägt.

Die wesentlichen stadtentwicklungspolitischen und städtebaulichen Ziele für die Hafencity beschloss der Senat 2000 mit dem „Masterplan Hafencity“.²² Zehn Jahre später beschloss der Senat die Fortschreibung des Masterplans Hafencity für die östliche Hafencity, die sich auf die Quartiere Baakenhafen, Elbbrücken und Oberhafen in der östlichen Hafencity und das Quartier am Lohsepark bezieht.²³

Für die Hafencity schuf die Stadt Hamburg eine spezielle Governance-Struktur.²⁴ Den Kern bildet die HafenCity Hamburg GmbH (bzw. von 1997 bis 2004 deren Vorgängergesellschaft, die GHS Gesellschaft für Hafen- und Standortentwicklung mbH), eine hundertprozentige Tochter der Freien und Hansestadt Hamburg. Sie hat die Aufgabe,



Der Sandtorhafen in der Hafencity, in der Bildmitte die Elbphilharmonie.

- das städtische Sondervermögen Stadt und Hafen, das fast alle zu entwickelnden Grundstücke der Hafencity umfasst, zu verwalten und an Investoren zu vergeben,
- die Infrastruktur (mit Ausnahme der U-Bahn, der Elbphilharmonie sowie der Schulen und Hochschulen) herzustellen,
- Immobilienprojektentwickler und Eigennutzer zu akquirieren,
- das Projekt Hafencity zu kommunizieren.

Auf der Basis des Masterplans entwickelt sich die Hafencity seit 2002 von Westen nach Osten. Die Quartiere am Sandtor- und am Grasbrookhafen sind inzwischen fertiggestellt; einzig die Elbphilharmonie wird 2017 folgen. Aktuell konzentriert sich die Hochbautätigkeit auf die Quartiere Lohsepark, Elbtorquartier und den westlichen Baakenhafen.

In der Hafencity haben sich inzwischen zahlreiche namhafte Unternehmen angesiedelt. Zu den 500 bereits ansässigen Unternehmen gehören der Zertifizierer DNV GL Group, Gebr. Heinemann, der Spiegel-Verlag, Kühne+Nagel sowie BP. Zudem sind hier mehrere Hotels, über 1 500 Wohnungen, Museen und diverse Bildungseinrichtungen entstanden.²⁵

²² Hamburgische Bürgerschaft, Drucksache 16/3909 vom 29. Februar 2000; GHS Gesellschaft für Hafen- und Standortentwicklung mbH, Hrsg. (2000): Hafencity Hamburg. Der Masterplan. Arbeitshefte zur Hafencity 4. Hamburg.

²³ Hamburgische Bürgerschaft, Drucksache 20/2563 vom 13. Dezember 2011.

²⁴ Bruns-Berentelg, Jürgen (2012): Die Kreation einer New Downtown und die Mechanismen der Urbanitätsentwicklung. In: Ders.; Walter, Jörn; Meyhöfer, Dirk, Hrsg.: Hafencity Hamburg. Das erste Jahrzehnt. Stadtentwicklung, Städtebau und Architektur. Hamburg, S. 69–87, S. 73.

²⁵ Hafencity GmbH (2015): <http://Hafencity.com/de/ueberblick/-html>.

Tabelle 5: Merkmale der Kern-City und der Hafencity

	Kern-City	BIDs in der Innenstadt	Hafencity
Qualität der öffentlichen Räume	+/-	++	++
Anteil der Einzelhandels-Verkaufsfläche Hamburgs in Shopping-Centern 2016 (in Prozent)	14	21	43
Anteil der Einzelhandels-Verkaufsfläche Hamburgs in Shopping-Centern 2021 (in Prozent)	16	24	96
Gestaltung der Wasserlagen	+/-	/	++
Historische Bausubstanz	++	++	-

Quelle: Berechnungen und Bewertungen der Handelskammer Hamburg

In der Hafencity sind bereits viele öffentliche Räume hochwertig gestaltet – von Straßen bis hin zu Uferbereichen. In der Kern-City sind es hauptsächlich die öffentlichen Räume in Business Improvement Districts, die eine vergleichbare Qualität haben (Kapitel 4.5.1).

Das Überseequartier im Zentrum der Hafencity ist bisher nur teilweise realisiert worden. Der nördliche Teil wurde bis 2010 realisiert, 2015 und 2016 folgten der Cinnamon-Wohnturm und der Umbau des Alten Hafenamts für Hotel- und gastronomische Nutzungen.

Aktuell laufen die Vorbereitungen für den südlichen Teil des Überseequartiers, das bis an die Norderelbe reichen wird. Die Stadt Hamburg und das Unternehmen Unibail-Rodamco planen hier ein neues mischgenutztes Quartier in der Hafencity, das voraussichtlich 2021 eröffnet werden soll.

Mit seiner Kombination von Einzelhandel, Gastronomie, Freizeitnutzungen, Hotels und Kreuzfahrtterminal bietet das südliche Überseequartier die Chance, die internationale Ausstrahlung der Metropolregion Hamburg und der Innenstadt weiter zu steigern. Mit etwa 68 000 Quadratmeter Verkaufsfläche wird der im Vergleich anderer Metropolen niedrige Anteil der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt, der in der Innen-

stadt konzentriert ist (Kapitel 2.2), von derzeit 13,3 Prozent auf 15,5 Prozent ansteigen. Das geplante Überseequartier kann so die Attraktivität der Metropolregion und der Innenstadt als Einzelhandelsstandort weiter steigern.

Das Überseequartier (nördlicher und südlicher Teil) wird damit künftig allein etwa 96 Prozent der Einzelhandels-Verkaufsflächen der Hafencity repräsentieren. Diese Flächen werden zwar zum Teil öffentlich zugänglich sein, aber anders als die Geschäftsstraßen der Innenstadt werden sie vom Centerbetreiber gemanagt werden. Aufgrund des Volumens und der Multifunktionalität wird das Überseequartier die Hafencity und auch die Innenstadt als Ganzes maßgeblich prägen (Kapitel 4.2.4 und 5.5).

2.7 Smart und nachhaltig – neue Anforderungen an die Stadtentwicklung

Damit die Innenstadt auch weiterhin ein lebendiger Ort des Austauschs und der Identifikation bleiben kann, ist eine nachhaltige Innenstadtentwicklung notwendig.²⁶

²⁶ Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, Hrsg.: Lebenswerte Innenstädte, www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/FP/ExWoSt/Studien/2005/LebenswertInnenstaedte/01_Start.html (abgerufen am 18. September 2016).

Diese ist mit dem Ziel verbunden, eine vielfältige und attraktive Innenstadt zu erhalten. Die anstehenden gesellschaftlichen, ökologischen und ökonomischen Dimensionen und Interessen müssen dazu gleichermaßen berücksichtigt werden, um einen raumverträglichen und zukunftsfähigen Ausgleich zu schaffen.²⁷

Die Hamburger Innenstadt ist ein Ort, der diesen Herausforderungen schon weitgehend gerecht wird. Durch gute Erreichbarkeit, kurze Wege, einen vergleichsweise hohen Fahrrad- und ÖPNV-Anteil sowie eine hohe Bebauungsdichte erfüllt die Innenstadt schon per se viele Anforderungen an eine nachhaltige Stadtentwicklung. Allerdings ist der Anteil der Wohngebäude in der Innenstadt bisher gering (Kapitel 4.2.9).

Um den strengen Vorgaben der EU-Luftqualitätsrichtlinie gerecht zu werden, gibt es einen Luftreinhalteplan, zu dessen Maßnahmen auch das betriebliche Mobilitätsmanagement und die Förderung umweltfreundlicher Antriebsarten gehören.²⁸ Zum Ausbau der Elektromobilität existiert in Hamburg eine Vielzahl von Projekten unter Koordinierung der Projektleitstelle hySolutions und Beteiligung der Handelskammer. 2014 hat der Senat außerdem einen Masterplan zum weiteren Aufbau öffentlich zugänglicher Ladestationen für Elektrofahrzeuge beschlossen.²⁹ Neben den öffentlichen Ladesäulen von Stromnetz Hamburg haben Parkhausbetreiber wie APCOA in ihren Parkhäusern öffentlich zugängliche Ladesäulen eingerichtet.

Aber auch die Digitalisierung, die viele Wirtschaftszweige fundamental verändert, hat grundlegenden

Einfluss auf die Städte. In der vernetzten und intelligenten Stadt, der „Smart City“, werden mithilfe digitaler Technologien vielfältige Verkehrs-, Informations- und Kommunikationssysteme miteinander verknüpft. Die Nutzung der verschiedenen Informations- und Kommunikationssysteme einer Smart City über Apps ermöglicht es unter anderem, die innerstädtische Mobilität effizienter zu gestalten, was zu einer höheren Lebensqualität und zu erhöhter wirtschaftlicher Wettbewerbsfähigkeit führen kann (Kapitel 5.1).³⁰

BEST PRACTICE

Modellprojekt City-Logistik in der Innenstadt

In Kooperation zwischen der Stadt Hamburg und UPS ist ein Modellprojekt zur City-Logistik entstanden. Seit Februar 2015 wird ein neues Lieferkonzept an ausgewählten Standorten in der Hamburger Innenstadt in einem zweijährigen Modellvorhaben getestet.

Nach dem Pilotprojekt im BID Neuer Wall werden in der City inzwischen an drei weiteren Standorten Container von UPS mit den im Zentrallager in Billbrook zusammengestellten Sendungen für Empfänger in der Innenstadt jeweils morgens von Lkw abgesetzt und abends leer wieder abgeholt. Auf der „letzten Meile“ werden die Sendungen von dort zu Fuß mit Sackkarre, Lastenfahrrad oder E-Lastenrad an die Empfänger zugestellt.

Dieses Projekt zeigt, dass der Lieferverkehr durch Lkw und somit die Verkehrsbelastung in der Innenstadt mit neuen Konzepten reduziert werden kann. Gleichzeitig bieten solche Projekte die Chance, eine höhere Aufenthaltsqualität zu schaffen.

²⁷ Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, Hrsg.: Nachhaltige Stadtentwicklung, www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Stadtentwicklung/StadtentwicklungDeutschland/NachhaltigeStadtentwicklung/Stadtentwicklung_node.html (abgerufen am 8. April 2015).

²⁸ In dem Standpunkt paper „Stadtmobilität in Hamburg 2030“ der Handelskammer Hamburg (2014) werden die Verkehrssituation in Hamburg umfassend analysiert und Handlungsempfehlungen für die zukünftige Entwicklung ausgesprochen.

²⁹ Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg (2014): Mitteilung des Senats an die Bürgerschaft. Masterplan Ladeinfrastruktur und Stellungnahme des Senats zu dem Ersuchen der Bürgerschaft vom 11. Dezember 2013 „An Erfolge anknüpfen und Elektromobilität weiterentwickeln“. Drucksache 20/12811.

³⁰ Libbe, Jens (2014): Standpunkt: Smart City: Herausforderungen für die Stadtentwicklung. In: Difu-Berichte 2/2014, <http://difu.de/search/site/smart%20city> (abgerufen am 9. Juni 2015).

POSITION

Elektromobilität

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, im Bereich der umweltfreundlichen Mobilität und zur Einhaltung der EU-Grenzwerte für Luftschadstoffe weiterhin auf eine Verbesserung des betrieblichen Mobilitätsmanagements und alternative Antriebsarten wie die Elektromobilität zu

setzen. Die Zusammenarbeit mit den Kammern im Rahmen der Luftgütepartnerschaft ist dabei ein gutes Beispiel. Die Inhalte des Masterplans Ladeinfrastruktur für Elektromobilität sollten rasch umgesetzt und der Ausbau nachhaltiger Mobilitätsangebote in der Innenstadt weiter vorangetrieben werden. Fahrverbote wie zum Beispiel durch die Einführung einer Umweltzone sind abzulehnen.

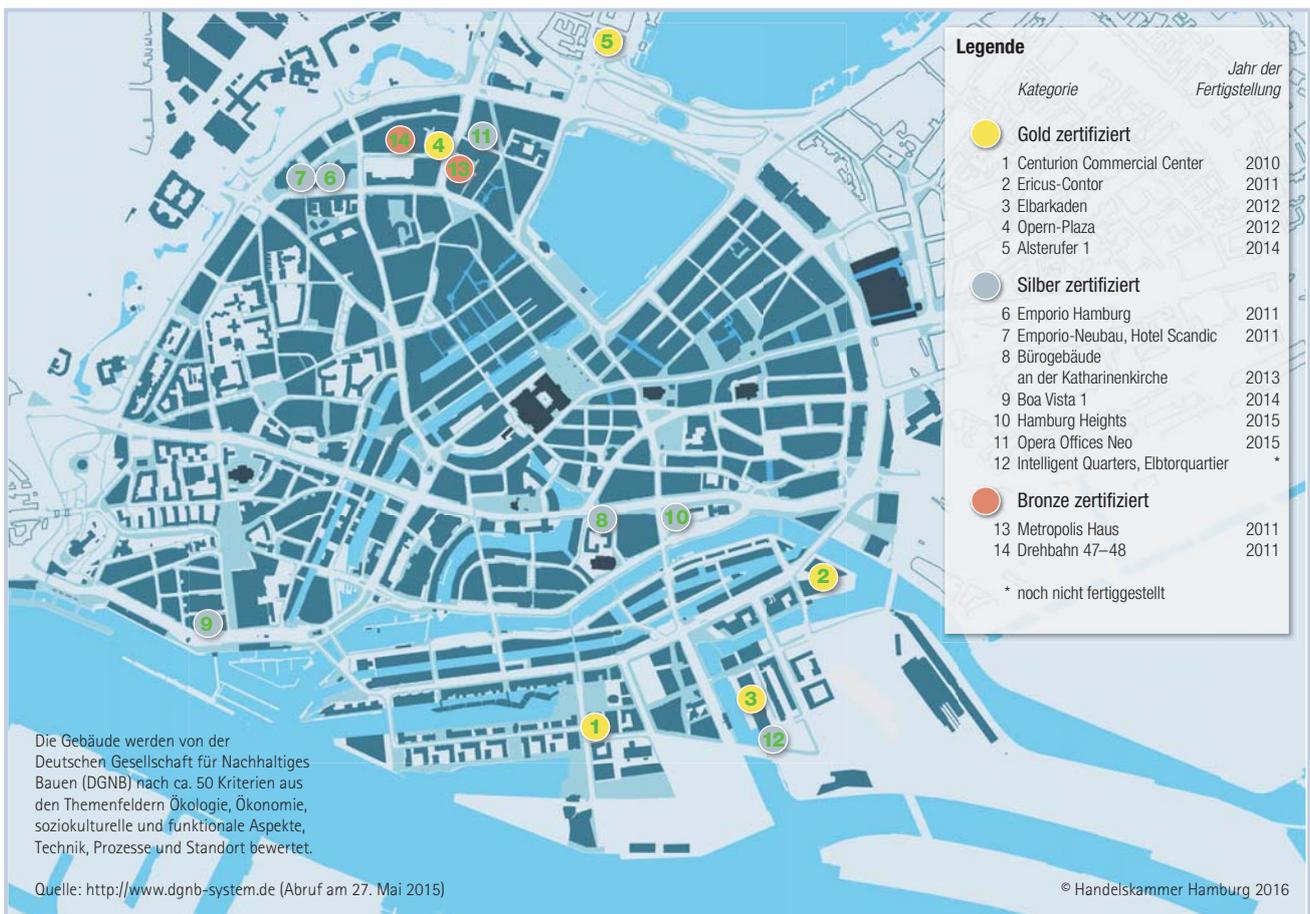
Abbildung 8: Umweltfreundliche Mobilität in der Hamburger Innenstadt



In der Hamburger Innenstadt wurden zahlreiche Bau-
projekte realisiert, die den Kriterien der Deutschen
Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) als
besonders nachhaltige Gebäude entsprechen. Seit

2010 wurden insgesamt 14 Gebäude zertifiziert, von
denen fünf die Standards für die höchste Auszeich-
nung, das Gold-Zertifikat, einhalten.³¹ Weitere Gebäude
wurden mit dem LEED-Zertifikat ausgezeichnet.

Abbildung 9: DGNB-zertifizierte Gebäude in der Hamburger Innenstadt



³¹ Mit der Auszeichnung werden Gebäude prämiert, die in fünf Kategorien des Bundesministeriums für Verkehr und Bau sowie des DGNB den hohen Standards nachhaltigen Bauens entsprechen; betrachtet wird dabei jeweils der gesamte Lebenszyklus eines Gebäudes. Bewertet werden die ökologische Qualität, die ökonomische Qualität, die soziokulturelle und funktionale Qualität, die technische Qualität und die Projektqualität; www.dgnb-system.de/de/system/gold-silber-bronze/ (abgerufen am 11. Juni 2015).

2.8 Leipzig-Charta und Weißbuch „Innenstadt“ – politische Konzepte zur Entwicklung der Innenstädte

Die Stärkung der Innenstädte als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort war in den vergangenen vier Jahrzehnten stets ein wichtiges Planungsziel. Das gilt für Hamburg ebenso wie für viele andere deutsche Städte. Die Landes- und die Kommunalpolitik investierten hierzu vor allem in die Infrastruktur, je nach Kassenlage auch in die Neugestaltung der öffentlichen Räume sowie in die kulturellen Einrichtungen der Innenstädte.

In jüngster Zeit werden die Innenstädte auch in der Bundespolitik und auf europäischer Ebene verstärkt wahrgenommen. Während sich die Nationale Stadtentwicklungspolitik, die „Leipzig-Charta zur nachhaltigen europäischen Stadt“ (2007) und der „Pakt von Amsterdam“ (2016)³² auf das gesamte Stadtgebiet der deutschen beziehungsweise europäischen Städte beziehen, fokussiert sich das 2011 vorgestellte „Weißbuch Innenstadt“ ganz explizit auf die Innenstädte. Hier weist die Bundesregierung darauf hin, dass „die Innenstädte heute beachtliche ökonomische Werte darstellen, weil die private und die öffentliche Hand über Jahrhunderte umfangreiche Investitionen in Gebäude und in die private und öffentliche Infrastruktur getätigt haben.“³³ Der Bundesgesetzgeber hat zudem das Städtebaurecht mehrfach novelliert, um die Innenentwicklung zu erleichtern und die Innenstädte zu stärken.³⁴

³² Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung, Hrsg. (2007): Memorandum „Auf dem Weg zu einer nationalen Stadtentwicklungspolitik“. Berlin; „Leipzig-Charta zur nachhaltigen europäischen Stadt“ (2007); Urban Agenda for the EU, „Pact of Amsterdam“ (2016).

³³ Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung, Hrsg. (2011): Weißbuch Innenstadt. Starke Zentren für unsere Städte und Gemeinden. Berlin, S. 12.

³⁴ Krautzberger, Michael; Stüer, Bernhard (2013): BauGB-Novelle 2013. Gesetz zur Stärkung der Innenentwicklung in den Städten und Gemeinden und weiteren Fortentwicklung des Städtebaurechts. In: Deutsches Verwaltungsblatt 128, H. 13, S. 805–815.

Die Städtebauförderungsprogramme des Bundes, etwa „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“, und das Hamburgische „Rahmenprogramm Integrierte Stadtteilentwicklung“ (RISE) zielen in erster Linie auf die Innenstädte kleiner Städte oder auf Stadtteilzentren;³⁵ sie spielen in der Hamburger Innenstadt bisher keine Rolle.

Die Industrie- und Handelskammern haben in jüngster Zeit in zahlreichen Positionspapieren die wirtschaftliche Bedeutung der Innenstädte herausgearbeitet und daraus Forderungen an Politik und Verwaltung abgeleitet.³⁶

2.9 Das Innenstadtkonzept Hamburg 2014

In vielen Städten werden derzeit Innenstadtkonzepte erarbeitet. So stellte die Stadt Hamburg 2010 zunächst einen Entwurf und vier Jahre später das „Innenstadtkonzept Hamburg 2014“ vor. Es bildet die Grundlage für städtische Entscheidungen über die künftige Entwicklung der Innenstadt und dient als Orientierungsrahmen für private Investoren. Das Leitbild, an dem es sich orientiert, ist die europäische Stadt, die „für vitales Stadtleben, unverwechselbare Stadtbilder, funktionale und kulturelle Vielfalt sowie attraktive öffentliche Räume [steht], die zum Passieren und Verweilen gleichermaßen einladen.“³⁷ Dieses Innenstadtkonzept soll insbesondere dazu beitragen, die Stadtteile Altstadt

³⁵ Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (2009): Aktive Stadt- und Ortsteilzentren, S. 10.

³⁶ Beispielhaft seien hier nur genannt: Deutscher Industrie- und Handelskammertag, Hrsg. (2008): Leitbild der IHK-Organisation für Stadtentwicklung und Einzelhandel. Berlin; Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2006): Ein Quartier wird zum Scharnier – Die Perspektive des Fleetviertels für Hamburg. Hamburg; IHK Mittlerer Niederrhein, Hrsg. (2012): Einkaufsregion Niederrhein – Handeln für lebendige Städte. Strategiepapier der IHK Mittlerer Niederrhein 2012–2016. Mönchengladbach; IHK Lüneburg-Wolfsburg, Hrsg. (2013): Für starke Zentren. Lüneburg; Handelskammer Bremen (gemeinsam mit der Freien Hansestadt Bremen, dem Senator für Umwelt, Bau und Verkehr, dem Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen), Hrsg. (2013): Bremen Innenstadt 2025. Bremen; Wirtschaftskammer Wien, Hrsg. (2013): Masterplan zur Urbanitätsoffensive Wien. Erdgeschosszonen in Wien. Wien; IHK Bonn/Rhein-Sieg, Hrsg. (2014): IHK-Einzelhandelsreport. Einzelhandel in Bonn/Rhein-Sieg. Bonn; IHK Ostwestfalen zu Bielefeld, Hrsg. (2014): Handelsstandort Ostwestfalen stärken. Bielefeld.

³⁷ Freie und Hansestadt Hamburg, Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt, Hrsg. (2014): Innenstadtkonzept Hamburg 2014. Hamburg, S. 11.



Der Kern der Hamburger Innenstadt mit Rathaus und Handelskammer

und Neustadt mit der Hafencity funktional und räumlich zusammenzuführen. Um die Innenstadt zu stärken, strebt die Stadt an, sie durch einen höheren Wohnanteil zu beleben, ihre öffentlichen Räume aufzuwerten, sie als Zentrum der Kultur zu stärken und ihre Funktion als wichtigster Standort für Einzelhandel und Dienstleistungen zu sichern.

Diese Ziele sind grundsätzlich zu begrüßen. Das Innenstadtkonzept 2010 enthält jedoch, anders als das

Vor-Ort-Papier „Ein Quartier wird zum Scharnier – Die Perspektive des Fleetviertels für Hamburg“ der Handelskammer von 2006 (Kapitel 5.2), kaum konkrete Vorschläge und visionäre Gedanken, die über die Stärkung und stellenweise Ergänzung der bereits vorhandenen Strukturen hinausgehen und mit denen die angestrebten Ziele verwirklicht werden können.

Dieses Defizit wurde auch bei der Überarbeitung des Innenstadtkonzepts im Dialog mit Öffentlichkeit,

Experten und Verbänden nur teilweise behoben. Auch das fortgeschriebene und konkretisierte Innenstadtkonzept 2014³⁸ enthält nur wenige konkrete Ansatzpunkte, um die Attraktivität der Hamburger Innenstadt zu stärken und sie zum Anziehungspunkt für Hamburger und Besucher zu machen.

Dieses Standpunktepapier orientiert sich ebenfalls am Leitbild der europäischen Stadt. Im Mittelpunkt steht dabei die funktionale Vielfalt der Innenstadt, die Hamburg nur erhalten und weiterentwickeln kann, wenn die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stimmen. Umgekehrt ist eine funktionale Vielfalt wichtig, damit die hier ansässigen Unternehmen gute Rahmenbedingungen vorfinden.

³⁸ Der Senat hat das Innenstadtkonzept 2014, die Hamburgische Bürgerschaft 2015 zustimmend zur Kenntnis genommen.

3 Ziele

Die Innenstadt ist ein bedeutender Wirtschaftsstandort und damit ein zentraler Baustein für eine zukunfts-fähige Metropolregion. Das vorliegende Standpunktepapier verfolgt das Ziel,

- die Hamburger Innenstadt als vielfältigen, pulsierenden und urbanen Ort weiterzuentwickeln, mit dem sich die Menschen in der Metropolregion identifizieren und der weit über die Region hinaus ausstrahlt,
- den in der Innenstadt ansässigen und ansiedlungswilligen Unternehmen gute Rahmenbedingungen zu bieten.

Beides bedingt einander: Je besser die Rahmenbedingungen, die die Unternehmen hier vorfinden, desto vielfältiger, pulsierender und urbaner ist die Innenstadt. Je vielfältiger, pulsierender und urbaner sie ist, desto interessanter ist sie für die Mehrzahl der Unternehmen.

In einem schon heute kompakt bebauten städtischen Umfeld werden die Ziele oft im Widerstreit zueinander stehen. Es gilt daher, stets einen Kompromiss zu finden, der den vielfältigen Ansprüchen an eine vielfältige, pulsierende und urbane Innenstadt mit guten Rahmenbedingungen für die Wirtschaft am ehesten gerecht wird.

Die genannten Ziele sind das Ergebnis intensiver Beratungen im Ehrenamt der Handelskammer, im Citymanagement, im Trägerverbund Projekt Innenstadt sowie in den BID-Initiativen und Interessengemeinschaften (Kapitel 1).

Handlungsfelder und Leitprojekte

Um die Ziele zu erreichen, sind Politik, Verwaltung und Wirtschaft aufgefordert, in fünf **Handlungsfeldern** aktiv zu werden:

- die Metropolfunktionen in der Innenstadt weiter auszubauen (Kapitel 4.1),
- eine pulsierende, urbane Innenstadt mit einer vielfältigen Nutzungsmischung zu schaffen und weiterzuentwickeln (Kapitel 4.2),
- das internationale und überregionale Marketing zu intensivieren (Kapitel 4.3),
- die Erreichbarkeit und Orientierung zu verbessern (Kapitel 4.4) und
- die öffentlichen Räume innovativ zu gestalten (Kapitel 4.5).

Dieses Standpunktepapier regt zudem fünf **Leitprojekte** an, die jeweils mehrere Handlungsfelder betreffen (Kapitel 5):

- die Hamburger Innenstadt zu einem Vorreiter der Digitalisierung machen,
- die Hafencity in die Innenstadt integrieren – die Willy-Brandt-Straße untertunneln,
- das Umfeld des Hauptbahnhofs aufwerten,
- ein feinmaschiges Wegenetz in der Innenstadt entwickeln,
- mit einer Innenstadt-Allianz 2021 eine vielfältige, urbane Innenstadt schaffen.



Pulsierende Innenstadt: Die Großen Bleichen und der Michel.

Dieses Standpunktepapier versteht sich nicht in erster Linie als Masterplan, der alle die Innenstadt betreffenden Projekte detailliert beschreibt. Es geht vielmehr darum, die wesentlichen Handlungsfelder und Leitprojekte zu benennen, die die Politik und die Verwaltung sowie die Wirtschaft gemeinsam vorantreiben sollten. Diese Vorgehensweise orientiert sich an den Business Improvement Districts, in denen viele innovative Projekte in öffentlich-privater Partnerschaft umgesetzt wurden. Sie haben die Innenstadt im Sinne der oben genannten Ziele wesentlich vorangebracht.

4 Handlungsfelder

Die Hamburger Innenstadt ist durch eine hohe funktionale und städtebauliche Vielfalt geprägt. Täglich halten sich hier Hunderttausende von Menschen auf, die hier wohnen, arbeiten oder in Hamburg zu Besuch sind. Sie nutzen das Angebot aus Einzelhandel, Kultur, Gastronomie und Dienstleistungen. Diese Vielfalt trägt maßgeblich zur Attraktivität des Wirtschaftsstandorts Innenstadt bei. Hieraus ergeben sich aber viele unterschiedliche Bedürfnisse, denen die Hamburger Innenstadt gerecht werden muss.

Damit die Innenstadt auch in Zukunft wettbewerbsfähig bleibt, kommt es darauf an, in fünf Handlungsfeldern aktiv zu werden (eine Übersicht finden Sie in Kapitel 3, Seite 35).

Vor allem die fünf Leitprojekte, die querschnittsorientiert sind, erfordern eine besondere Aufmerksamkeit (Kapitel 5). Sie gemeinsam bilden die Basis für eine lebendige und zukunftsfähige Innenstadt, die den hier ansässigen und den ansiedlungswilligen Unternehmen gute Rahmenbedingungen für ihre Geschäftstätigkeit verschaffen.

Das Bezirksamt Hamburg-Mitte in die Lage versetzen, auch neue Aufgaben zu übernehmen

Mit diesem Standpunktepapier richtet die Hamburger Wirtschaft zahlreiche Erwartungen an die Stadt Hamburg. Sie betreffen vor allem die Polizei (Kapitel 4.5.7) und das Bezirksamt Hamburg-Mitte, für das ein Anliegenmanagement (4.5.4), eine BID-Koordination (4.5.6), die Genehmigung von Außengastronomie (4.5.7), die Evaluierung von Veranstaltungen (4.5.8) sowie die Innenstadt-Allianz (5.5) mit zusätzlichem Aufwand verbunden wäre.

Wir fordern den Senat auf, die Polizei und das Bezirksamt Hamburg-Mitte finanziell und personell in die Lage zu versetzen, diese Aufgaben wahrnehmen zu

können. Angesichts der Bedeutung des Wirtschaftsstandorts Innenstadt, der vielen hier ansässigen Unternehmen und der Ausstrahlung der Innenstadt weit über die Metropolregion hinaus wären die hiermit verbundenen Ausgaben vertretbar.

4.1 Metropolfunktionen weiter ausbauen

Für die Position Hamburgs im internationalen Wettbewerb spielt die Innenstadt eine zentrale Rolle. Die vielen schon vorhandenen Metropolfunktionen und die damit verbundene hohe Kontaktdichte sind wichtige Standortfaktoren für die Wirtschaft und für den öffentlichen Sektor.

Um weitere Metropolfunktionen für die Hamburger Innenstadt zu gewinnen, sollte der Senat

- Konsulate,
- Leitungskompetenzen von Unternehmen mit ausgeprägter internationaler Orientierung und mit einem ausgeprägten B2B-Netzwerk, z. B. aus der Finanzwirtschaft, der Unternehmensberatung oder weiteren Business- und Professional-Services-Unternehmen,
- Hochschulen beziehungsweise Abteilungen von Hochschulen und
- Hotels mit Kongress- und Tagungseinrichtungen

für die Innenstadt gewinnen beziehungsweise deren Ansiedlung unterstützen. Dazu zählen die Vermittlung von verfügbaren Immobilien und Flächen durch die HWF Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH sowie die Begleitung dieser Vorhaben durch die Fachbehörden und das Bezirksamt Hamburg-Mitte.

Zu den Metropolfunktionen gehören auch staatliche Einrichtungen. Der Senat ist aufgefordert, bei anstehenden Standortentscheidungen neue staatliche Einrichtungen der Vereinten Nationen, der Europäischen Union, des Bundes oder der Stadt Hamburg in der Innenstadt zu verorten beziehungsweise dies zu unterstützen.

POSITION

Neue Metropolfunktionen für die Innenstadt gewinnen

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, Konsulate, Hochschulen, Hotels mit Kongress- und Tagungseinrichtungen sowie staatliche Einrichtungen für die Innenstadt zu gewinnen beziehungsweise deren Ansiedlung zu unterstützen, um eine noch höhere Kontaktdichte zu erzeugen.

4.1.1 Neue Firmenzentralen für die Innenstadt gewinnen

Hamburgs Innenstadt hat einen hohen Rang als Zentrum privatwirtschaftlicher Entscheidungen (Kapitel 2.3.2). Gerade für Unternehmen mit ausgeprägter internationaler Orientierung bietet die Innenstadt die für sie wichtigen Informations- und Fühlungsvorteile. Die Mitarbeiter profitieren zudem vom attraktiven Umfeld und der guten Erreichbarkeit der Innenstadt, was die Unternehmen wiederum attraktiv für Fachkräfte macht.

Aufgrund dieser Standortvorteile haben sich erst in jüngster Zeit die Kellogg (Deutschland) GmbH sowie Esso Deutschland GmbH (erneut) für die Hamburger Innenstadt entschieden. Weitere Unternehmenszentralen sind in der Hafencity entstanden (Kapitel 2.6).

Viele Unternehmen legen besonderen Wert auf eine gute Adresse und darauf, dass sie im Stadtbild auch

wahrgenommen werden. Für die Zukunft wird es darauf ankommen, Flächen für neue Firmenansiedlungen bereitzustellen und diese mit großer Architektur zu inszenieren. Hier sollte die Stadt Hamburg

- offensiver in die Firmenansprache gehen und
- sich in der Innenstadt Vorkaufsrechte sichern, um die Flächen an die HWF Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung zu geben.

Hierfür müssen auch entsprechende Flächen geschaffen werden. Außer in der Hafencity gibt es derzeit jedoch nur wenige verfügbare Flächen. Mit einer Überbauung der Willy-Brandt-Straße (Kapitel 5.2) könnten neue Flächen in der Innenstadt geschaffen werden.

BEST PRACTICE

Sony-Center Berlin

Das Sony Center am Potsdamer Platz in Berlin ist vor allem dank seiner Dachkonstruktion international bekannt. Nachdem Sony das Grundstück 1991 von der Stadt Berlin gekauft hatte, entstand auf dem Areal bis 2000 ein gemischt genutzter Komplex mit Büros, Gastronomie, Entertainment und Wohnungen. Im Zentrum liegt das öffentlich zugängliche Forum, das mit der abendlichen Lichtershow und regelmäßigen Veranstaltungen jährlich 8,3 Millionen Besucher anzieht. Außerdem befindet sich dort der einzige Flagship-Store des Konzerns in Deutschland. Auch wenn inzwischen nicht mehr die Europa-zentrale, sondern die deutsche Zweigniederlassung im Sony-Center ansässig ist, sind der Standort und der Gebäudekomplex unmittelbar mit dem Firmennamen Sony verbunden.

POSITION***Neue Metropolfunktionen für die Innenstadt gewinnen***

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, insbesondere Firmenzentralen und Leitungskompetenzen von Unternehmen mit ausgeprägter internationaler Orientierung für die Innenstadt zu gewinnen beziehungsweise deren Ansiedlung zu unterstützen, damit Hamburg unabhängiger von entfernten Entscheidungen wird.

4.1.2 Die Innenstadt stärker als Hochschulstandort profilieren

Die größte und einzige staatliche Hochschule in der Innenstadt ist die Hafencity Universität mit rund 2 500 Studierenden. Sie hat 2014 ihren Neubau in der Hafencity bezogen. Als „Universität für Baukunst und Metropolentwicklung“ trägt sie nicht nur zur Entwicklung der Hafencity bei, sondern setzt Impulse für die Stadtentwicklung Hamburgs insgesamt sowie anderer Metropolen.

Die übrigen innerstädtischen Universitäten sind in privater Hand. An diesen fünf Hochschulen studieren insgesamt etwa 4 500 junge Menschen (Kapitel 2.3.3).³⁹ Die privaten Hochschulen zeichnen sich dadurch aus, dass sie überwiegend klein, fokussiert, international und innovativ sind. Besonders profiliert sind

- die Bucerius Law School als eine der besten Adressen für die Ausbildung von Juristen in Deutschland und
- die HSBA Hamburg School of Business Administration mit ihrem einzigartigen Konzept der Kooperation zwischen Unternehmen und Hochschule.

³⁶ Zahl der Studierenden in Hamburg: Statistisches Landesamt für Hamburg und Schleswig-Holstein, Wintersemester 2014/2015, Stand: 30. Juni 2015.

Der hohe Stellenwert privater Hochschulen wird durch die Stadt Hamburg bisher nicht ausreichend nach außen kommuniziert und noch zu wenig für die Profilierung des Wissenschaftsstandorts Hamburg genutzt.

Die Innenstadt profitiert aufgrund der räumlichen Nähe zwischen Unternehmen und Hochschulen von Informations- und Führungsvorteilen. Gerade die privaten Hochschulen schöpfen dieses Potenzial durch eine intensive Vernetzung mit der Praxis schon heute weitgehend aus. Dieser Austausch kommt dem Wirtschaftsstandort mit Blick auf Technologietransfer und hoch qualifizierten Fachkräfte zugute.

Zudem verbringen die Studierenden und die Hochschulmitarbeiter ihre Zeit nicht nur in den Hochschulen, sondern sie fragen auch gastronomische und Freizeitangebote sowie andere Dienstleistungen am Standort nach. Lernorte sind nicht nur die Bibliotheken der Hochschulen, sondern auch öffentliche Plätze und Cafés in der Innenstadt. Doch die Bedeutung der rund 7 000 Studierenden für die innerstädtische Stadtentwicklung wird noch zu wenig wahrgenommen.

Mehr Schnittstellen zwischen den Hochschulen und der Stadt könnten das Campusleben in der Innenstadt noch weiter beleben.

POSITION***Die Innenstadt als Hochschulstandort profilieren***

Im Rahmen einer stärkeren Profilierung und Vermarktung Hamburgs als Innovations- und Wissenschaftsstandort sollte die Bedeutung der privaten Hochschulen hervorgehoben werden: Es gilt, den Spitzenplatz der Stadt Hamburg bei der universitären Ausbildung an privaten Hochschulen und die damit einhergehende Prägung des Hochschulstandorts durch die privaten Hochschulen nach außen stärker zu kommunizieren.

Um den Beitrag und das Potenzial der Hochschulen für die innerstädtische Entwicklung besser auszuschöpfen, sollte die Stadt verstärkt Anknüpfungspunkte zu den Hochschulen suchen, auch bei Projekten und Initiativen ohne unmittelbaren Hochschulbezug (z. B. Hinweise auf Hochschulen bei Stadtführungen, studentische Arbeiten im öffentlichen Raum ausstellen). Solche Ansätze können die Verbindung zwischen den Hochschulen und der Stadt und damit die Wahrnehmung der Innenstadt auch als Campus ausbauen.

ERKLÄRT

Coworking Spaces

Coworking (englisch, „zusammen arbeiten“) Spaces ermöglichen eine neue Form des Arbeitens, bei der Unternehmer, Freiberufler und Existenzgründer in meist größeren, offenen Räumen arbeiten und miteinander kooperieren. Neben den eigentlichen Büroarbeitsplätzen bieten viele Coworking Spaces auch eine moderne technische Infrastruktur, Besprechungsräume und vieles mehr. Coworking Spaces können kreative und junge Unternehmer in die Innenstadt ziehen und ihnen hier ein schöpferisches Umfeld anbieten.

4.1.3 Coworking Spaces – Raum für junge Unternehmen schaffen

Coworking Spaces gewinnen auch in Hamburg immer mehr an Bedeutung (Kapitel 2.3.3). Vor allem Freiberufler, Kreative und kleinere Start-ups nutzen die Arbeitsplätze, die unverbindlich und zeitlich flexibel zur Verfügung gestellt werden. Coworking Spaces bieten dabei den Vorteil, eine repräsentative Geschäftsadresse zu besitzen, eine funktionierende Infrastruktur oder Meetingräume für einen Kundentermin nutzen zu dürfen, die in der jeweiligen Miete meist enthalten sind.



Coworking Space „Mindspace“ am Rödingsmarkt.

Dabei mieten entweder mehrere Unternehmer gemeinsam eine Bürofläche an, oder ein externer Anbieter stellt Arbeitsplätze gegen eine Miete zur Verfügung. Die Vielzahl der unterschiedlichen Kompetenzen der Mitglieder zeichnet dabei Coworking-Gemeinschaften aus.

Die Räume sind gerade für junge Unternehmer eine Plattform zum Netzwerken mit anderen Unternehmern, mit Experten oder gar Investoren. Die Firmen können aufgrund der räumlichen Nähe voneinander profitieren. Der persönliche Austausch vor Ort sorgt somit für eine kreative Umgebung, ist vielfach die Basis für neue Aufträge, Kooperationen und damit auch für eine positive Entwicklung der Unternehmen.

Die Innenstadt ist ein beliebter Standort für Coworking Spaces; rund ein Drittel der mehr als 30 Standorte befindet sich hier. Besonders im Kontorhausviertel und rund um den Rödingsmarkt konzentrieren sich die Arbeitsplätze. Der bisher größte Coworking Space „Mindspace“ eröffnete im April 2016 am Rödingsmarkt auf mehr als 4 000 Quadratmetern Fläche mit etwa 600 Arbeitsplätzen.

Für die Innenstadt als Standort sprechen aus der Sicht der jungen Unternehmen und der Existenzgründer

- die zentrale Lage und gute Erreichbarkeit sowie
- die räumliche Nähe zu anderen Unternehmen und damit zu Kunden und Lieferanten.

Arbeitsplätze in Coworking Spaces zu nutzen, ist häufig preiswerter, als ein eigenes Büro anzumieten. Damit werden auch die in der Innenstadt überdurchschnittlich hohen Büromieten für junge Unternehmen und Existenzgründer erschwinglich.

Coworking Spaces sind bei anstehenden Projektentwicklungen bestehender Immobilien oder bei temporären Leerständen oft eine geeignete Zwischennutzung. Denn bei Bürogebäuden besteht bereits eine grundlegende Infrastruktur, sodass lediglich geringe Investitionen notwendig sind. Auch für Unternehmen, die Coworking Spaces betreiben, ist dies eine geeignete Möglichkeit, ihr Konzept zunächst für einen befristeten Zeitraum zu testen.

POSITION

Impulse für Coworking Spaces setzen

Um die Freiberufler, Kreative und kleinere Start-ups weiter in Hamburg zu vernetzen, sollten die Rahmenbedingungen für Coworking Spaces in der Innenstadt verbessert werden. Bei anstehenden Projektentwicklungen sollte die Stadt Hamburg Grundeigentümer, die mit den Betreibern von Coworking Spaces kooperieren möchten, hierbei unterstützen.

4.1.4 Das Congress Center Hamburg revitalisieren

Das Congress Center Hamburg (CCH) wurde 1973 eröffnet. Es galt damals als eines der modernsten Kongresszentren Deutschlands. 2007 wurde es um eine Ausstellungshalle mit etwa 7 000 Quadratmetern erweitert.

Das CCH ist zusammen mit der Hamburg Messe eine der bedeutendsten Metropolfunktionen Hamburgs. Dieser Markt ist, nicht zuletzt durch neue Messeareale wie in Stuttgart oder durch Kongressbauten wie den City Cube in Berlin, stark umkämpft. Von den Ausstellern und Besuchern der Messen und Kongresse profitieren viele Wirtschaftszweige, darunter viele Messedienstleister, das Gastgewerbe, das Verkehrsgewerbe und der Einzelhandel. Mit der Hamburg Messe und dem CCH ist somit ein umfangreicher ökonomischer Nutzen für den Wirtschaftsstandort Hamburg verbunden.⁴⁰

Inzwischen weist das CCH erhebliche bauliche Mängel auf und entspricht nicht mehr den heutigen Anforderungen an den Kongressbetrieb. Die Bürgerschaft und der Senat haben daher 2015 beschlossen, das CCH zu revitalisieren. Hierfür geht der Senat von Baukosten in Höhe von 194 Millionen Euro aus.⁴¹ Das Projekt umfasst

- das CCH, das saniert und umfassend umstrukturiert werden soll, sodass dort künftig mehrere Tagungen und Kongresse parallel stattfinden können,

⁴⁰ 2010 ermittelt das Münchner ifo-Institut im Auftrag der Hamburg Messe und Congress GmbH die volkswirtschaftlichen Wirkungen des Kongress- und Veranstaltungsgeschäfts im CCH; danach gibt jeder Kongressteilnehmer im Schnitt pro Besuch 436 Euro aus. Quelle: <http://hamburg-messe.de/presseservice/aktuellepressemitteilungen/pressemitteilung/datum/2010/05/28/ifo-studie-cch-ist-job-motor-und-beschert-100-million-euro-einnahmen-1/>, abgerufen am 16. März 2016.

⁴¹ Revitalisierung des CCH – Entscheidung über die Realisierung der Planungen. Ergänzung des Haushaltsplan-Entwurfs 2015/2016 nach § 34 LHO. Mitteilung des Senats an die Bürgerschaft. Bürgerschafts-Drucksache 20/13678, S. 4.



Künftige Außenansicht des CCH.

- die Neugestaltung des Vorplatzes,
- die Neuordnung der Verkehrsströme, insbesondere der Zufahrten zur Tiefgarage.

Inzwischen haben erste vorbereitende Bauarbeiten begonnen, sodass das CCH 2019 wieder für den Kongressbetrieb zur Verfügung stehen soll.

In Verbindung mit der Hamburg Messe und ihrer verstärkten Ausrichtung auf eng mit den bedeutenden Wirtschaftsklustern der Stadt verzahnte Fachmessen, auf scharf profilierte Publikumsmessen („Special Interest“), auf Gastveranstaltungen, Publikumsveranstaltungen und Spin-offs dieser Angebote sollten sich die gesteigerten Teilnehmer- und Gästezahlen auch im Innenstadt-Einzelhandel und im Gastgewerbe positiv niederschlagen.

Die Hamburg Messe und Congress GmbH, die Hamburg Tourismus GmbH und die Hamburg Convention Center GmbH sind aufgefordert, die überdurchschnittlich kaufkräftigen Messe- und Kongressbesucher, die oft nur begrenzt Zeit haben, verstärkt auf die vielfältigen touristischen Angebote Hamburgs aufmerksam zu machen, die den Aufenthalt in unserer Stadt noch attraktiver gestalten und Anreize zu einer Rückkehr als Privatreisende schaffen. So können die Messebesucher zu Botschaftern der Marke Hamburg und langfristig an die Hansestadt gebunden werden.

ERKLÄRT

Die Revitalisierung des Congress Center Hamburg (CCH)

Mit der Revitalisierung des CCH soll ein neues Raum- und Flächenkonzept realisiert werden. Das klassische Kongress-, Tagungs- und Eventgeschäft soll durch kulturelle und soziale Veranstaltungen ergänzt werden. In Verbindung mit dem neuen Raumangebot können multivariable Veranstaltungsformate angeboten werden. Verfügbar werden sein:

- *bis zu 50 Säle,*
- *mehr als 12 000 Sitzplätze,*
- *12 000 Quadratmeter für Ausstellungen,*
- *12 000 Quadratmeter Foyerfläche und*
- *eine vertikale und horizontale Belegbarkeit der Räume und Flächen.*

Diese Ressourcen sollten das CCH wieder auf den ersten Platz der deutschen Kongresszentren heben.

POSITION

In die Zukunft Hamburgs investieren: Das CCH revitalisieren

Die Hamburger Wirtschaft unterstützt die derzeit laufende Revitalisierung des Congress Center Hamburg (CCH), die Hamburg in die Lage versetzt, auch in Zukunft auf dem stark umkämpften Messe- und Kongressmarkt zu bestehen.

4.2 Eine pulsierende, urbane Innenstadt weiterentwickeln – die Nutzungsmischung fördern

Eine pulsierende, urbane Innenstadt gehört zu den Kennzeichen der großen europäischen Städte; dies unterscheidet sie von Kleinstädten und Dörfern. Urban ist eine Stadt, wenn sie eine

- intensive, feinkörnige Nutzungsmischung,
- hohe bauliche Dichte und
- nicht nur kommerziell erzeugte Lebendigkeit

aufweist. Urbanität entsteht vor allem durch Nutzungen, die viele Menschen anziehen. Dies sind Metropolfunktionen (Kapitel 4.1) und diverse Dienstleistungsangebote, vor allem Einzelhandel, Tourismus- und Freizeitwirtschaft sowie kulturelle Einrichtungen. Die Funktionen, die für eine pulsierende Innenstadt sorgen, werden als „Urbanitätstreiber“ bezeichnet.

In weiten Teilen der Innenstadt hat sich ein hohes Maß an Urbanität natürlich entwickelt. Über die Jahrhunderte sind hier immer mehr Metropol- und Dienstleistungsfunktionen entstanden. Da Hamburg wie viele andere Städte jahrzehntelang das Ziel der Funktions-trennung verfolgte, ist das Wohnen in der Innenstadt aber immer noch schwach vertreten. Erst nach und nach ändert die Stadt die Rahmenbedingungen, um eine vielfältige Nutzungsmischung zu realisieren. Für die Hafencity verfolgt die städtische Hafencity Hamburg GmbH von Anfang an das Ziel, eine urbane „New Downtown“ zu entwickeln.⁴²

Kennzeichnend für die Hamburger Innenstadt ist, dass viele Menschen nach Büro- oder Ladenschluss die Innenstadt verlassen. Dies hat negative Konsequenzen, weil

- die Innenstadt in den Abendstunden häufig wenig belebt ist,
- die Infrastruktur im Tagesverlauf sehr unterschiedlich ausgelastet ist (starke Ströme Richtung Innenstadt am Morgen, starke Ströme nach außerhalb am Abend).

Um dem zu begegnen, sollten Hamburg die planungsrechtlichen Voraussetzungen für multifunktionale Quartiere schaffen. Zugleich muss sie für

- eine gute Erreichbarkeit der Innenstadt (Kapitel 4.4) und
- eine hohe Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum (Kapitel 4.5)

sorgen. Diese beiden Ziele stehen oft im Widerspruch zueinander; und dieser Widerspruch kann nicht komplett aufgelöst werden. Es gilt daher, im Einzelfall einen Kompromiss zu finden, der den vielfältigen Ansprüchen an eine pulsierende, urbane Innenstadt am ehesten gerecht wird.

POSITION

Den Rahmen für mehr Nutzungsmischung schaffen

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, die planungsrechtlichen Voraussetzungen für multifunktionale Quartiere zu schaffen beziehungsweise weiterzuentwickeln.

Kennzeichnend für die Hamburger Innenstadt ist auch die große Zahl von Frequenzbringern und Urbanitätstreiber am Rande der City. Hierzu zählen der Hauptbahnhof, der Dammtorbahnhof, der Zentrale Omnibusbahnhof, die Hamburg Messe sowie die Museen am Wallring, der Park „Planten un Blomen“ und die sehr

⁴² Bruns-Berentelg, Jürgen (2012): Die Kreation einer New Downtown und die Mechanismen der Urbanitätsentwicklung. In: Ders.; Walter, Jörn; Meyhöfer, Dirk, Hrsg.: Hafencity Hamburg. Das erste Jahrzehnt. Stadtentwicklung, Städtebau und Architektur. S. 69–87, S. 69.

vielfältigen Stadtteile St. Pauli, Schanzenviertel, St. Georg sowie das universitär geprägte Rotherbaum. Hier kommt es darauf an, die Innenstadt besser mit diesen Frequenzbringern und Urbanitätstreibern zu verknüpfen (Kapitel 4.4.6).

Von der Fortsetzung des barrierefreien Ausbaus (Kapitel 4.5.5) und einer guten Beschilderung der Innenstadt (Kapitel 4.4.5) profitieren dabei alle ansässigen Unternehmen und Einrichtungen. Gerade vor dem Hintergrund der vielen internationalen Besucher ist dies relevant. Die Hamburg Tourismus GmbH hat bereits Unternehmen für ihr barrierefreies Angebot ausgezeichnet. Zugleich gilt es, bei den Unternehmen der Branche das Bewusstsein hierfür zu steigern.

4.2.1 Neue multifunktionale Quartiere entwickeln

Da die Hamburger Innenstadt zu den begehrtesten Orten für Immobilieninvestitionen in Deutschland gehört, sind derzeit zahlreiche Projekte in der Planung oder Realisierung. Eine ausgeprägte Multifunktionalität prägt vor allem das südliche Überseequartier in der Hafencity (Kapitel 4.2.4) und die Stadthöfe.

Die meisten Projekte sind privatwirtschaftlich motiviert. Die Stadt übernimmt dagegen eine maßgebliche Rolle

- bei der Revitalisierung des Congress Center Hamburg durch die städtische Hamburg Messe und Congress GmbH (Kapitel 4.1.4),
- im Gängeviertel am Valentinskamp, wo sie 2011 das Sanierungsgebiet „Neustadt SU2“ festgesetzt hat und gemeinsam mit der Initiative „Komm in die Gänge“ die Gebäude saniert, sowie
- beim geplanten Umzug des Bezirksamts Hamburg-Mitte an den Axel-Springer-Platz.

Daneben werden derzeit viele kleinere Geschäftshäuser, zum Beispiel an der Rathaus- und an der Schauenburgerstraße sowie im Quartier zwischen Ballindamm und Spitalerstraße, modernisiert. Auffällig ist das starke Interesse an historischen Immobilien, die sehr aufwendig saniert und zum Teil um zusätzliche Geschosse erweitert werden.

Diese Projekte und die Geschäftshäuser nehmen zumeist mehrere Funktionen auf. Dazu gehören verschiedene gewerbliche Nutzungen – Einzelhandel, Gastronomie, Büronutzungen sowie Unternehmen der Gesundheitswirtschaft wie die Kliniken auf der Fleetinsel und am Stephansplatz – sowie Wohnungen.

Die Hafencity ist nach wie vor einer der begehrtesten Standorte innerhalb der Innenstadt. Aktuell entstehen neue Wohnhäuser am Strandkai und beiderseits der Shanghaiallee; in den kommenden Jahren wird die Hafencity weiter in Richtung Osten wachsen.

POSITION

Die Hamburger Innenstadt verdichten

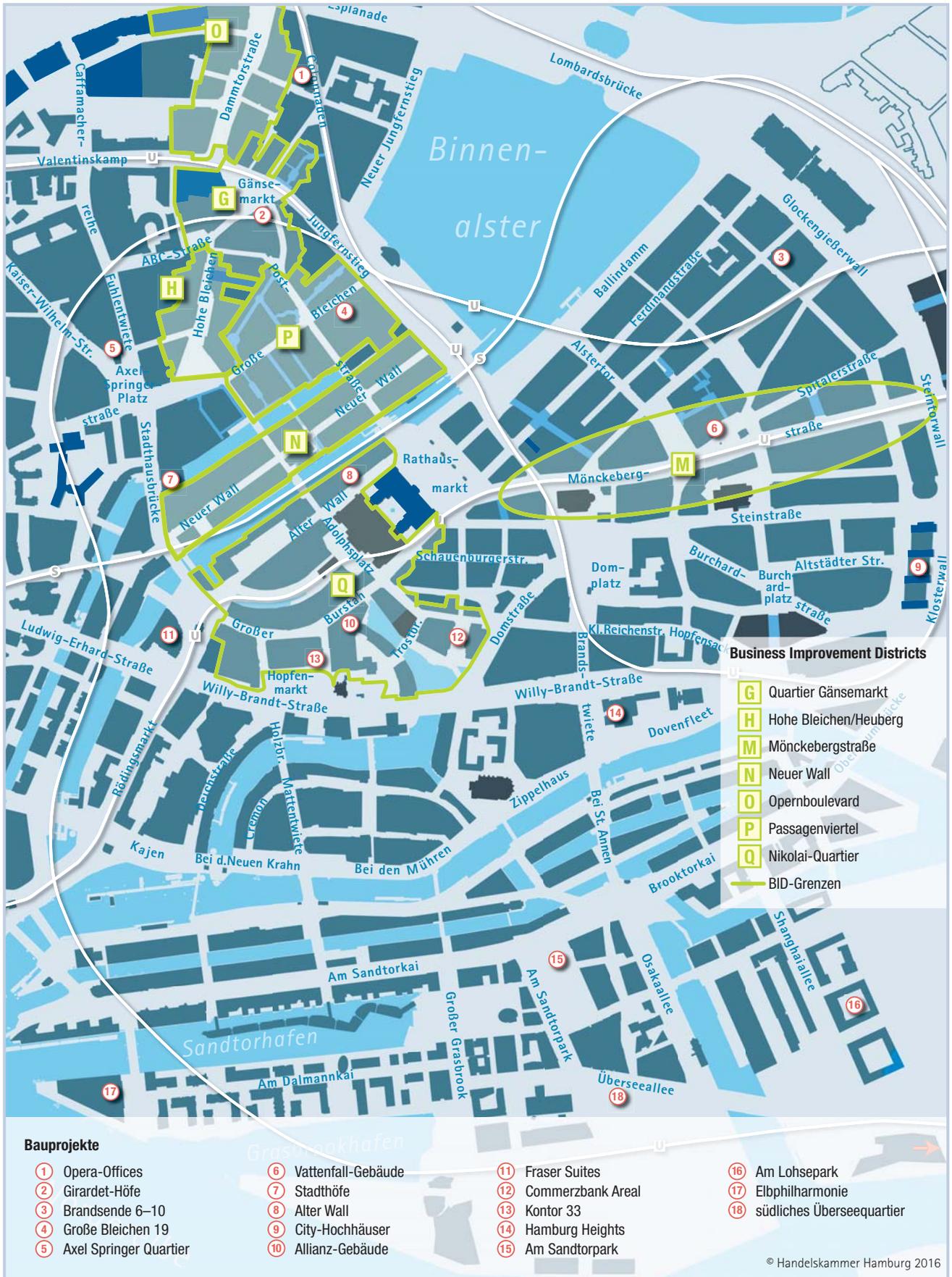
Um die Nutzungsmischung in der Innenstadt zu stärken, muss die Stadt Hamburg baurechtliche Maßnahmen ergreifen, die die Nutzungsdichte erhöhen. Hierzu zählt, die vorhandenen Gebäude aufzustocken, insbesondere durch den Bau von Wohnungen. Gleichzeitig müssen die vorhandenen Sichtachsen aufgenommen und erhalten werden, damit das Stadtbild Hamburgs gewahrt bleibt.

Tabelle 6: Aktuelle mischgenutzte Projekte in der Hamburger Innenstadt

Projekt/Standort	Nutzung	Realisierung bis	Entwickler/Initiator
Alter Wall	Rund 35 000 m ² , Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur	2018	Art Invest
Axel Springer Quartier, Kaiser-Wilhelm-Straße/ Fuhrentwiete	45 000 m ² , Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Wohnen	k. A.	Momeni-Gruppe/ Black Horse Investments
Ballin Drei	Rund 3 700 m ² BGF, Büros, Einzelhandel	2017	Savills Immobilien Beratungs-GmbH
Burstah-Ensemble (ehem. Allianz-Gebäude)	40 000 m ² , Hotel, Büros, Einzelhandel, Wohnen. Davon ca. 5 000 m ² Mietfläche Einzelhandel	2018	Commerz Real AG
City-Hochhäuser, Klosterwall 2–8	3 000 m ² , Einzelhandel, Gastronomie, Wohnen	2021	Aug. Prien
Commerzbank Areal	Büro und Wohnen	k. A.	
Congress Center Hamburg	Kongress- und Ausstellungsflächen (12 000 Sitzplätze)	2019	Hamburg Messe und Congress GmbH
Fraser Suites, frühere Oberfinanzdirektion, Rödingsmarkt	Hotel und Boarding-House	2017	Frasers Hospitality Group
Giradet-Quartier, Gänsemarkt/ Gerhofstraße/Poststraße	2 800 m ² , Einzelhandel, Gastronomie	2016	Gator Beteiligungsverwaltungs GmbH
Große Bleichen 19 (ehemals Thalia)	4 000 m ² , Einzelhandel, Büros	2016	Aachener Grundvermögen
KPTN Hafencity Hamburg (Am Sandtorpark/ Singapurstraße)	33 000 m ² BGF (oberirdisch), Wohnen, Gastronomie, Einzelhandel, Hotel, Kino. EZH/Gastro: ca. 3 600 m ² BGF	2017	DC Commercial GmbH & Co. KG
Mö-Quartier, Spitalerstraße	7 000 m ² , Einzelhandel	2016	Centrum-Gruppe
„Spiegel Insel“, Brandstwiete	Büro, Wohnen, Hotel	2018	
Stadhöfe, Stadthausbrücke	Rund 100 000 m ² BGF, Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Hotel, Wohnen	2017	Quantum Immobilien
Südliches Überseequartier	Rund 226 000 m ² , Kreuzfahrtterminal, Einzelhandel, Gastronomie, Hotel, Dienstleistung, Wohnen, Entertainment	2021	Unibail-Rodamco
Watermark, Elbtorquartier/Hafencity	16 000 m ² BGF, Büros	2017	ECE, STRABAG Real Estate GmbH (SRE)

Quellen: Informationen der Projektentwickler; Zusammenstellung: Handelskammer Hamburg

Abbildung 10: Bauprojekte in der Hamburger Innenstadt



4.2.2 Einzelhandel – vielfältige Angebote schaffen

Der Einzelhandel spielt seit jeher für ein lebendiges Zentrum eine entscheidende Rolle. Schließlich gilt der Handel auf den Marktplätzen als Ursprung für die europäische Stadt.

Im Kern der Innenstadt bildet der Einzelhandel die Leitfunktion:

- Für viele Immobilien ist die Mietfläche für den Handel die entscheidende wirtschaftliche Basis. Die Investitionsbereitschaft der Immobilienwirtschaft ist daher maßgeblich vom Erfolg des Einzelhandels abhängig.
- Für etwa zwei Drittel der Besucher ist das Einkaufen das Hauptmotiv für einen Besuch der Innenstadt; zu diesem Ergebnis kommt eine Studie, die die IHK Köln in Auftrag gegeben hat. Dies korrespondiert mit einer neueren Besucherbefragung, nach der in Hamburg 60 Prozent einen Schaufensterbummel als Besuchsanlass angeben (2015).⁴³ Eine noch größere Bedeutung hat das Einkaufen als Besuchsanlass in Düsseldorf und München.

Tabelle 7: Das Einkaufen als Hauptmotiv für einen Innenstadt-Besuch Auf die Frage „Was ist Ihr Hauptmotiv für den heutigen Aufenthalt in der Innenstadt? antworteten ... Prozent mit „Einkaufen“.

Berlin	28
Düsseldorf	84
Hamburg	64
Köln	47
München	72

Quelle: Shopping-Tourismus-Studie Köln 2013

⁴³ Dr. Lademann & Partner, 2015: Tourismusstudie Überseequartier Hafencity, Hamburg, im Auftrag der Unibail-Rodamco Germany GmbH, S. 4.

Aktuelle Trends im Einzelhandel

Der Einzelhandel erlebt derzeit einen tiefgreifenden Wandel. Das geringe Wachstum der Einzelhandelsumsätze, das preisaggressive Verhalten einzelner Anbieter, der wachsende Onlinehandel und die Preistransparenz, die das Internet schafft, reduzieren die Erträge vieler Einzelhandelsunternehmen.

Viele Kunden treffen ihre Kaufentscheidung heute nicht erst im Einzelhandelsgeschäft, sondern schon vorher im Internet. Für den Einzelhandel in der Innenstadt kommt es daher darauf an, seine vielfältigen Angebote auch im Internet zu präsentieren und auch über die Warenverfügbarkeit informieren zu können.

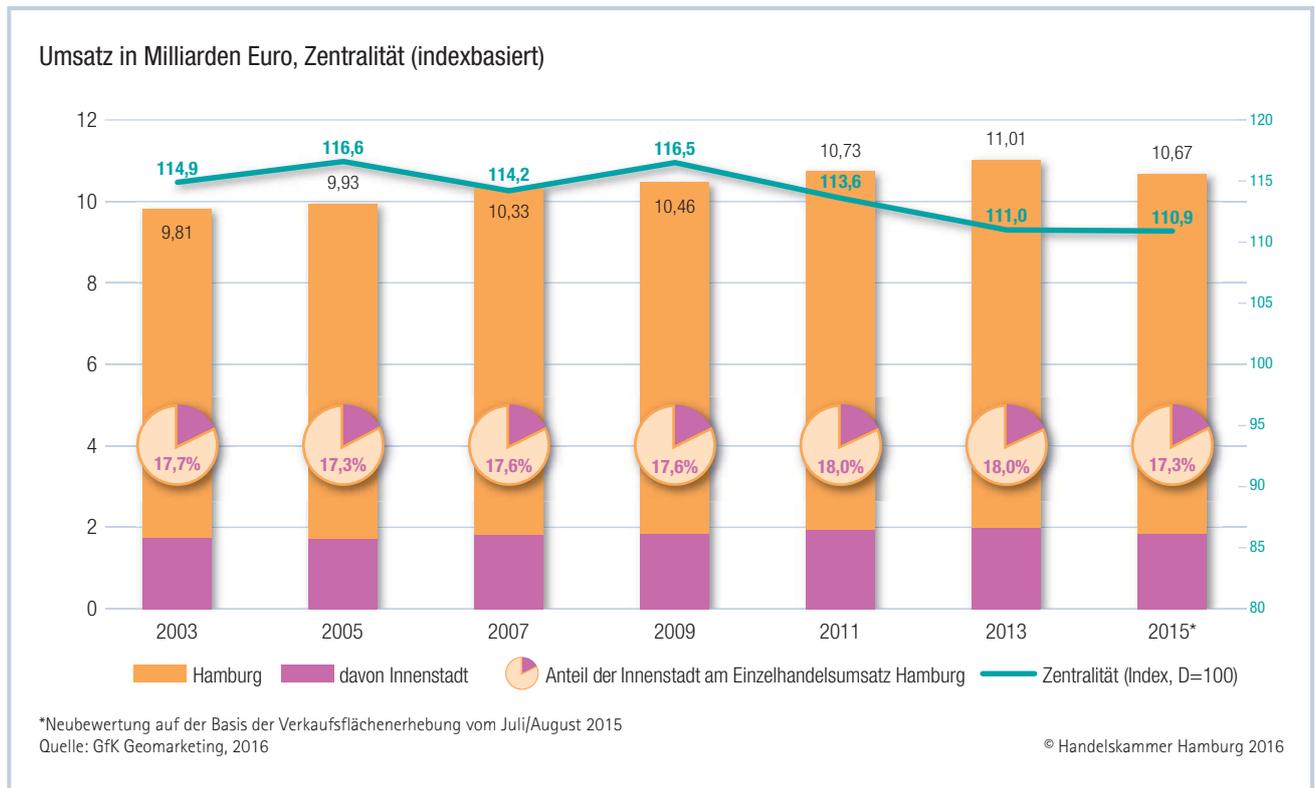
Gleichzeitig verändert sich auch das Einzelhandelsangebot in den Innenstädten ganz massiv. Auf den Markt drängen neue Anbieter wie

- vertikal integrierte Unternehmen, die ihre Produkte in Mono-Label-Stores anbieten, zum Beispiel die Sportartikelhersteller oder Outdoor-Anbieter,
- international agierende Unternehmen, die vor allem in den Innenstädten der Metropolen neue Geschäfte eröffnen, und
- Onlinehändler, die ihre Produkte auch im stationären Einzelhandel anbieten wollen.

Einzelhandelsstandort Hamburger Innenstadt

Mit mehr als 1 000 Einzelhandelsgeschäften auf 345 000 Quadratmeter Verkaufsfläche ist die Hamburger Innenstadt der bedeutendste Einzelhandelsstandort in Norddeutschland. Eine vergleichbare Bedeutung hat nur Berlin, wo sich die Angebote aber auf die City-West und die City-Ost verteilen.

Abbildung 11: Einzelhandelsumsatz und -zentralität



Der Anteil des Einzelhandelsumsatzes der Innenstadt im Vergleich zu Hamburg ist in den letzten Jahren, bis auf das Jahr 2015, leicht gestiegen. Gleichzeitig ist die Zentralität leicht zurückgegangen. Diese Tendenz deutet darauf hin, dass zum einen weniger Kunden außerhalb Hamburgs in die Hansestadt zum Einkaufen gekommen sein könnten, oder aber die Hamburger andere Ziele außerhalb Hamburgs aufsuchen.

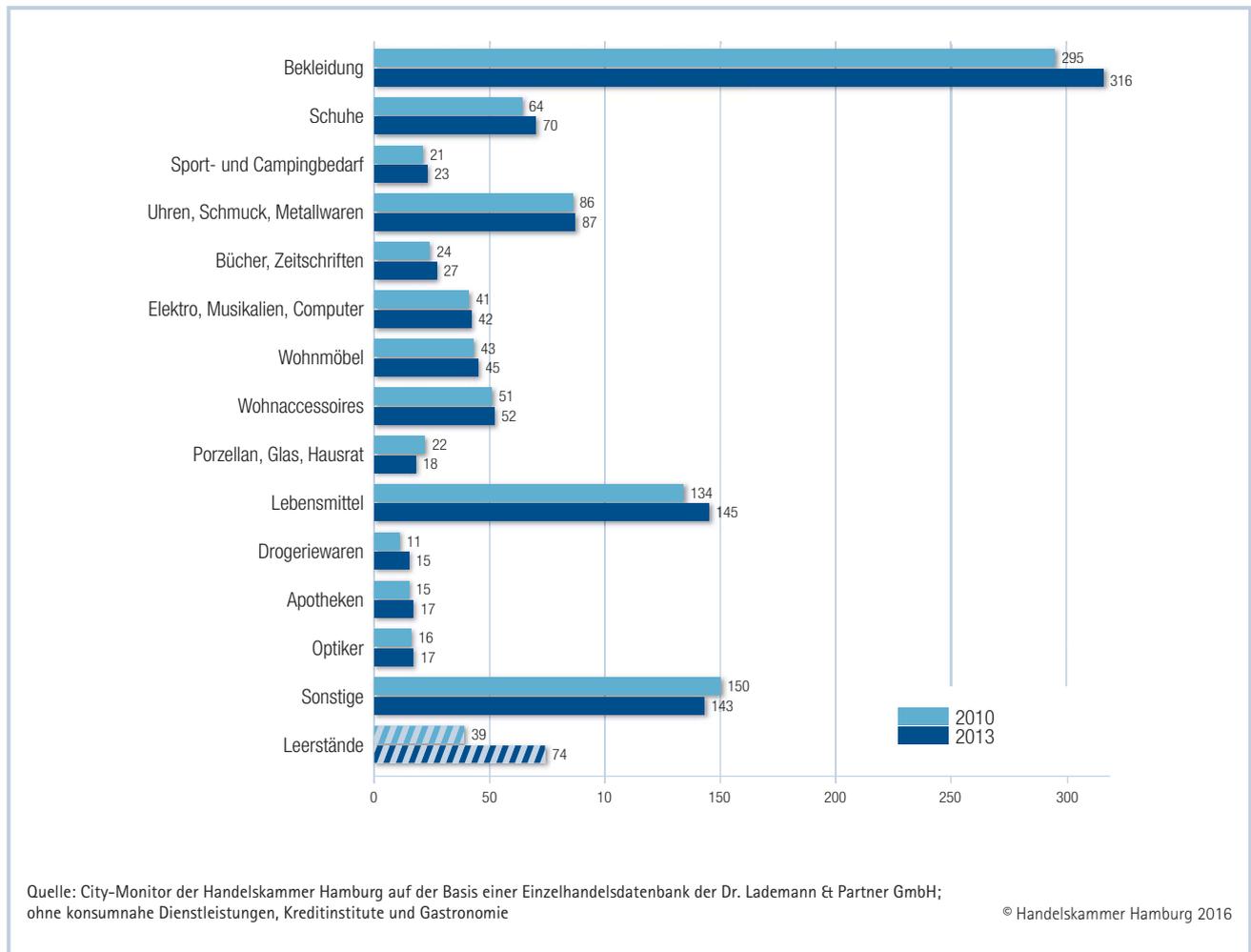
Zum Kernbereich der Hamburger Innenstadt gehören

- die stark frequentierten Geschäftsstraßen wie die Spitalerstraße, die mit mehr als 11 000 Passanten pro Stunde an Samstagen⁴⁴ zu den am stärksten frequentierten Straßen Deutschlands gehört, sowie die Mönckebergstraße, der Jungfernstieg und die Poststraße,
- das Passagenviertel mit einem sehr engmaschigen Wegenetz – teilweise in den Geschäftsstraßen und teilweise in den Passagen und Einkaufszentren,
- die Straße Neuer Wall mit zahlreichen Luxusanbietern, die sich verstärkt auch in den benachbarten Straßen, den Großen Bleichen und den Hohen Bleichen, finden,



Einzelhandelsgeschäfte am Neuen Wall.

⁴⁴ Comfort Hamburg GmbH, Research & Consulting, ermittelte an einem Samstag im Oktober 2013 in der Stunde mit den höchsten Werten eine Frequenz von 11 291 Personen an der Spitalerstraße in Höhe der damaligen HSH-Shopping-Passage; Quelle: Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2014): Handelskammer-City-Monitor, S. 25.

Abbildung 12: Branchenstruktur des Einzelhandels in der Hamburger Innenstadt 2010 und 2013

- die sogenannten 1b-Lagen wie die Colonnaden, das Nikolai-Quartier und das Quartier am Alstertor.

Die inhabergeführten Fachgeschäfte befinden sich vor allem in den 1b-Lagen und in einigen Passagen, vorzugsweise im Levantehaus und im Hanse-Viertel.

Von 2010 bis 2013 ist die Zahl der Einzelhandelsgeschäfte in der Innenstadt von 973 auf 1 017 gestiegen. Eine besondere Dynamik ist dabei vor allem bei den Sortimenten Bekleidung und Schuhen zu beobachten. Hier wuchs die Zahl der Geschäfte um sieben beziehungsweise neun Prozent auf 316 beziehungsweise 70.⁴⁵

⁴⁵ Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2014): Handelskammer-City-Monitor. Hamburger Innenstadt – Einzelhandelstandort Nr. 1 im Norden. Hamburg.

In zahlreichen Projekten entstehen derzeit weitere Flächen für den Einzelhandel. Dazu zählen mehrere Vorhaben im Kern der Innenstadt und im südlichen Überseequartier in der Hafencity (Kapitel 4.2.1).

Diese Projekte, die allesamt nennenswerte Handelsflächen umfassen, werden realisiert, während der Onlinehandel deutlich an Bedeutung gewinnt. So prognostiziert die GfK, dass der Anteil des Internethandels im Nonfood-Bereich von 15,3 (2014) auf 25,1 Prozent (2025) des Einzelhandelsumsatzes ansteigen wird. Im Bereich Fashion und Lifestyle, der in der Innenstadt dominiert, wird der Anteil des Onlinehandels von knapp 19 (2014) sogar auf 32,7 Prozent im Jahr 2025 geschätzt.⁴⁶

⁴⁶ Doplbauer, Gerold; GfK, Hrsg. (2015): Die Digitalisierung und ihr Einfluss auf den Handel. Hamburg.

Die kumulierten Effekte aufgrund der zu erwartenden Umsatzumverteilung durch das geplante südliche Überseequartier in der Hafencity und der Bedeutungsgewinn des Internethandels stellen für den stationären Einzelhandel und damit auch für die Handelslagen in der Kern-City eine besondere Herausforderung dar. Dies kommt in jüngster Zeit auch in der Hamburger City in sinkenden Einzelhandelsmieten zum Ausdruck.

Für die Attraktivität als Einzelhandelsstandort kommt es für die Zukunft vor allem darauf an, dass die Innenstadt ihren konkurrierenden Standorten immer einen Schritt voraus ist. Dies betrifft die Branchenvielfalt ebenso wie das spezifische Angebot – etwa das inhabergeführte Fachgeschäft oder den international bekannten Markenshop. Zugleich kommt es darauf an, die Chancen zu nutzen, die die Digitalisierung für den stationären Einzelhandel und für viele andere Wirtschaftszweige bietet (Kapitel 5.1).

Anders als in einem Einkaufszentrum können die Innenstadttakteure den Branchenmix nur begrenzt steuern. Es kommt daher darauf an, auch solchen Unternehmen, die nur geringere Mieten zahlen können, einen attraktiven Standort zu bieten.

Die Stadt und die Wirtschaft sind aufgefordert, verstärkt in die 1b-Lagen zu investieren und sie als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort weiterzuentwickeln. Gerade die inhabergeführten Geschäfte, die mit ihrer Individualität wesentlich zur Attraktivität der Innenstadt beitragen, sind auf diese Standorte angewiesen. Hier können sich auch neue innovative und inhabergeführte Geschäfte ansiedeln. Dazu gehört auch, dass die Stadt Hamburg in der Innenstadt ein feinmaschiges Wegenetz entwickelt, das die verschiedenen Quartiere miteinander verbindet (Kapitel 5.4).

POSITION

In die 1b-Lagen investieren

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, gemeinsam mit der Wirtschaft verstärkt in die 1b-Lagen zu investieren und sie als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandorte weiterzuentwickeln.

Um Flächen für innovative und inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte zu schaffen, sollte die Stadt Hamburg in einem Modellprojekt zudem einzelne Ladenflächen in öffentlichen Immobilien temporär zur Verfügung stellen. Sie könnten von Existenzgründern als Labor für neue Geschäfte genutzt werden. Die Stadt München praktiziert dies erfolgreich mit Ladenlokalen im Neuen Rathaus, die zur Weinstraße ausgerichtet sind. In Hamburg bieten sich hierfür beispielsweise die City-Hochhäuser bis zu deren Abriss an.

POSITION

Flächen für innovative und inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte

In einem Modellprojekt sollte die Stadt Hamburg Ladenflächen in öffentlichen Immobilien temporär zur Verfügung stellen, die von Existenzgründern als Labor für neue Geschäfte genutzt werden können. Dabei muss ein fairer Wettbewerb gewährleistet werden.

Einen städtebaulichen Rahmen für den Einzelhandel in Hamburg definieren

Angesichts des intensiver werdenden Wettbewerbs der Einzelhandelsstandorte in der Metropolregion Hamburg untereinander und mit den Angeboten des digitalen Handels kommt es heute mehr denn je darauf an,

dass neue Einzelhandelsangebote auf die zentralen Standorte, nämlich die Innenstadt sowie die Bezirks- und Stadtteilzentren, konzentriert werden. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten sollen grundsätzlich nur an gewachsenen, zentralen Standorten zugelassen werden. Um hierfür eine sichere Rechtsgrundlage zu schaffen, werden derzeit von den Bezirken Nahversorgungskonzepte erstellt und das Hamburger Zentrenkonzept überarbeitet.

Die zentralen Standorte generieren positive externe Effekte

- als soziale Orte, an denen Menschen einander treffen und zufällig begegnen können,
- als Anziehungspunkte für den Städtetourismus und
- als Orte, mit denen Menschen sich identifizieren.

Der Wettbewerb im Einzelhandel wird nicht eingeschränkt, sondern an den zentralen Standorten ausgetragen. Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, in der derzeit laufenden Überarbeitung des Zentrenkonzepts die Voraussetzungen hierfür zu schaffen.

POSITION

Den städtebaulichen Ordnungsrahmen für den Einzelhandel weiterentwickeln

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, die Innenstadt sowie die Bezirks- und Stadtteilzentren zu stärken. Hierzu gehört, dass neue Einzelhandelsangebote auf diese Standorte konzentriert werden. Dies muss im Zentrenkonzept, das derzeit überarbeitet wird, verankert werden.

4.2.3 Märkte – Raum für innovative Produkte schaffen

Die rund 80 Wochenmärkte in Hamburg sind schon heute wichtige Nahversorgungsanbieter. Hier werden Lebensmittel und Blumen aus der Region, zum Teil direkt vom Erzeuger, angeboten. Für viele Menschen sind Märkte wichtige Treffpunkte, die ein soziales Erlebnis bieten. Für kleinere Unternehmen, die ihre Produkte präsentieren und verkaufen möchten, sind Wochenmärkte nur mit geringen Einstiegsbarrieren verbunden.

Während die Wochenmärkte in vielen Bezirks- und Stadtteilzentren eine wichtige Funktion übernehmen, sind sie in der Innenstadt bisher kaum vertreten. Hier gibt es derzeit nur vier Wochenmärkte, die jeweils an einem Tag in der Woche geöffnet sind:

- auf dem Burchardplatz im Kontorhausviertel,
- auf dem Großneumarkt,
- auf dem Katharinenkirchhof und
- auf dem Überseeboulevard in der Hafencity.

Dabei könnten Wochenmärkte, vor allem mit einer hochwertigen und aufeinander abgestimmten Gestaltung der Marktstände, wesentlich zur Attraktivität der Innenstadt beitragen. Vorstellbar wäre ein Feierabendmarkt, der einmal in der Woche stattfinden könnte und so zu einem wiederkehrenden Event würde.

Hierfür bieten sich vor allem die B-Lagen der Innenstadt an, um hier die Frequenz zu erhöhen. Infrage kämen neben den vier schon bestehenden Wochenmarktstandorten

- die Fleetinsel,
- der Rödingsmarkt und
- der Mönkedamm.

Neben Lebensmittelmärkten sind auch Märkte vorstellbar, auf denen junge Designer ihre Produkte vorstellen. Diese sind zugleich eine Plattform, um in Kontakt mit anderen Unternehmen zu kommen und ein Netzwerk aufzubauen. Vor allem junge Unternehmen, die kein eigenes Ladengeschäft haben, könnten auf Märkten neue Ideen ausprobieren und ihre Produkte, auch außerhalb des Internets, präsentieren.

BEST PRACTICE

Pop-up Mall „Boxpark“ in London

Der Londoner Stadtteil Shoreditch wandelt sich vom Problemstandort zum Trendviertel mit einer vielfältigen Kunst-, Mode- und Kulturszene. Hier wurde 2011 ein innovatives Zwischennutzungskonzept realisiert. Im „Boxpark“ aus gestapelten Schiffscontainern findet man einen Mix aus bekannten, internationalen und britischen Modemarken sowie kleineren, unabhängigen Galerien und Designern auch aus dem Stadtteil, gekoppelt mit einem ansprechenden Gastronomieangebot. Kurze Vertragslaufzeiten, eine hohe Flexibilität und günstige Mieten sowie die Möglichkeit, seine Marke in einem innovativen Umfeld zu präsentieren, machen den Boxpark für den Handel attraktiv. Für Besucher und Kunden stellt der Boxpark eine willkommene Alternative zu den gewohnten Einzelhandelsstandorten in den Highstreets und Shopping-Centern dar.

Ein vergleichbares Konzept wurde 2014 im Einkaufszentrum „Bikini Berlin“ am Bahnhof Zoo eröffnet.

Eine besondere Attraktion wäre eine Markthalle, wie sie in jüngster Zeit in Kopenhagen und Rotterdam entstanden sind. In beiden Metropolen hat die Stadt die Schaffung der Markthallen aktiv unterstützt und so zu einem Erfolgsmodell gemacht.

BEST PRACTICE

Markthallen „Torvehallerne“ in Kopenhagen

Die Markthallen „Torvehallerne“ auf dem Israels Plads am Rande der Kopenhagener Innenstadt sind ein Nahversorger für die umliegenden Quartiere und ein wichtiger Anziehungspunkt für die Besucher der dänischen Hauptstadt.

Die Markthallen wurden 2011 eröffnet. Betreiber ist das börsennotierte Immobilienunternehmen Jeudan A/S, das das Areal für 50 Jahre von der Stadt Kopenhagen gemietet und sich verpflichtet hat, die Markthallen zu bauen und zu betreiben.

Ein besonderes Qualitätsmerkmal der Markthallen ist der Branchenmix; eine Warteliste von interessierten Markthändlern erlaubt es dem Betreiber, seine Vorstellungen zu realisieren. Derzeit sind dort rund 50 Mieter ansässig, die jeweils 12,5 oder 25 Quadratmeter große Marktstände mieten. In einer der beiden Hallen werden Fisch, Fleisch und Obst angeboten, in der anderen Brot, Schokolade, Kaffee und Blumen. Die Flächen vor und zwischen den Markthallen werden vorwiegend von Gastronomiebetrieben genutzt.

Die Markthallen sind an sieben Tagen in der Woche geöffnet (montags bis samstags ab 10 Uhr, sonntags ab 11 Uhr; am Abend schließen die Hallen zwischen 17 und 20 Uhr).

*Weitere Informationen:
www.torvehallernekbh.dk*

POSITION**Neue Märkte für neue Produkte**

Die Stadt ist aufgefordert, geeignete Flächen zu identifizieren und bereitzustellen, um neue Märkte in der Innenstadt zu etablieren. Dies würde die B-Lagen in der Innenstadt beleben und jungen Unternehmen Raum für ihre Produkte geben.

4.2.4 Das Überseequartier in der Hafencity zu einem integralen Bestandteil der Innenstadt entwickeln

Das Überseequartier soll zum wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Hafencity entwickelt werden. Während der nördliche Teil des Vorhabens schon 2010 größtenteils fertiggestellt war, befindet sich die Umsetzung des südlichen Teils nach mehreren Verzögerungen noch in der Planungsphase. Ende 2014 haben die Stadt Hamburg und das Unternehmen Unibail-Rodamco als neuer Investor für das südliche Überseequartier die Fertigstellung vertraglich vereinbart. Der größte Teil des südlichen Überseequartiers soll 2021 eröffnet werden.

Mit dem südlichen Überseequartier soll die Hamburger Innenstadt um weitere 68 000 Quadratmeter Verkaufsfläche erweitert werden, etwa doppelt so viel, wie in den früheren Planungen vorgesehen war. Damit stiege der im Vergleich zu anderen Metropolen niedrige Anteil der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt von 13 auf knapp 16 Prozent.

Zusätzlich sind Hotels mit etwa 800 Betten, ein 12 000 Quadratmeter großes Entertainment-Center, das unter anderem ein neues Großkino beherbergt, 8 000 Quadratmeter Gastronomie, 65 000 Quadratmeter Bürofläche sowie 500 neue Wohnungen geplant. Im Westen des Areals wird ein neues Kreuzfahrtterminal entstehen und das provisorische Cruise Center ersetzen.

Mit der angestrebten Multifunktionalität und seiner Größe wird das künftige Überseequartier eine neue Attraktion darstellen, die viele Besucher auch von außerhalb der Metropolregion nach Hamburg ziehen wird. Andererseits wird das Vorhaben ein neuer Wettbewerber für den Einzelhandel und andere Branchen im Kern der Innenstadt sein. Die Handelskammer hat daher die Unternehmen nach ihrer Position zu diesem Vorhaben befragt.

ERKLÄRT**Unternehmensbefragung zum Überseequartier in der Hafencity**

Um ein Stimmungsbild der Hamburger Wirtschaft zum südlichen Überseequartier zu erhalten, führte die Handelskammer 2016 eine Unternehmensbefragung durch, an der sich 915 Unternehmen beteiligten. Dazu wurden die in der gesamten Innenstadt ansässigen Unternehmen, das Handelskammer-Ehrenamt sowie die Mitglieder der Lenkungsausschüsse und die Aufgabenträger der BIDs in der Innenstadt befragt.

Die Attraktivität der Metropolregion Hamburg und der Hamburger Innenstadt kann mit dem Projekt als Einzelhandelsstandort weiter gesteigert werden. Insbesondere die Auswirkungen auf die Hamburger Innenstadt werden durch die Unternehmen jedoch sehr differenziert beurteilt, vornehmlich von den Einzelhändlern. So erwarten knapp 41 Prozent der Innenstadt-Händler negative Auswirkungen auf die eigene Geschäftstätigkeit durch das Überseequartier.

In den kommenden Jahren wird es vor allem darauf ankommen, das Überseequartier zu einem integralen Bestandteil der Innenstadt zu entwickeln und die Rahmenbedingungen hierzu zu schaffen. Dabei kommt es darauf an,

- dass die Verknüpfungen des südlichen Überseequartiers mit den benachbarten Quartieren der Hafencity so fußgängerfreundlich wie möglich gestaltet werden, um stark frequentierte öffentliche Räume zu schaffen;
- dass die wichtigsten fußläufigen Verbindungen zwischen den heutigen Hauptlagen des Einzelhandels in der Kern-City und der Hafencity durch eine attraktive Gestaltung und publikumsbezogene Nutzungen aufgewertet werden (Kapitel 5.4). Vorrangiges Ziel bleibt die qualitative Aufwertung der Wegeverbindungen, was ebenfalls im Hamburger Koalitionsvertrag von 2015 festgehalten ist;⁴⁷
- dass ein einheitliches Quartiersmanagement für das gesamte Überseequartier (nördlicher und südlicher Teil) eingerichtet wird;
- dass für die Unternehmen der gesamten Innenstadt einschließlich der Hafencity die gleichen Rahmenbedingungen gelten, insbesondere für die Ladenöffnungszeiten im Einzelhandel. Auch eine mögliche Bezeichnung des Überseequartiers als „Tourismusgebiet“ oder eine bauliche Verbindung mit dem benachbarten Kreuzfahrtterminal rechtfertigen keine längeren Ladenöffnungszeiten oder zusätzliche verkaufsoffene Sonntage; eine solche Privilegierung widerspräche dem Grundsatz gleicher Rahmenbedingungen.

POSITION

Verstärkte städtische Investitionen in die Innenstadt

Wenn die Innenstadt als Ganzes von der durch das Überseequartier ausgelösten Anziehungskraft profitieren soll, ist die Stadt Hamburg aufgefordert, verstärkt auch in den Kern der Innenstadt zu investieren. Weiterhin ist es notwendig, das südliche Überseequartier stärker mit den umliegenden Quartieren und mit der Kern-City zu verknüpfen.

POSITION

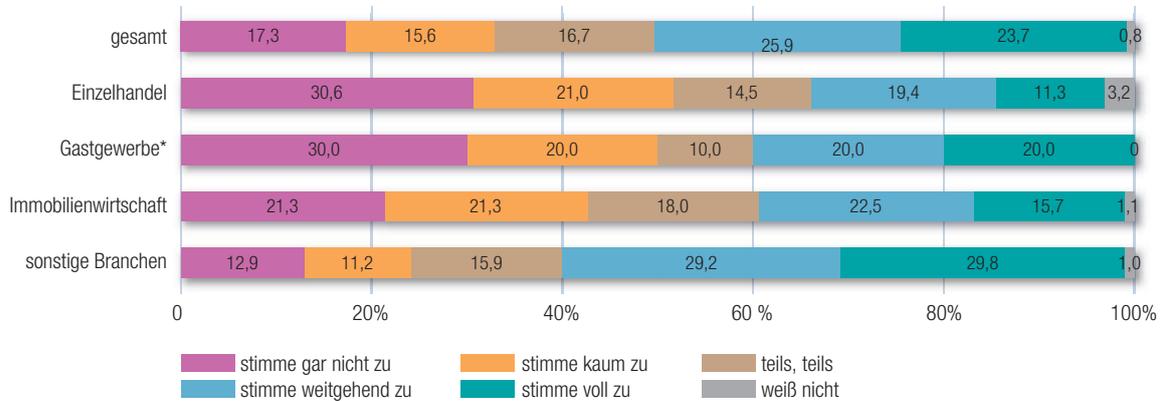
Gleiche Rahmenbedingungen für alle Unternehmen in der Innenstadt

Für alle Unternehmen müssen die gleichen Rahmenbedingungen gelten. Für den Einzelhandel in der gesamten Innenstadt müssen die gleichen Regelungen zu Ladenöffnungszeiten und verkaufsoffenen Sonntagen (derzeit vier pro Jahr) gelten. Auch eine bauliche Verbindung des Überseequartiers mit dem Kreuzfahrtterminal kann keine längeren Ladenöffnungszeiten und keine zusätzlichen verkaufsoffenen Sonntage für das Überseequartier rechtfertigen.

⁴⁷ Zusammen schaffen wir das moderne Hamburg. Koalitionsvertrag über die Zusammenarbeit in der 21. Legislaturperiode der Hamburgischen Bürgerschaft zwischen der SPD, Landesorganisation Hamburg, und Bündnis 90/Die Grünen, Landesverband Hamburg (2015), S. 58.

Abbildung 13: Ergebnisse der Unternehmensbefragung „Auswirkungen des geplanten Überseequartiers in der Hafencity“

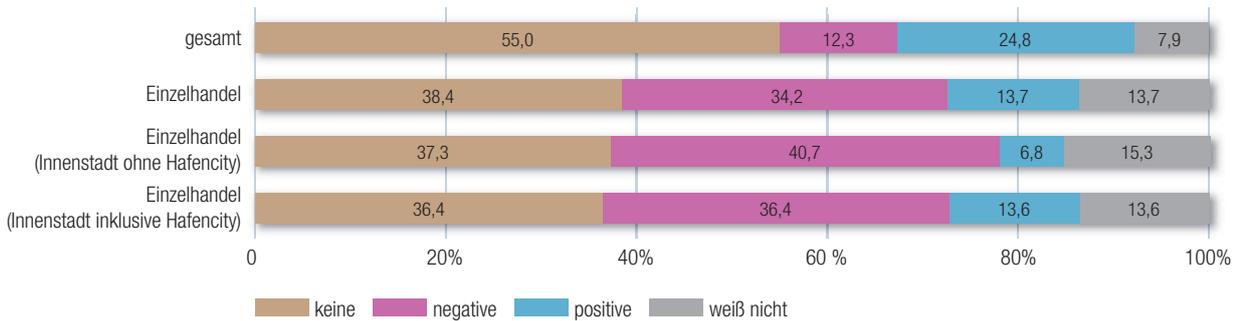
„Das geplante südliche Überseequartier in der Hafencity ist ein Gewinn für die Hamburger City“ – Antworten in Prozent



* < 30 Antworten

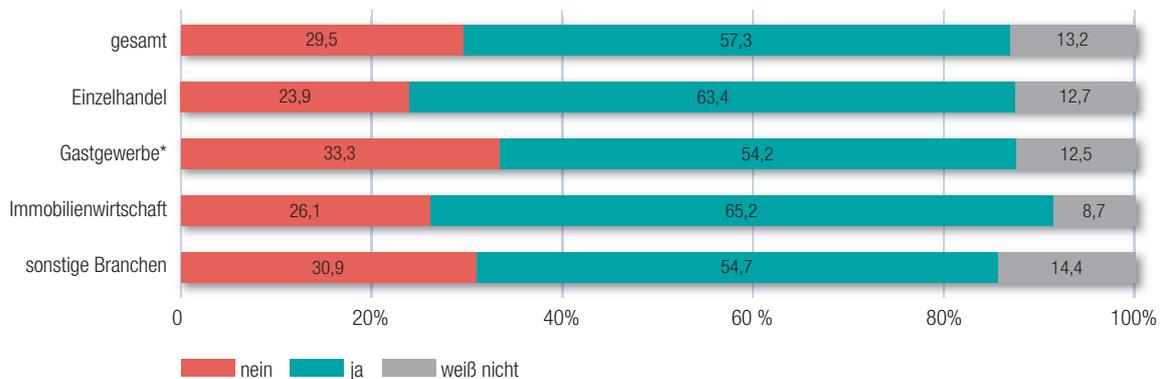
Quelle: Ergebnisse einer Unternehmensbefragung der Handelskammer Hamburg, Februar/März 2016; n=486

„Welche Auswirkungen erwarten Sie durch das südliche Überseequartier in der Hafencity auf die Geschäftstätigkeit Ihres Unternehmens?“ – Antworten in Prozent



Quelle: Ergebnisse einer Unternehmensbefragung der Handelskammer Hamburg, Februar/März 2016; n=547

„Halten Sie es für notwendig, dass die Stadt Hamburg im Zuge der Entwicklung des Überseequartiers Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung der gesamten Innenstadt ergreift?“ – Antworten in Prozent



* < 30 Antworten

Quelle: Ergebnisse einer Unternehmensbefragung der Handelskammer Hamburg, Februar/März 2016; n=520

© Handelskammer Hamburg 2016

4.2.5 Städtetourismus – Internationalität weiter ausbauen

Hamburg hat sich zu einer bedeutenden Destination des Städtetourismus entwickelt. Davon profitieren vor allem das Gastgewerbe und die Gastronomie, aber auch der Einzelhandel, die kulturellen Einrichtungen, die Freizeitwirtschaft, Gästeführer und das Verkehrsgewerbe.

Der Tourismus in Hamburg hat sich sehr positiv entwickelt. So stieg die Zahl der Übernachtungen von 2005 bis 2015 von 6,4 auf 12,6 Millionen. Das ist fast eine Verdoppelung. Für die Zukunft ist mit weiterem Wachstum zu rechnen; so wird die Zahl der Übernachtungen bis 2020, je nach Szenario, auf 13,5 bis 18,2 Millionen ansteigen.⁴⁸ Wesentliche Treiber sind die Eröffnung neuer Hotels und insbesondere der Elbphilharmonie 2017 sowie die feste Fehmarnbelt-Querung, die die Verbindung von Hamburg in die Öresundregion Kopenhagen/Malmö deutlich verbessern wird.

Hamburg gehört derzeit zu den elf beliebtesten Städtedestinationen in Europa. In Deutschland liegt Hamburg auf Platz drei hinter Berlin und München, aber vor Frankfurt.

Hinzu kommen die Tagesgäste; nach Angaben der Hamburg Tourismus GmbH aus dem Jahr 2013 sind dies 86,2 Millionen pro Jahr. Da rund 30 Prozent der Besucher aus Hamburg selbst kommen dürften, liegt die tatsächliche Zahl der Tagesgäste bei rund 55 Millionen.⁴⁹ Hier ist nur mit einem geringen Wachstum zu rechnen.

Hamburg wird vor allem von inländischen Touristen besucht, die rund 75 Prozent aller Übernachtungen ausmachen. Der Anteil der Übernachtungen durch

internationale Gäste an den gesamten Übernachtungszahlen konnte in den letzten zehn Jahren um rund fünf Prozent gesteigert werden. Das bedeutet in absoluten Zahlen mehr als eine Verdopplung der Übernachtungszahlen durch ausländische Gäste.

Die meisten internationalen Gäste kommen aus dem Nachbarland Dänemark (2015: 367 000), aus dem deutschsprachigen Ausland (Schweiz, Österreich) sowie aus Großbritannien und den Vereinigten Staaten.⁵⁰ Zu den Potenzialmärkten zählen China und die Vereinigten Arabischen Emirate. Vor allem der Shopping-Standort Hamburg, aber auch die exzellente Gesundheitsversorgung sind sehr beliebt bei diesen Zielgruppen. Mit dem Standpunkt „Die Welt zu Gast in Hamburg – Eine Zehn-Jahres-Strategie für den Hamburg-Tourismus“ hat die Handelskammer schon 2011 einen umfangreichen Katalog von Maßnahmen zur Steigerung der Internationalität des Hamburg-Tourismus vorgelegt.

Wachsende Übernachtungszahlen können, wie das Beispiel Berlin zeigt, Kritik bei der lokalen Bevölkerung auslösen. Um die Akzeptanz des Tourismus in Hamburg zu sichern, sind Maßnahmen erforderlich, die die Qualität der Reise nach Hamburg und die Lebensqualität der Hamburger gewährleisten. Dazu gehört insbesondere, dass die Tourismusströme entzerrt werden, indem auch Ziele außerhalb der bisherigen Hotspots verstärkt beworben werden.

Die Innenstadt als Ziel des Hamburg-Tourismus

Die Innenstadt gehört zu den wichtigsten Zielen vieler Hamburg-Besucher (Kapitel 4.3). Dies kommt unter anderem in den Routen der Sightseeing-Busse zum Ausdruck, die allesamt durch die Innenstadt führen. Wichtige Anziehungspunkte sind

⁴⁸ Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2011): Die Welt zu Gast in Hamburg – Eine Zehn-Jahres-Strategie für den Hamburg-Tourismus, Hamburg, S. 38, 41.

⁴⁹ Hamburg Tourismus GmbH, Hrsg. (2015): Wirtschaftsfaktor Tourismus. Hamburg und die Metropolregion, S. 6. Datengrundlage: dwif 2014.

⁵⁰ Hamburg Tourismus GmbH (2016): 14. Tourismusrekord in Folge: Hamburg wächst behutsam und setzt auf hohe Bürgerakzeptanz. Medieninformation vom 19. Februar 2016.

Abbildung 14: Entwicklung der Übernachtungen in Hamburg 2005 bis 2015

- das Rathaus und die Binnenalster,
- die Geschäftsstraßen und Passagen,
- die Speicherstadt und die Hafencity,
- die kulturellen Einrichtungen wie die Hamburgische Staatsoper, das Thalia-Theater, die Kunsthalle sowie andere große Museen und
- saisonale Ereignisse wie Sportveranstaltungen, Weihnachtsmärkte und -paraden.

Maritimes Flair, Bühne für „Sehen und Gesehenwerden“

Eine besondere Qualität, die Hamburg von vielen anderen europäischen Metropolen unterscheidet, ist das maritime Flair mit vielen Wasserlagen an der Alster, an den Fleeten und an der Norderelbe. Auch die Hamburger präsentieren ihren Besuchern gern diese besondere Qualität ihrer Stadt.

Abbildung 15: Die Top-20-Städte destinationen in Europa

Eine Bühne für das „Sehen und Gesehenwerden“ sind vor allem die Quartiere rund um die Binnenalster mit hochwertigen Einzelhandelsangeboten, darunter viele Luxuslabels, mit einer anspruchsvollen Gastronomie und modern gestalteten Straßen wie dem Jungfernstieg, dem Neuen Wall und dem Passagerviertel.

Hamburgs Visitenkarte ist sein Image als saubere und sichere Stadt. Dies gilt es zu erhalten, wenn der Rang als Städtedestination weiter ausgebaut werden soll. Hierzu gehört es auch, eine Lösung für das aktuell vermehrt auftretende Problem des aggressiven Bettelns zu finden (Kapitel 4.5.7)

Kreuzfahrttouristen – Chance vor allem für die Hafencity

Der Kreuzfahrttourismus in Hamburg hat sich sehr dynamisch entwickelt und es ist mit einem weiteren Wachstum zu rechnen.

Nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner wird die Zahl der Kreuzfahrttouristen in Hamburg von derzeit 677 300 (2015) auf rund 1,15 Millionen 2025 ansteigen. Davon werden rund 30 Prozent über das Terminal in der Hafencity abgewickelt werden (etwa 350 000), während die anderen die Terminals in Altona und Steinwerder ansteuern werden. Unsere Handelskammer hat für das Jahr 2013 eine Wertschöpfung von über 270 Millionen Euro durch den Kreuzfahrttourismus ermittelt. Die Kreuzschifffahrt gewinnt somit auch als Wirtschaftsfaktor in Hamburg zunehmend an Bedeutung.⁵¹

Für die Besucherfrequenz in der Hafencity sind die Kreuzfahrttouristen von Bedeutung; unter der Annahme, dass 80 Prozent an Freitagen, Samstagen und Sonntagen innerhalb von fünf Monaten im Sommerhalbjahr kommen, also an 60 Tagen, sind das an

diesen Tagen rund 4 600 Kreuzfahrttouristen (2025).⁵² Neben den Passagieren tragen auch die Besatzungen der Kreuzfahrtschiffe und sogenannte Ship Spotter zur Wertschöpfung bei, die unter anderem von der Hafencity aus das Ein- und Auslaufen der Kreuzfahrtschiffe beobachten. Dies zeigt, dass die positiven Wirkungen auf die City-Wirtschaft nicht unterschätzt werden sollten.

Hamburg ist größtenteils ein Turnaround-Hafen für Kreuzfahrtschiffe. Rund 95 Prozent der Kreuzfahrten beginnen oder enden in Hamburg. Nur etwa fünf Prozent legen einen Zwischenstopp in Hamburg ein.

Pauschalangebote können die Touristen veranlassen, vor oder nach der Kreuzfahrt mehrere Tage in Hamburg zu verbringen. Somit würde das Potenzial der Kreuzfahrttouristen für den Hamburg-Tourismus und insbesondere die Innenstadt besser genutzt werden. Aber auch die hohe Anzahl der Crewmitglieder auf einem Kreuzfahrtschiff sind potenzielle Kunden für die Angebote in der Innenstadt. Die Hamburg-Tourismus GmbH ist hierbei eine entscheidende Schnittstelle, die Gesamtpakete für einen vor- oder nachgelagerten Hamburg-Aufenthalt entwickeln und aktiv vermarkten sollte. Für die Umsetzung ist auch ein entsprechender Wille vonseiten der Kreuzfahrtreedereien notwendig.

POSITION

Gesamtpakete für eine Kreuzfahrt und für einen Hamburg-Aufenthalt vermarkten

Die Hamburg Tourismus GmbH ist aufgefordert, gemeinsam mit den Reedereien attraktive Gesamtpakete für eine Kreuzfahrt und für einen vor- oder nachgelagerten Hamburg-Aufenthalt zu entwickeln und zu vermarkten.

⁵¹ www.hk24.de/produktmarken/branchen/tourismus/themen/Kreuzschifffahrt/1151486 (aufgerufen am 20. September 2016).

⁵² Die Annahmen basieren auf den Prognosen von Dr. Lademann & Partner GmbH (2015): Tourismusstudie Überseequartier Hafencity, Hamburg, im Auftrag der Unibail-Rodamco Germany GmbH, S. 33, 35.

4.2.6 Hotels und Gastronomie – mehr Leben in den Abendstunden schaffen

Mit mehr als 90 Hotels ist die Innenstadt ein wichtiger Hotelstandort. Hier sind gerade in jüngster Zeit neue Häuser der 3- und 4-Sterne-Kategorie eröffnet worden; weitere werden in den nächsten Jahren folgen.

Ein wichtiger Faktor für eine lebendige Innenstadt – vor allem in den Abendstunden – ist die Gastronomie. Die meisten der knapp 400 Betriebe – für jeden Geldbeutel und Geschmack von Eiscremekunst über Currywurst bis zum gehobenen Restaurant befinden sich in den 2a/2b-Lagen der Innenstadt, in der Hafencity sowie in den Einkaufszentren und Passagen.⁵³ In den stark durch Büros geprägten Quartieren der Innenstadt gibt es zudem viele Mittagstisch-Angebote.

Weitere gastronomische Angebote hätten eine hohe Anziehungskraft für Touristen, Besucher und Bewohner und könnten zu einer lebendigen 24-Stunden-Stadt beitragen. Die geringe Zahl von Wohnungen in der Altstadt ist ein Standortvorteil für die Gastronomie, da die gegenseitige Störung sehr gering wäre. Auch neue Wohnungen stehen dem nicht grundsätzlich entgegen. Großes Potenzial bieten

- das Rathausviertel zwischen Großer Johannisstraße und Altem Fischmarkt,
- das Kontorhausviertel,
- das Umfeld der Europa-Passage,

wo bereits einige stark nachgefragte Gastronomiebetriebe sind. Aber auch Feierabendmärkte (Kapitel 4.2.3) könnten die Innenstadt vor allem in den Abendstunden deutlich beleben.

⁵³ Der Handelskammer-City-Monitor ermittelte für 2013 insgesamt 382 gastronomische Betriebe in der Innenstadt.

Einen neuen Gastronomie-Schwerpunkt in der Innenstadt schaffen

Am Großneumarkt, im Portugiesen- und im Schanzenviertel haben sich Gastronomie-Schwerpunkte herausgebildet; diese Orte haben sich als Treffpunkte („Wir treffen uns heute Abend am ...“) etabliert. Vergleichbare Gastronomie-Schwerpunkte gibt es im Kern der Innenstadt bisher nicht.

Wir regen an, dass der Perspektivkreis Innenstadt (Kapitel 5.5) einen Platz vorschlägt, der sich für einen Gastronomie-Schwerpunkt eignet. Er wird einen Ad-hoc-Arbeitskreis gründen, der prüft, ob der Platz hierfür tatsächlich geeignet ist. Hier sollten die Grundeigentümer, die ansässigen Unternehmen und die Stadt Hamburg intensiv eingebunden werden. Der Arbeitskreis prüft insbesondere, ob

- geeignete Ladenlokale und
- Flächen für Außengastronomie

vorhanden sind; in Betracht kommen vor allem Plätze in der Nähe von stark frequentierten Geschäftsstraßen, unter anderem der Gertrudikirchhof und der Burckhardplatz. Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, auf der Basis der Empfehlungen des Arbeitskreises die Genehmigungen für Außengastronomie zu erteilen.

POSITION

Einen Gastronomie-Schwerpunkt in der Innenstadt schaffen

Ein Platz in der Innenstadt, der sich für einen Gastronomie-Schwerpunkt eignet, sollte ausgewählt und auf die Rahmenbedingungen im Detail untersucht werden. Die Innenstadt-Allianz 2021 könnte diese Aufgabe übernehmen (siehe Kapitel 5.5). Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, auf der Basis dieser Empfehlungen die Genehmigungen für Außengastronomie zu erteilen.

4.2.7 Kultur – die Innenstadt als Standort weiter stärken

In der Innenstadt und in deren unmittelbarer Nähe befinden sich die meisten großen und besucherstarken Museen, darunter die Kunsthalle, das Museum für Kunst und Gewerbe sowie das Hamburg-Museum. Weitere vorwiegend kleinere Museen befinden sich in der Hafencity und in der Speicherstadt.

Mit dem Thalia-Theater und dem Deutschen Schauspielhaus, der Hamburgischen Staatsoper sowie der Laeiszhalle befinden sich vier der insgesamt acht größeren Theater und Konzertsäle, die jeweils mit mehr als 500 Plätze zählen, in der Innenstadt oder in deren unmittelbarer Nähe. 2017 kommt die Elbphilharmonie mit 2 100 Plätzen hinzu. Diese Häuser bieten fast täglich eine Theater- oder Opernaufführung oder ein Konzert. Sie sind zugleich Schauplatz wichtiger Kulturveranstaltungen wie der Lessingtage im Thalia-Theater. Diese vier innerstädtischen beziehungsweise innenstadtnahen Einrichtungen befinden sich allesamt in öffentlicher Trägerschaft.

Fünf Kunsthäuser im Zentrum Hamburgs haben sich in der Initiative „Kunstmeile Hamburg“ zusammengeschlossen, die Kunsthalle, das Bucerius-Kunstforum, die Deichtorhallen, der Kunstverein und das Museum für Kunst und Gewerbe. Sie betreiben die gemeinsame Internetseite www.kunstmeile-hamburg.de.

Es gehört zur Tradition des bürgerschaftlichen Engagements in Hamburg, dass die kulturellen Einrichtungen nicht nur von der Stadt, sondern auch von Vereinen finanziert werden. Herausragende Beispiele für das Mäzenatentum sind

- der Förderverein „Freunde der Kunsthalle e. V.“, der immer wieder Ankäufe, Publikationen und Ausstellungen mitfinanziert.
- das Bucerius-Kunstforum am Rathausmarkt (2002), das immer wieder herausragende Ausstellungen organisiert; es wird überwiegend aus den Erträgen

der ZEIT-Stiftung Ebelin und Gerd Bucerius finanziert,

- das Hubertus-Wald-Forum in der Kunsthalle (2004/2005),
- die von der ECE finanzierte Neugestaltung des Eingangsbereichs der Kunsthalle (2015/2016) sowie der kostenlose Zugang ins Museum im Mai 2016.

Die privat betriebenen Galerien in der Innenstadt ziehen ein kunstinteressiertes Publikum in die City; auch ihre Ausstellungen sind häufig Anlass für einen Besuch in Hamburg. Wichtige Standorte für Galerien sind das Quartier rund um die Fleetinsel und das Kontorhausviertel.

Tabelle 8: Besucherzahlen der Museen und Theater in der Innenstadt (2013)

Theater	
Hamburgische Staatsoper	347 747
Deutsches Schauspielhaus	88 523
Thalia-Theater	264 795
Laeiszhalle*	50 813
Privattheater**	672 457
Museen	
Kunsthalle	382 161
Museum für Kunst und Gewerbe	251 354
Hamburg Museum	122 298
Deichtorhallen	180 699
Stiftung historische Museen**	327 987
Staatliche Museen**	1 276 669

* Eigenveranstaltungen „Elbphilharmonie-Konzerte“ in der Laeiszhalle und anderen Spielorten in der Stadt.

** Gesamtes Hamburger Stadtgebiet, Quelle: Haushaltsplan – Freie und Hansestadt Hamburg 2015/2016 (Einzelplan 3.3 Kulturbehörde)

Eine weitere Attraktion für Tagesbesucher und Touristen sowie für Hamburger ist das Angebot an Musicals, die teilweise in unmittelbarer Nähe zur Innenstadt liegen. Die Besucher des erfolgreichsten Musicals „König der Löwen“ und „Das Wunder von Bern“ werden über die Landungsbrücken nach Steinwerder befördert. Aber auch die Reeperbahn mit Musicals wie die „Heiße Ecke“ liegt nicht weit von der Innenstadt entfernt.

Wichtige Anziehungspunkte sind auch die Kinos – das Cinemaxx am Dammtor, das Metropolis- und das Passage-Kino – die neben den deutschlandweit laufenden Filmen auch viele spezielle Veranstaltungen wie das Filmfest Hamburg bieten.



Das Binnenalster-Filmfest 2016.

BEST PRACTICE

Binnenalster-Filmfest

Jedes Jahr im September findet am Jungfernstieg das Binnenalster-Filmfest statt. Ausrichter sind das Filmfest Hamburg, das Citymanagement Hamburg und der Verein Lebendiger Jungfernstieg e. V. Von den Stufen des Jungfernstiegs können die Besucher an mehreren Abenden ab 20.30 Uhr das Open-Air-Kino auf einer Leinwand verfolgen, die 30 Meter entfernt auf der Alster installiert ist. 2014 stand das Binnenalster-Filmfest unter dem Motto „Deutsche Geschichte“, 2016 bildete die Übertragung der Mozart-Oper „Zauberflöte“ den Höhepunkt. In diesem Jahr zog das Filmfest insgesamt rund 8 500 Besucher an den Jungfernstieg.

Für alle kulturellen Angebote gilt, dass sie viele Menschen anziehen, die ihren Besuch häufig auch mit anderen Aktivitäten in der Innenstadt verbinden.

POSITION

Kultur fördern

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, ein vielfältiges kulturelles Angebot in der Stadt und insbesondere in der Hamburger Innenstadt zu fördern und zugleich für gute Rahmenbedingungen für das bürgerschaftliche Engagement zu sorgen.

4.2.8 Erlebnis und Freizeit – die Anziehungskraft der Innenstadt nutzen

Die Freizeitwirtschaft bietet Angebote, die auf ein unmittelbares Erlebnis Hamburgs zielen. In der Innenstadt gehören hierzu vor allem Rundfahrten mit dem Bus, mit der Barkasse oder mit dem Fahrgastschiff sowie Rundgänge mit professionellen Gästeführern. Hier können die Hamburger und die Städtetouristen die Innenstadt zu Lande und zu Wasser erleben.

In Ausstellungen und in Einrichtungen wie dem Bucerius-Kunstforum, dem Miniatur-Wunderland, dem Prototyp Automuseum, beim Dialog im Dunkeln oder im Hamburg Dungeon werden Themenwelten erlebbar. Eine besondere Anziehungskraft besitzt das Miniatur-Wunderland, das jährlich rund 1,2 Millionen Besucher

Abbildung 16: Touristische Ziele und Infrastruktur der Hamburger Innenstadt



Legende

Top-Sehenswürdigkeit in mindestens 3 von 4 Reiseführern: ① Kunsthalle ② St. Michaelis ③ Speicherstadt

Top-Sehenswürdigkeit in mindestens 2 von 4 Reiseführern: ④ Alster ⑤ Bucerius Kunst Forum ⑥ Große Neumarkt ⑦ Rathaus ⑧ Chilehaus
⑨ Hafencity Info Center ⑩ Speicherstadtmuseum ⑪ Hafencity

Kulturelle Einrichtungen:

△ Theater/Konzerthallen ▲ im Bau □ Museen/Galerien H Hotels

Linien und Haltestellen der Sightseeing-Busse:

— Routen mit mehreren Buslinien — Routen mit einer Buslinie ⊕ Haltestelle

Einzelhandelsgeschäfte und andere publikumsbezogene Nutzungen (Kernbereich) ■■■■

Quellen: Baedeker Hamburg (2016), DK Vis-à-Vis (2015/2016), Lonely Planet (2013), Merian live! (2015);
www.die-roten-doppeldecker.de; www.stadtrundfahrhamburg.de; www.hamburg-city-tour.eu;
www.hamburg-citytours.de; Abruf: 14. Mai 2014; Recherche der Handelskammer Hamburg

© Handelskammer Hamburg 2016



Weihnachtsbeleuchtung im BID Passagenviertel.

und damit so viele wie die staatlichen Museen in Hamburg zusammen zählt.

Kennzeichnend für die Freizeitwirtschaft in Hamburg ist ihre mittelständische Struktur; multinationale Konzerne sind hier kaum vertreten.

Auch die Freizeiteinrichtungen könnten von einer verbesserten Verknüpfung der Innenstadt profitieren. Mithilfe des Tourismusmarketings gilt es, die kurzen Distanzen zwischen den Einrichtungen aufzuzeigen und die attraktive Vielfalt der Freizeitwirtschaft in den Köpfen der Besucher zu verankern.

Vorstellbar wäre die Erarbeitung einer erweiterten digitalen und analogen „City Map“, die die Sehenswürdigkeiten in der Innenstadt aufzeigt und „Routen der Freizeitwirtschaft“ vorschlägt (Kapitel 5.1).

BEST PRACTICE

Weihnachtliches Hamburg

2015 hat die Hamburg Tourismus GmbH eine optisch ansprechende Übersicht zu Hamburgs Weihnachtsmärkten erstellt. Diese hat die Märkte als Einheit vermarktet und somit eine gedankliche Verbindung zwischen den Innenstadtquartieren, St. Georg und den Bezirkszentren von Harburg und Wandsbek hergestellt.

Die Hamburg Tourismus GmbH hat außerdem eine eigene kostenfreie App entwickelt, die jeweils standortgenau auf Attraktionen im näheren Umkreis hinweist.

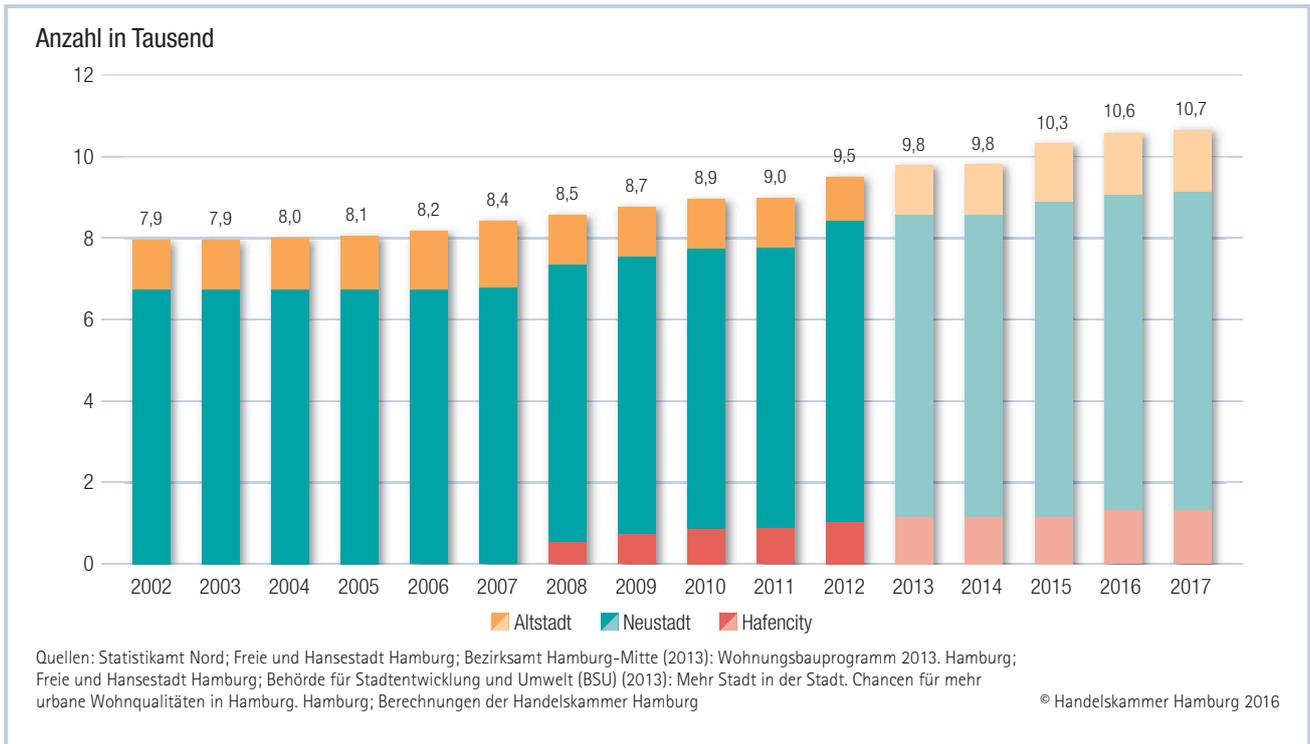
4.2.9 Wohnen – mehr Wohnraum in der Innenstadt schaffen

Das Wohnen ist ein wichtiger Baustein einer urbanen Innenstadt. Die Bewohner halten sich auch am Abend hier auf. Sie bevölkern die Straßen, und schon durch das Licht in den Fenstern beleben sie das Straßenbild. Als regelmäßige Nachfrager sorgen die Bewohner für ein gutes Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot im Quartier.

Das vielfältige Angebot sowie die gute Erreichbarkeit und die Nähe zum Arbeitsplatz sind für viele Menschen ein wichtiger Grund, in die Innenstadt zu ziehen. Andererseits kann es bei der Außengastronomie zu Konflikten mit den Bewohnern kommen.

Bisher gibt es in der Innenstadt etwa 10 000 Wohnungen. Nur die südliche Neustadt sowie Teile des Katharinviertels und der Cremoninsel haben den Charakter von Wohnquartieren. Einzelne Wohngebäude gibt es im Kontorhausviertel.

Seit einigen Jahren werden auch in der Innenstadt vermehrt neue Wohnungen gebaut. So umfassen viele neue Projektentwicklungen nicht nur Handels- und

Abbildung 17: Entwicklung des Wohnungsbestands in der Hamburger Innenstadt seit 2002 und Prognose bis 2017**Tabelle 9: Rahmendaten des Wohnungsmarkts in der Hamburger Innenstadt (2014)**

	Bevölkerung	Wohnungen	Sozialwohnungen	Durchschnittliche Wohnungsgröße (m ²)
Altstadt	1 793	1 157	214	71,1
Neustadt	12 372	7 273	1 550	62,4
Hafencity	2 093	1 105	9	94,7
Innenstadt	16 258	9 535	1 773	k. A.

Quelle: Stadtteil-Profile des Statistikamts Nord 2015

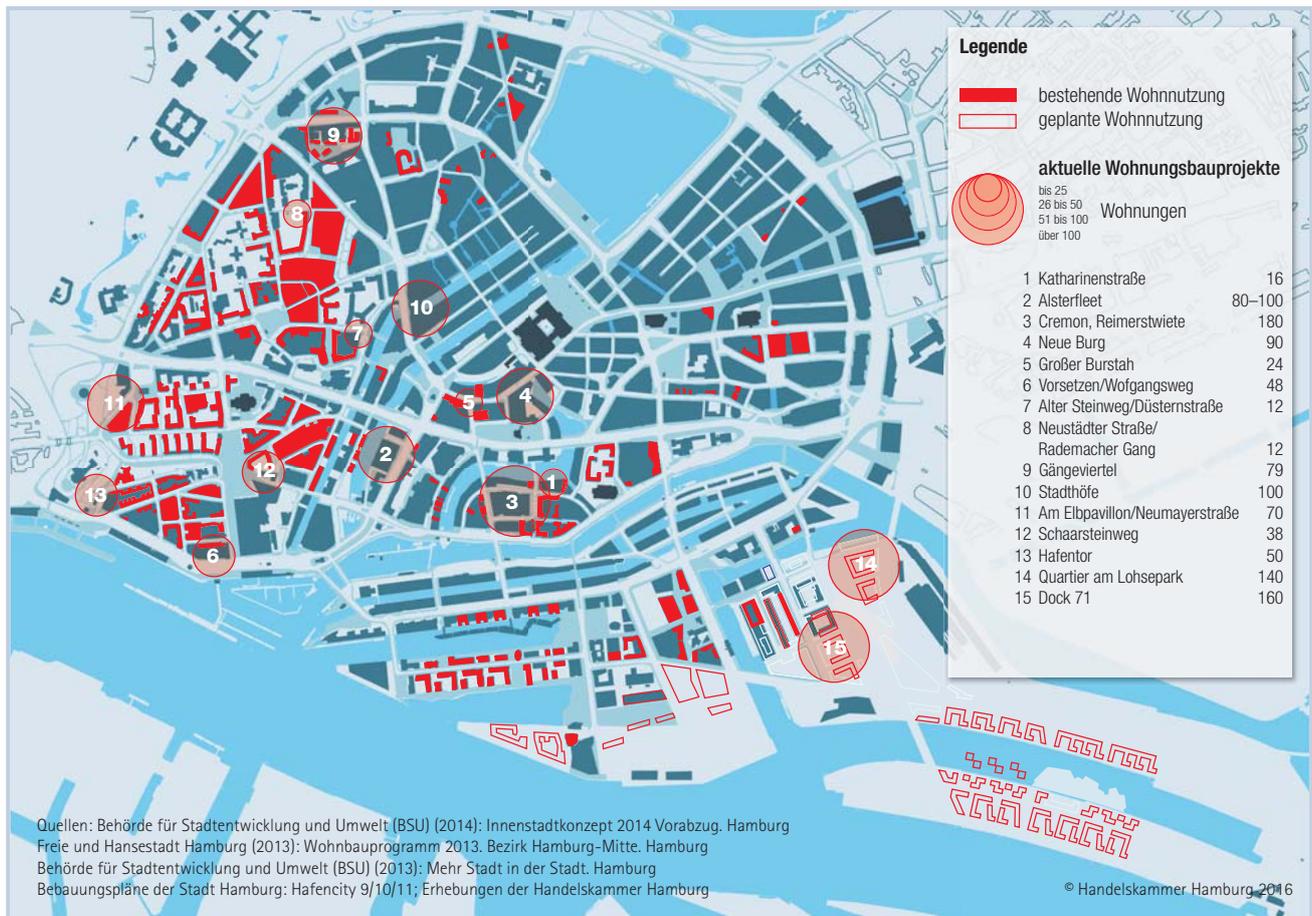
Büroflächen, sondern auch neue Wohnungen; hinzu kommen Wohnhäuser wie zum Beispiel auf der Cremoninsel. Als sehr vorteilhaft erweist sich das seit 2011 gültige Planrecht für die „Kerngebiete“ in der Innenstadt, das auch Wohnungen zulässt; das war zuvor ausgeschlossen.

So steigt denn auch seit 2008 die Zahl der Wohnungen merklich an, vor allem aufgrund der Neubauten in der Hafencity, wo allein über 1 100 Wohnungen gebaut

wurden. Insgesamt stieg die Zahl der Wohnungen in der Hamburger Innenstadt von 2002 bis 2012 um 20 Prozent. Das Wohnungsbauprogramm 2013 des Senats rechnet bis 2017 mit einem weiteren Anstieg um rund 13 Prozent auf insgesamt rund 10 700 Wohnungen.⁵⁴

⁵⁴ In der Prognose sind aktuelle Wohnbauprojekte des Wohnungsbauprogramms 2013 des Bezirks Hamburg-Mitte und der Positionsbestimmung „Mehr Stadt in der Stadt“ (2013) der Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt berücksichtigt.

Abbildung 18: Wohnen in der Hamburger Innenstadt



Aktuell wohnen in der Innenstadt 16 258 Menschen, davon mehr als drei Viertel in der Neustadt. Die Hafencity hat mit 2 093 Einwohnern inzwischen als Wohnstandort eine größere Bedeutung als der Stadtteil Hamburg-Altstadt. Aber auch in der Altstadt, vor allem südlich der Willy-Brandt-Straße, entstehen derzeit neue Wohnungen; Schwerpunkte sind die Cremoninsel und das Kontorhausviertel.

In der Hafencity konzentriert sich die Wohnungsbau-tätigkeit derzeit auf das Quartier am Lohsepark. In den Bebauungsplänen zur Hafencity sind noch weitere Wohnnutzungen vorgesehen, vor allem im östlichen Teil der Hafencity.

POSITION

Neue Wohnungen in der Innenstadt schaffen

Neue Wohnungen tragen wesentlich zur Belegung der Innenstadt bei. Die Stadt sollte daher bei Neubauten und bei der umfassenden Erneuerung von Gebäuden die Möglichkeit eröffnen, neuen Wohnraum zu schaffen. Dies kann beispielsweise durch Befreiungen von den Festsetzungen des Bebauungsplans erfolgen. Bei der Entwicklung von Quartieren sollte die Stadt einen geeigneten Anteil an Wohnflächen an der gesamten Geschossfläche definieren.

4.3 Internationales und überregionales Marketing für die Innenstadt ausbauen

Zu einer wirtschaftlich erfolgreichen Stadt gehört ein internationales und überregionales Marketing, das die Stärken und Attraktionen kommuniziert.

Derzeit wird das Marketing für Hamburg und die Metropolregion für nationale und internationale Märkte betrieben von

- der Hamburg Marketing GmbH, die die Marke Hamburg entwickelt, kommuniziert und steuert,⁵⁵
- der Hamburg Tourismus GmbH,
- der Hamburg Convention Büro GmbH, die national und international Werbung für Messen, Kongresse und andere Veranstaltungen in Hamburg betreibt,
- weiteren städtischen Unternehmen wie der Hamburg Messe und Congress GmbH und dem Flughafen Hamburg.

Die Hamburg Tourismus GmbH kommuniziert auf ihrer Internetseite das für die Innenstadt relevante Thema Einkaufen in einer Rubrik Shopping, sie bietet dort verschiedene Touren wie Shopping Highlights, Hamburger Läden, Luxus-Shoppen, fair shoppen und Szene-Shopping. Ebenso gibt es auf hamburg.de und auf der englischsprachigen Seite hamburg.com eine Rubrik Shopping, auf der die Einkaufsstraßen der Innenstadt vorgestellt werden. Die Hamburg Marketing GmbH kommuniziert dieses Thema zudem über die Hamburg-App.

Neben den städtischen Unternehmen vermarkten auch private Initiativen die Innenstadt oder einzelne Quartiere:

- das Citymanagement Hamburg, das die Innenstadt bewirbt und sich auf das Thema Shopping fokussiert,
- die Interessengemeinschaften der Gewerbetreibenden,
- die Business Improvement Districts (BIDs; Kapitel 4.5.6).

Zu den zehn Erfolgsbausteinen der Marke Hamburg gehört die „Shopping-Metropole“.⁵⁶ Sie sind das Ergebnis der Studie „Das Erfolgsmuster der Marke Hamburg“, der sogenannten Brandmeyer-Studie.⁵⁷ Das vielfältige Einzelhandelsangebot der Innenstadt und der „Szeneviertel“ ist gerade für Besucher aus Norddeutschland und Skandinavien ein wichtiger Anlass, nach Hamburg zu reisen.

Mit dem Überseequartier in der Hafencity wird die Innenstadt noch weiter an Attraktivität als Einkaufsstandort gewinnen (Kapitel 4.2.4). Das Hamburg-Marketing sollte die bevorstehende Eröffnung dieses Einkaufsquartiers zum Anlass nehmen, schon jetzt verstärkt auf die vielfältigen Shopping-Angebote in Hamburg aufmerksam zu machen. Dabei sollten, ähnlich wie im Programm „Going local“ in Berlin,

- die Hamburger Innenstadt,⁵⁸
- die Bezirks- und Stadtteilzentren wie Altona oder Bergedorf,
- die „Szeneviertel“ wie St. Georg, das Schanzen- und das Karolinenviertel

national und international beworben werden. Ein stärkerer Fokus auf das Thema Shopping käme neben dem Einzelhandel auch Cafés und Restaurants, Theatern

⁵⁵ Anteilseigner der Hamburg Marketing GmbH sind die Freie und Hansestadt Hamburg (75,5 %), die Handelskammer Hamburg (15 %) und die 19 Kreise der Metropolregion Hamburg (je 0,5 %). Mitteilung des Senats an die Bürgerschaft, Bürgerschafts-Drucksache Drucksache 20/6987 vom 19. Februar 2013.

⁵⁶ <https://marketing.hamburg.de/die-marke-hamburg.html> (abgerufen am 3. März 2016).

⁵⁷ Brandmeyer Markenberatung (2015): Markenanalyse 2015: Das Erfolgsmuster der Marke Hamburg.

⁵⁸ Die Berlin Tourismus & Kongress GmbH bietet eine App „Going local Berlin“ mit Reisetipps, Veranstaltungen und Restaurant-Empfehlungen in allen zwölf Berliner Bezirken an; <http://www.visitberlin.de/de/artikel/going-local-berlin> (abgerufen am 15. Juni 2016).

und Kinos, vielen Dienstleistern, den Unternehmen des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) und Taxiunternehmen sowie den Betreibern der Parkhäuser zugute.

Beim Marketing für die Shopping-Metropole Hamburg kommt es vor allem auf ein „Storytelling“ an, bei dem beispielsweise die Inhaber von Fachgeschäften oder deren Kunden vorgestellt werden. In einem regelmäßigen Austausch zwischen der Hamburg Marketing GmbH, der Hamburg Tourismus GmbH, dem Citymanagement und Interessengemeinschaften sowie der Handelskammer sollte definiert werden,

- auf welche Zielgruppen (auch aus der Metropolregion Hamburg),
- in welchen Sprachen und
- auf welchen Kanälen – online und offline –

sich die Marketingaktivitäten konzentrieren sollten, um möglichst gute Effekte zu erzielen.

BEST PRACTICE

VisitCopenhagen.com

VisitCopenhagen.com ist der offizielle Internetauftritt für Touristen der Hauptstadtregion Kopenhagen und wird durch die Organisation Wonderful Copenhagen verwaltet.

Mit einem klar strukturierten und übersichtlichen Auftritt bietet die Seite einen leichten Einstieg für Besucher. Die Unterteilung erfolgt nach den Themen Erleben, Essen und Trinken, Shopping, Quartiere, Planung des Aufenthalts. Die Rubrik Shopping bietet die Möglichkeit, das Einzelhandelsangebot nach Sortimenten zu durchstöbern. Daneben ist das vielfältige Angebot aus Shoppen, Gastronomie und Sehenswürdigkeiten auch für jedes einzelne Quartier einzusehen.

POSITION

Marketing für die Shopping-Metropole Hamburg intensivieren

Das Hamburg-Marketing sollte auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene verstärkt auf die vielfältigen Shopping-Angebote in der Hamburger Innenstadt und in den Szenevierteln aufmerksam zu machen.

4.4 Erreichbarkeit und Orientierung – die Basis für eine vielfältige Innenstadt verbessern

Eine gute Erreichbarkeit ist eine grundlegende Voraussetzung für eine attraktive und vielfältige Innenstadt. Gerade die vielen ungewöhnlichen Angebote im Einzelhandel, in der Dienstleistungswirtschaft sowie bei kulturellen Einrichtungen erfordern eine große Zahl von Nachfragern, die nur in die Innenstadt kommen, wenn sie bequem erreichbar ist. Daneben muss sie auch für die Lieferanten, Dienstleister und Handwerker gut erreichbar sein.

Dabei muss die Verkehrspolitik sowohl die steigende Nachfrage nach Mobilitätsleistungen als auch die höheren Erwartungen der Menschen an die Umweltverträglichkeit des Verkehrs berücksichtigen.⁵⁹

Die größte Zahl der Besucher kommt mit öffentlichen Verkehrsmitteln in die Innenstadt. Nach der jüngsten Untersuchung „Vitale Innenstädte“ des Instituts für Handelsforschung kommen 56 Prozent mit der Bahn und 10 Prozent mit dem Bus in die City. Die Basis hierfür sind das Netz der Bahn- und Buslinien, die auf die Innenstadt ausgerichtet sind, und die dichte Abfolge von Bahnen und Bussen. Andererseits sind immer wieder Kapazitätsengpässe zu beobachten (Kapitel 4.4.1).

⁵⁹ Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2014): Stadtmobilität in Hamburg 2030. Eine lebenswerte Stadt in Bewegung. Hamburg, S. 82.

Tabelle 10: Verkehrsmittelwahl in Hamburg und in der Hamburger Innenstadt

	Hamburg	Besucher der Hamburger Innenstadt	
	2008	2008	2014
Bahn	18,0	55,0	55,6
Bus		11,9	10,1
Pkw	42,0	24,3	22,7
Zweirad	12,5	3,0	5,1
zu Fuß	27,5	4,2	6,2
Park+Ride	-	1,5	0,3

Quellen: Daten für Hamburg: Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH: Mobilität im Großraum Hamburg, 2011: Vorstellung der Regionalergebnisse „Mobilität in Deutschland“, Regionalkonferenz Verkehr & Mobilität am 4. November 2011, Bonn; Daten für die Hamburger Innenstadt: Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels (BAG), Hrsg., (2008): BAG-Kundenverkehrsuntersuchung 2008; IfH Institut für Handelsforschung GmbH, Hrsg., (2014): Besucherbefragung „Vitale Innenstadt“ 2014 mit der Frage „Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?“, Berechnungen der Handelskammer Hamburg; wegen teilweise unterschiedlicher Standorte, an denen die Befragungen durchgeführt wurden, sind die Zahlen nur bedingt vergleichbar.

Bezogen auf die Zahl der Besucher spielt der Pkw-Verkehr mit einem Anteil von rund einem Viertel eine geringere Rolle. Für viele in der Innenstadt ansässige Unternehmen ist dessen Bedeutung gleichwohl höher, weil die Pkw-Kunden im Einzelhandel mehr Geld ausgeben als diejenigen, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln in die Innenstadt kommen (122 gegenüber 84 Euro).⁶⁰ Sie dürften auch in anderen Wirtschaftszweigen wie der Dienstleistungswirtschaft, der Gastronomie oder in kulturellen Einrichtungen mehr Geld ausgeben als andere Besucher.

Auch wenn bei einigen jüngeren Menschen der Pkw-Besitz offenbar an Bedeutung verliert, bleibt das Auto das dominierende Verkehrsmittel für die Mobilität der Hamburger.⁶¹ Eine Einschränkung der Erreichbarkeit der Innenstadt für den motorisierten Individualverkehr

birgt daher die Gefahr, dass die Pkw-Kunden auf Ziele ausweichen, die bequemer mit dem Pkw zu erreichen sind und ein großes, teilweise kostenloses Parkplatzangebot bieten. Eine schlechte Erreichbarkeit der Innenstadt begünstigt zudem die Abwanderung von Kunden zum Onlinehandel.

Neben der Erreichbarkeit für ihre Kunden ist für die in der Innenstadt ansässigen Unternehmen die Erreichbarkeit durch ihre Lieferanten, Dienstleister und Handwerker unverzichtbar. Ein Großteil dieses Verkehrs wird ebenfalls mit dem Pkw oder Lkw durchgeführt.

Wegen des großen Einzugsgebiets der Innenstadt sind die Anteile des Radverkehrs und der Besucher, die zu Fuß in die Innenstadt kommen, mit insgesamt 11 Prozent aller Innenstadtbesucher eher gering.

Da die Verkehrsflächen in der Innenstadt begrenzt sind, kann man nicht alle Erwartungen aller Verkehrsteilnehmer erfüllen. Es kommt vielmehr darauf an, immer wieder einen Kompromiss zwischen den Belangen der verschiedenen Verkehrsteilnehmer, der hier ansässigen Unternehmen und der Einwohner der Innenstadt zu finden.

Die Stärken der einzelnen Verkehrsmittel nutzen

Für die Zukunft wird es darauf ankommen, die Stärken der unterschiedlichen Verkehrsträger gezielt zu nutzen. Das heißt,

- so viel Verkehr wie möglich mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit dem Fahrrad abzuwickeln und

⁶⁰ Bundesarbeitsgemeinschaft mit Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels (BAG), Hrsg., (2008): BAG-Kundenverkehrsuntersuchung 2008. Eine vergleichbare Untersuchung wurde seitdem nicht mehr durchgeführt.

⁶¹ 68 Prozent aller Haushalte in Hamburg verfügen über einen eigenen Pkw; 15 Prozent sogar über zwei oder mehr. Immerhin 39 Prozent der Hamburger nutzen täglich das Auto, nur 11 Prozent dagegen nie. Immer mehr Hamburger sind auch im Alter automobil. Der Führerscheinbesitz bei älteren Frauen ab 75 Jahren hat zwischen 2002 und 2009 um über 60 Prozent zugenommen; Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH: Mobilität im Großraum Hamburg. Vorstellung der Regionalergebnisse „Mobilität in Deutschland“, Regionalkonferenz Verkehr & Mobilität am 4. November 2011, Bonn 2011.

- gleichzeitig so viel motorisierten Individualverkehr wie nötig weitgehend störungsfrei abzuwickeln.

Dazu gehören

- der bedarfsgerechte Ausbau der Verkehrsinfrastruktur,
- der durchgehende Einsatz von intelligent gesteuerten Ampelanlagen, die auf die jeweilige Verkehrslage reagieren und so den Verkehrsfluss gezielt steuern können,
- die verschiedenen Verkehrsmittel miteinander zu verknüpfen.

Dieses Standpunktepapier liefert hierfür keinen Masterplan, sondern es fordert die Verkehrspolitik und alle Beteiligten auf, dafür zu sorgen, dass

- die Hauptzufahrtstraßen und die Hauptverkehrsstraßen innerhalb der Innenstadt für den Pkw-Verkehr,
- für den Pkw-Verkehr außerdem die Zufahrt zu und Abfahrt von den Parkhäusern,
- die Buslinien und deren Alternativstrecken (z. B. bei Demonstrationen in der Mönckebergstraße),
- die Radwege und
- die für Fußgänger wichtigen Verbindungen

möglichst zugänglich sind. Die weiteren Vereinbarungen im Kontext zu Veranstaltungen sind zu berücksichtigen (Kapitel 4.5.8).

Baustellen zeitlich und räumlich besser koordinieren

Baustellen, die zu einer nachhaltigen Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur beitragen, sind notwendig. Dies erfordert ein professionelles und möglichst transparentes Projektmanagement der öffentlichen Baustellen. Zudem muss das Projektmanagement darauf abstellen, dass die Behinderungen gering gehalten und die Dauer begrenzt werden. Mit leistungsfähigen Umleitungen und gegebenenfalls mit provisorischen Ersatzfahrbahnen müssen die Behörden dafür sorgen, dass die betroffenen Quartiere während der Baumaßnahmen mit möglichst geringen Einschränkungen erreichbar sind.⁶²

Mit einer guten Baustellenkoordination können die Beeinträchtigungen für den Pkw- und für den Busverkehr deutlich reduziert werden. Dazu sollten, soweit möglich,

- die Baustellen zeitlich und räumlich begrenzt werden,
- bei Kurzbaustellen die Zeiten, die für den Einzelhandel besonders wichtig sind – Freitage, Samstage und die Vorweihnachtszeit – von Baustellen frei gehalten werden,
- Baustellen auf parallel verlaufenden Routen vermeiden werden.

Dies betrifft insbesondere

- die Hauptverkehrsstraßen der Innenstadt,
- die Routen mit Busverkehr,
- die Zu- und Abfahrten der Parkhäuser.

⁶² Handelskammer Hamburg, Hrsg., (2013): Eckpunkte für eine anforderungsgerechte Straßeninstandsetzung in Hamburg. Finanzierung und Projektmanagement verbesserungsbedürftig! Pressemeldung vom 6. Juni 2013.

POSITION

Die Erreichbarkeit für Pkw und Busse sicherstellen und verbessern

Die Beeinträchtigungen für den Pkw- und für den Busverkehr bei Baustellen sollten deutlich reduziert werden. Bei Kurzbaustellen sollten, soweit möglich, die Zeiten, die für den Einzelhandel besonders wichtig sind – Freitage, Samstage und die Vorweihnachtszeit – von Baustellen frei gehalten werden.

4.4.1 Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln ausbauen

Die Hamburger Innenstadt ist mit Regionalbahnen sowie mit S- und U-Bahnen aus weiten Teil der Metropolregion sehr gut zu erreichen. Die Grundlage schuf der „Federplan“ von 1919, den der damalige Baudirek-

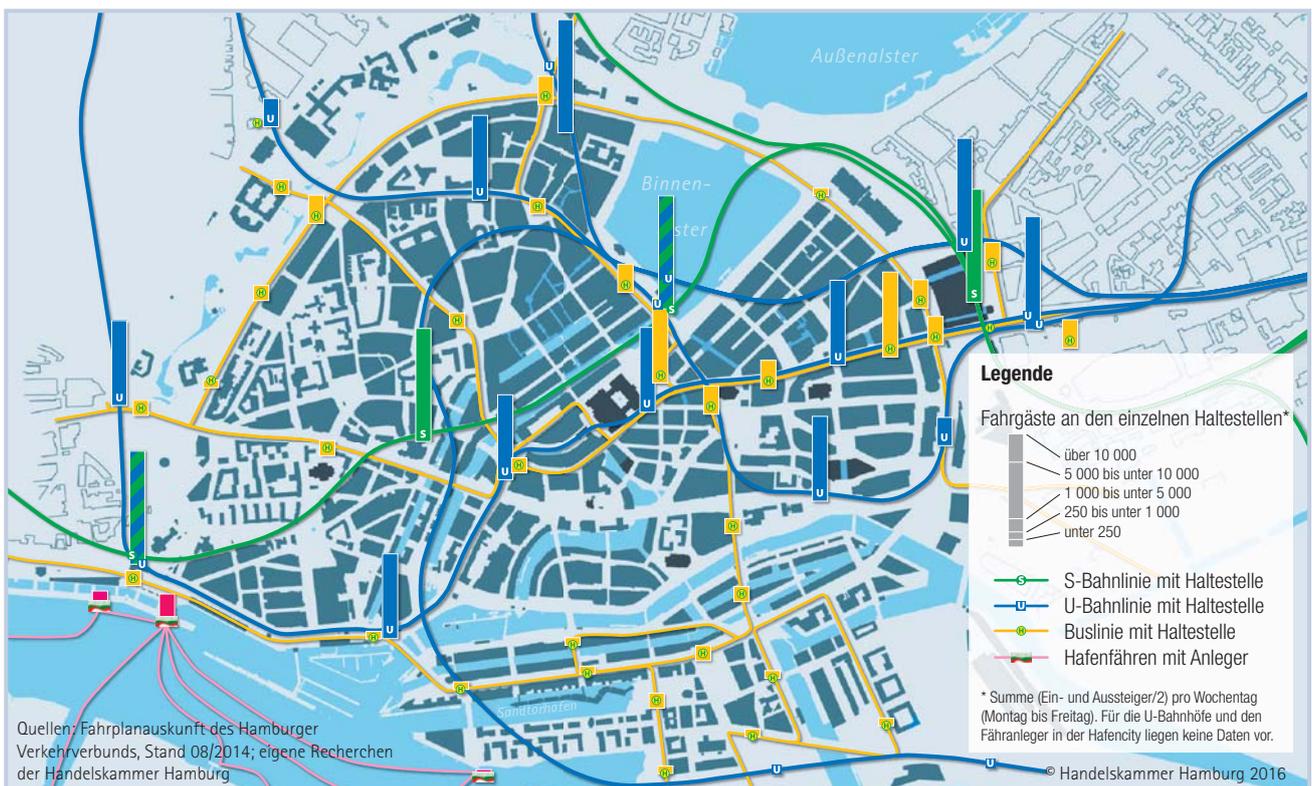
tor Fritz Schumacher erarbeitet hatte. Dieser hatte zur Folge, dass das heutige Schnellbahnnetz radial auf die Innenstadt ausgerichtet ist.

Innerhalb des Stadtgebiets fahren die S- und U-Bahnen überwiegend im 10- und zum Teil auch im sehr attraktiven 5-Minuten-Takt; zur Hauptverkehrszeit wird der Takt auf einigen Linien noch verdichtet. Die Innenstadt ist damit deutlich besser mit dem ÖPNV erreichbar als die beiden Bürostandorte City Nord und City Süd oder die Bezirkszentren.

Einige Regionalbahnverbindungen sind in den vergangenen Jahren deutlich verbessert worden:

- Metronom-Züge nach Bremen, Lüneburg–Uelzen (jeweils zwei Züge pro Stunde) und nach Cuxhaven,
- Regionalbahnen der Deutschen Bahn nach Kiel (seit 2014 im Halbstundentakt),
- Züge der Nordbahn nach Itzehoe.

Abbildung 19: Fahrgäste im öffentlichen Personennahverkehr in der Hamburger Innenstadt





Der U-Bahnhof Messehallen.

Das S- und U-Bahnnetz erschließt nur einen Teil des Hamburger Stadtgebiets, sodass die Innenstadt aus vielen Stadtteilen nur mit dem Umsteigen von dem Bus in die Bahn erreichbar ist. Trotz der Optimierungen, die in jüngster Zeit vorgenommen wurden, sind viele wichtige Buslinien sehr stark belastet und zu bestimmten Tageszeiten an der Grenze ihrer Kapazität angelangt. Dies betrifft vor allem die Metrobusse 3, 4, 5 und 6.

Das S- und U-Bahnnetz erschließt weite Teile der Innenstadt sehr gut. Exzellent sind der Hauptbahnhof und der Jungfernstieg erreichbar. Allerdings sind einige Linien zeitweise an der Kapazitätsgrenze.

Mit der Eröffnung der U 4 im Jahr 2012 ist auch die Hafencity besser erreichbar. Daneben wird die Hafencity über die U-Bahnstationen Meßberg (Linie U 1) und Baumwall (Linie U 3) fußläufig erschlossen.

KURZ GEFASST

Das Regional-, S- und U-Bahnnetz stellt sehr gute Verbindungen von der Hamburger Innenstadt in weite Teile Hamburgs und der Metropolregion her. Erheblicher Optimierungsbedarf besteht bei den Busverbindungen in die Innenstadt, die zum Teil sehr stark ausgelastet sind.

Ausbau des S- und U-Bahnnetzes

Der Senat verfolgt das Ziel, das S- und U-Bahnnetz weiter auszubauen. Derzeit wird jedoch nur an der Verlängerung der U 4 von der Hafencity-Universität zu den Elbbrücken gebaut; mit der Fertigstellung wird bis 2018 gerechnet.

Die Planungen des Senats sehen zudem vor,⁶³

- die U 4, ausgehend von der Station Horner Rennbahn, um zwei Stationen auf der Horner Geest zu verlängern,
- die AKN-Strecke von Hamburg-Eidelstedt in Richtung Kaltenkirchen zu einer S-Bahn auszubauen und direkt mit der Innenstadt zu verknüpfen,
- eine neue S 4 von Hamburg nach Bad Oldesloe zu schaffen.

Zwei weitere Projekte sind für die Innenstadt besonders wichtig:

- die Verlängerung der U 4 von der Hafencity über Wilhelmsburg nach Harburg, die die Handelskammer in ihrem Standpunktepapier „Stadtmobilität in Hamburg 2030“ anregt,⁶⁴
- eine neue U 5, die die Innenstadt in Ost-West-Richtung unterqueren und die Verbindung zum Osdorfer Born (mit verschiedenen Streckenvarianten über Diebsteich und Lokstedt) und über die City Nord und Steilshoop nach Bramfeld herstellen wird; hieran arbeiten der Senat und die Hochbahn derzeit.

⁶³ Freie und Hansestadt Hamburg, Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation (2014): Netzausbau für die Mobilität in Hamburg, Pressemeldung vom 25. November 2014.

⁶⁴ Näheres hierzu: Handelskammer Hamburg (2014): Stadtmobilität in Hamburg 2030. Eine lebenswerte Stadt in Bewegung. Hamburg, S. 90–102.

Für die Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandorts Innenstadt sind gerade die S- und U- Bahnlinien besonders wichtig, die die Verbindung in Stadtteile herstellen, die bisher nur mit Bussen (und zum Teil auch nur mit Umsteigen) zu erreichen sind.

Um dem steigenden Verkehrsaufkommen gerecht zu werden und Kapazitätsengpässe zu vermeiden, müssen neben dem Ausbau des Verkehrsnetzes kurzfristige Lösungen die Attraktivität der öffentlichen Verkehrsmittel als Transportmittel in die Hamburger Innenstadt sicherstellen. Das können sowohl eine Taktverdichtung des ÖPNV zu Stoßzeiten sowie auch der Einsatz von längeren Zügen sein, sofern die Bahnsteige hierfür ausreichend lang sind.⁶⁵

Ausbau der Busverbindungen

Bis zur Fertigstellung der neuen S- und U-Bahnstrecken muss Hamburg sein Busnetz weiter optimieren. Hierzu gehört, dass die Busse die Innenstadt möglichst ohne größere Verzögerungen erreichen und durchqueren können. Dabei muss sichergestellt sein, dass ein größtmöglicher Gesamtnutzen für den Stadtverkehr entsteht.⁶⁶

Bei der Erweiterung des Busnetzes, wie dies 2012 mit der Verlängerung der Metrobuslinie 3 nach Rothenburgsort/Tiefstack geschehen ist, sollte der zu erwartende Kostendeckungsgrad stets berücksichtigt werden. Mit Netzerweiterungen wäre es möglich, direkte Verbindungen in dicht bebaute Stadtteile im Fünf-Kilometer-Radius herzustellen, die nicht an das S- und U-Bahnnetz angebunden sind, und die Einbindung der Hafencity in das Busnetz zu verbessern.

Die Buslinie 111 von Altona entlang der Elbe in die Hafencity, die als „Sightseeing-Linie“ beworben wird,

verbessert seit 2012 die Erreichbarkeit der Hafencity. Aber auch Berufstätige in der Hafencity nutzen diese Linie. Im Zuge des Baufortschritts in der östlichen Hafencity sollte diese Linie verlängert werden. An den Wochenenden, an denen die Linie besonders von Touristen genutzt wird, ist eine Taktverdichtung notwendig.

Wir regen an, eine Metrobuslinie 7 von Bramfeld über Barmbek, Jarrestadt, Mundsburg (im Verlauf der heutigen Buslinie 172/173), Steindamm und Hauptbahnhof in die Innenstadt einzurichten. Ab der Haltestelle Gerhart-Hauptmann-Platz könnte die Metrobuslinie 7 die Teilstrecke der bisherigen Metrobuslinie 6 bis zur Feldstraße übernehmen. Die Linie M 6 würde dann bei jeder Fahrt in der Speicherstadt enden.

POSITION

Das Busnetz weiter ausbauen

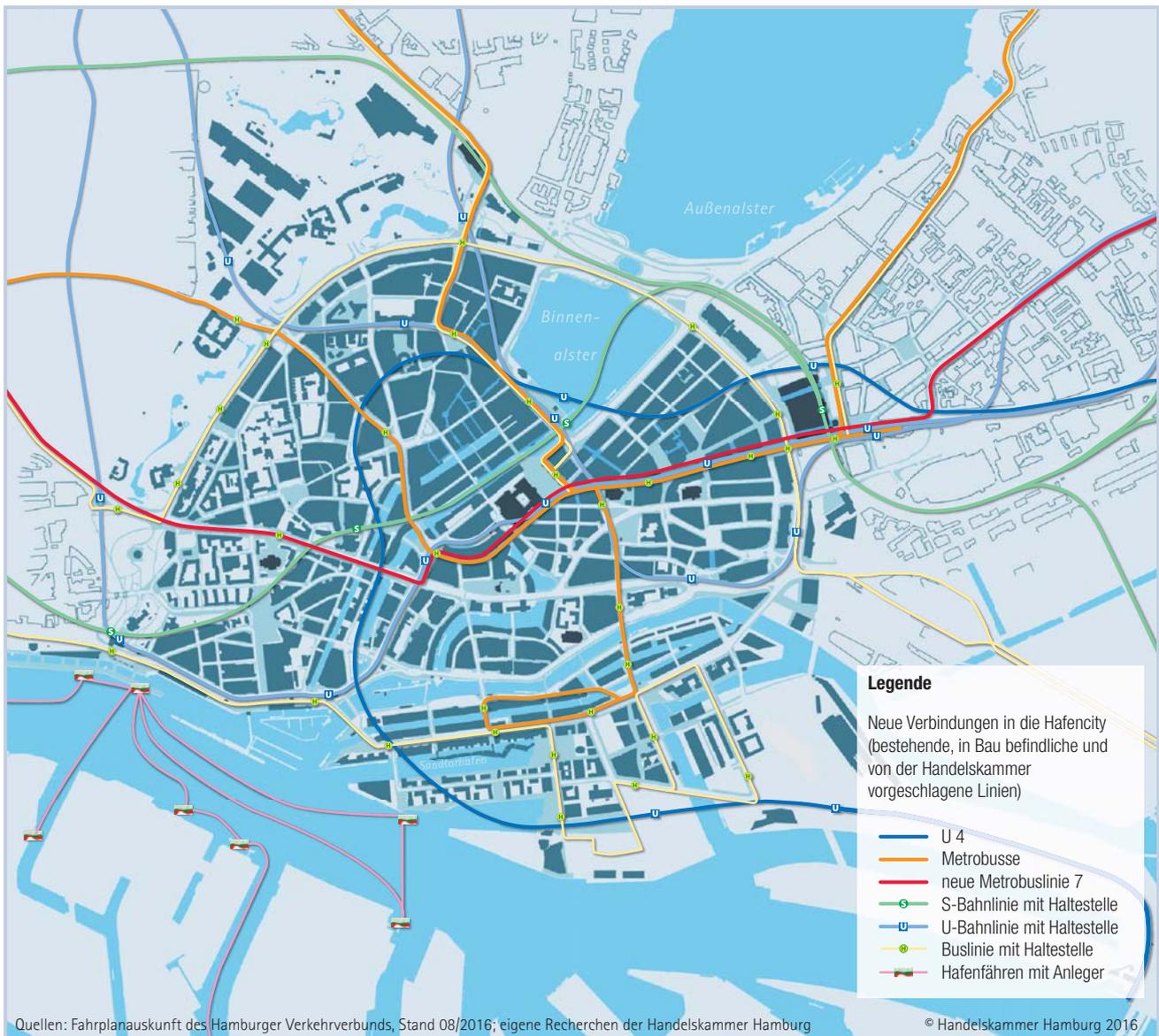
Das Busnetz sollte anforderungsgerecht erweitert und optimiert werden, wobei stets der zu erwartende Kostendeckungsgrad zu berücksichtigen ist.

Mit einer neuen Metrobuslinie 7 können die nordöstlichen Stadtteile St. Georg, Winterhude, Barmbek und Bramfeld besser mit der Innenstadt verbunden werden.

⁶⁵ Handelskammer Hamburg (2014): Stadtmobilität in Hamburg 2030. Eine lebenswerte Stadt in Bewegung. Hamburg, S. 18.

⁶⁶ Näheres hierzu: Handelskammer Hamburg (2014): Stadtmobilität in Hamburg 2030. Eine lebenswerte Stadt in Bewegung. Hamburg, S. 102.

Abbildung 20: Weiterentwicklung des öffentlichen Personennahverkehrs in der Hamburger Innenstadt



4.4.2 Erreichbarkeit mit dem Pkw gewährleisten

Die Hamburger Innenstadt ist aus der gesamten Metropolregion gut mit dem Pkw zu erreichen. Von hier aus führen leistungsfähige Straßen in alle Himmelsrichtungen. Vor allem in den Hauptverkehrszeiten kommt es allerdings zu Staus, die die Fahrtzeiten teilweise deutlich verlängern. Die auf die Innenstadt ausgerichteten Straßen werden rege genutzt; so fahren an Werktagen täglich rund 180 000 Fahrzeuge in die Innenstadt (Zählung jeweils an den Kreuzungen zum Wallring). Die wichtigsten Achsen sind

- die Amsinckstraße/Deichtorplatz mit 60 000 Fahrzeugen,
- die Reeperbahn und die Budapester Straße/Millertor mit insgesamt 78 000 Fahrzeugen,
- der Neue Jungfernstieg/Esplanade mit 45 000 Fahrzeugen,
- die Straße An der Alster/Ferdinandstor mit 31 000 Fahrzeugen,
- die Adenauerallee/Steinstraße mit 29 000 Fahrzeugen.

Die hohe Zahl von Fahrzeugen resultiert aber auch aus dem hohen Anteil von Durchgangsverkehr, insbesondere auf der Ost-West-Straße (Willy-Brandt- und Ludwig-Erhard-Straße). Diese starke Belastung ist teilweise der Tatsache geschuldet, dass es in Hamburg keinen Autobahnring gibt und auch die Hafenuferpromenade bisher nicht realisiert wurde.

Insgesamt bewerten die Besucher der Innenstadt die Erreichbarkeit dieses Standorts mit der Schulnote 1,5.⁶⁷

Die Leistungsfähigkeit des Straßennetzes wird jedoch durch Baustellen (siehe Einleitung zu Kapitel 4.4 – Baustellen zeitlich und räumlich besser koordinieren) und durch regelwidriges Verhalten einzelner Verkehrsteilnehmer, wie durch sogenanntes Zweite-Reihe-Parken, immer wieder stark beeinträchtigt.

In der Innenstadt gibt es insgesamt etwa 30 000 Stellplätze,⁶⁸ davon rund 11 000 in den Parkhäusern. Die Stellplätze an den Fahrbahnrandern werden überwiegend bewirtschaftet und dürfen in der Regel maximal eine Stunde genutzt werden.

Trotz der vielen und überwiegend gut erreichbaren Parkhäuser werden die Parkmöglichkeiten von den Besuchern der Innenstadt überwiegend kritisch gesehen; die Befragung von 2014 ergab hierfür eine Schulnote von 4,0.⁶⁹ Eine mögliche Erklärung ist, dass viele Innenstadtbesucher niedrigere Parkgebühren oder mehr Stellplätze am Straßenrand erwarten. Auch wenn dieses Defizit nicht rasch zu beheben ist, ist diese Aussage von Innenstadtbesuchern doch ernst zu nehmen.

Auch die Qualität der Parkhäuser muss deutlich verbessert werden, wie Untersuchungen des ADAC in

Zusammenarbeit mit dem „Hamburger Abendblatt“ 2012 ergaben. Probleme machen zu enge Kurven, schmale und steile Einfahrten sowie auch zu kleine und schlecht beleuchtete Stellplätze.⁷⁰

KURZ GEFASST

Die Besucher der Innenstadt bewerten (in Schulnoten)⁷¹

- die Erreichbarkeit der Innenstadt mit 1,5,
- die Parkmöglichkeiten in der Innenstadt mit 4,0.

Straßen innerhalb der Innenstadt

Für die Erreichbarkeit der Innenstadt ist es unverzichtbar, dass

- die Hauptverkehrsstraßen und
- die Parkhäuser von den wichtigsten Hauptverkehrsstraßen aus

gut erreichbar sind.

Dazu gehört, dass die Parkhäuser vom Wallring, von der Willy-Brandt-Straße, der Ludwig-Erhard-Straße und vom Straßenzug Am Sandtorkai–Brooktorkai gut anfahrbar sein müssen und dass auch die Rückfahrt vom Parkhaus zu diesen Hauptverkehrsstraßen problemlos möglich sein muss.

⁶⁷ IfH Institut für Handelsforschung GmbH, Hrsg. (2014): Besucherbefragung „Vitale Innenstädte“ 2014. Hier wird nicht zwischen verschiedenen Verkehrsmitteln unterschieden; die Befragung bezieht sich auf alle Befragten unabhängig von dem benutzten Verkehrsmittel.

⁶⁸ Freie und Hansestadt Hamburg (2014): Innenstadtkonzept Hamburg 2014, S. 92.

⁶⁹ IfH Institut für Handelsforschung GmbH, Hrsg. (2014): Besucherbefragung „Vitale Innenstädte“ 2014.

⁷⁰ René Soukup: So parkt man in der City – Zehn Parkhäuser im Test, in: „Hamburger Abendblatt“ (24. November 2012). <http://www.abendblatt.de/hamburg/kommunales/article111454232/So-parkt-man-in-der-City-Zehn-Parkhaeuser-im-Test.html> (abgerufen am 17. Juni 2015).

⁷¹ IfH Institut für Handelsforschung GmbH, Hrsg. (2014): Besucherbefragung „Vitale Innenstadt“ 2014. Hier wird nicht zwischen verschiedenen Verkehrsmitteln unterschieden; die Befragung bezieht sich auf alle Befragten unabhängig von dem benutzten Verkehrsmittel.

Parken in zweiter Reihe

Viele Störungen des Straßenverkehrs werden von einzelnen Verkehrsteilnehmern ausgelöst, die sich rücksichtslos und regelwidrig verhalten. Hierzu gehören vor allem Fahrzeuge, die in zweiter Reihe halten und damit den Verkehrsfluss stark einschränken. Dem kann die Stadt begegnen, indem sie das regelwidrige Verhalten überwacht und konsequent ahndet. Es gilt zudem, ausreichend Ladezonen frei zu halten.

Bewirtschaftete Parkplätze im öffentlichen Raum

Das Parken in den Hauptgeschäftsstraßen zeitlich zu begrenzen, ist richtig. Denn nur ein regelmäßiger Wechsel ermöglicht es den Besuchern der Innenstadt, dass sie mit hoher Wahrscheinlichkeit hier einen Parkplatz finden. Das funktioniert jedoch nur, wenn das Falschparken wirkungsvoll überwacht und geahndet wird. Eine maximale Parkzeit von lediglich einer Stunde reicht in der Regel aber kaum aus, um ausgiebige Einkäufe in der Innenstadt zu tätigen. Sie sollte auf zwei Stunden ausgedehnt werden.

Seit 2013 hat die Stadt Hamburg die Überwachung des ruhenden Verkehrs in der Innenstadt intensiviert. Dadurch hat sich die Parkplatzverfügbarkeit deutlich verbessert.

POSITION

Parken am Straßenrand – maximale Parkdauer auf zwei Stunden ausdehnen

Die maximale Parkdauer auf Stellplätzen am Straßenrand sollte von einer auf zwei Stunden ausgedehnt werden, um mehr als nur kurze Erledigungen zu ermöglichen.

Regelungen zum Bewohnerparken

Bei Bewohnerparkregelungen werden die Anwohner gegenüber anderen Parkplatzsuchenden privilegiert. Dies ist in reinen Wohngebieten auch vertretbar. In der Innenstadt sind jedoch auch viele Unternehmen ansässig, von denen viele für ihre eigenen Fahrzeuge oder die der Geschäftskunden Stellplätze benötigen. Diese Unternehmen müssen daher die Chance haben, in angemessenem Umfang Stellplätze nutzen zu können. Daher sollte die Genehmigungspraxis für Betriebsfahrzeuge gelockert werden. Hierfür hat die verstärkte Parkraumüberwachung auch entsprechende Spielräume geschaffen.

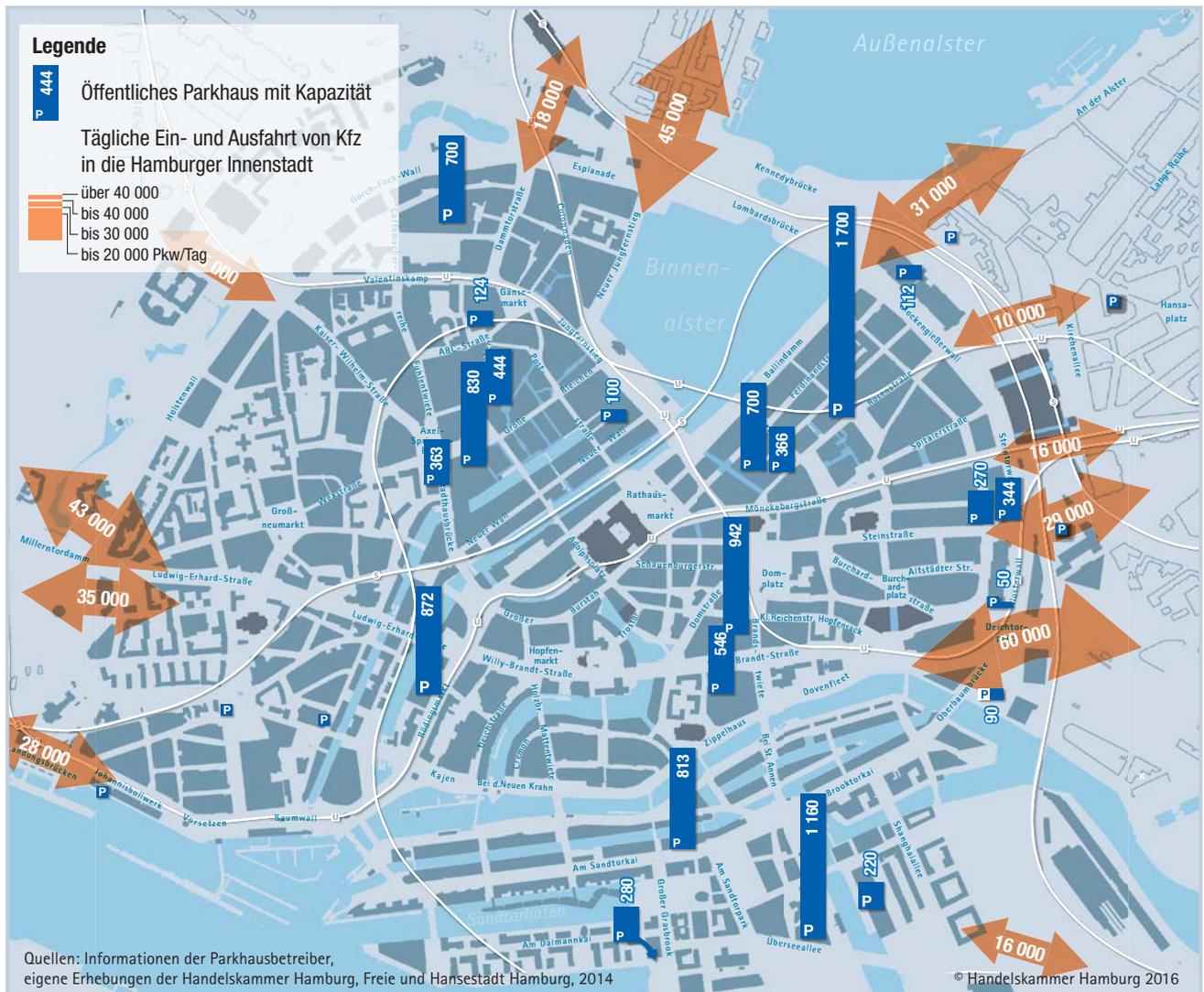
Elektromobilität in der Innenstadt

Elektrofahrzeuge verursachen bei den in der Innenstadt vorherrschenden niedrigen Geschwindigkeiten nur sehr geringe Lärmemissionen, und zudem emittieren sie auf ihrem Fahrweg keine Schadstoffe. Sie sind daher gerade für den Verkehr in der Großstadt sehr gut geeignet und somit ein wichtiger Eckpfeiler umweltfreundlicher Mobilität in der Hamburger Innenstadt (vergleiche Abbildung 8: Umweltfreundliche Mobilität in der Hamburger Innenstadt). Zum Ausbau der Elektromobilität existiert in Hamburg eine Vielzahl von Projekten unter Koordinierung der Projektleitstelle hySolutions und Beteiligung der Handelskammer. Handels- und Handwerkskammer haben zudem eine Beschaffungsiniziativa für Elektrofahrzeuge ins Leben gerufen, die ohne staatliche Förderung auskommt.

Die Hamburger Hochbahn AG setzt auf einigen Linien schon seit Jahren Hybridbusse mit Diesel- und Elektrobetrieb ein. Eine Weiterentwicklung stellt die sogenannte Innovationslinie, die Buslinie 109, dar, die die Innenstadt mit Alsterdorf verbindet. Sie nahm 2014 den Betrieb auf.⁷² In Hamburg werden von Hochbahn und den Verkehrsbetrieben Hamburg-Holstein auch

⁷² Hamburger Hochbahn AG, Hrsg. (2014): HELD Hamburger Elektrobuss Demonstration. Broschüre. Hamburg.

Abbildung 21: Kfz-Verkehr und Parkhauskapazitäten in der Hamburger Innenstadt



Plug-in-Hybridbusse, Wasserstoffbusse und reine batterieelektrische Busse erprobt. Vollständig emissionsfreie Busse werden mittelfristig einen technischen Reifegrad erreichen, der auch die für einen Regelleinsatz notwendige hohe Verfügbarkeit in einigen Jahren sicherstellen wird.

Zugleich sollte Hamburg die Rahmenbedingungen für private Elektrofahrzeuge verbessern.⁷³ Gerade die Innenstadt bietet wegen der hohen Zahl von Unternehmen auf kleinem Raum die Chance, die erforderliche Infrastruktur rasch auszulasten. Hierdurch böte

⁷³ Handelskammer Hamburg (2013): Einsatzpotenziale für Elektrofahrzeuge in der Hamburger Wirtschaft. Ergebnisse einer Unternehmensbefragung und Handlungsempfehlungen. Hamburg, S. 34.

sich auch dem zahlenmäßig stark in der City vertretenen Taxigewerbe eine Chance, einen Teil der dort eingesetzten Flotte auf umweltfreundliche E-Mobilität umzustellen.

Der Hamburger Senat verabschiedete im Sommer 2014 den „Masterplan zur Weiterentwicklung der öffentlich zugänglichen Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge in Hamburg“.⁷⁴ Jetzt liegt der Ball in den Händen der Stadt, die Inhalte des Masterplans zeitnah umzusetzen.

⁷⁴ Freie und Hansestadt Hamburg, Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation (2014): Masterplan zur Weiterentwicklung der öffentlich zugänglichen Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge in Hamburg. <http://www.hamburg.de/contentblob/4362700/data/pm-26-08-2014-masterplan.pdf> (abgerufen am 17. Juni 2015).

Hierzu gehören

- der schnelle Ausbau der notwendigen Ladeinfrastruktur (siehe Kapitel 2.7),
- die Vereinheitlichung der Vorgaben für öffentlich zugängliche Ladeinfrastruktur,
- die öffentliche Förderung von öffentlich zugänglicher Ladeinfrastruktur auf privatgewerblichen Flächen,
- die anbieterübergreifende Ausweitung der derzeit bereitgestellten Standortübersicht der Ladesäulen und ihrer Belegung in Echtzeit auf alle Lademöglichkeiten und Bereitstellung als App.

Das Elektromobilitätsgesetz von 2015 eröffnet die Möglichkeit zu ermäßigten Parkgebühren für Elektrofahrzeuge oder sie ganz davon zu befreien. Mit einer am 29. September 2015 vom Senat beschlossenen Änderung der Parkgebührenordnung hat Hamburg als erste Stadt in Deutschland hiervon Gebrauch gemacht.

4.4.3 Erreichbarkeit mit dem Reisebus verbessern

Viele Tagesbesucher kommen mit Reisebussen aus ganz Deutschland und aus den Nachbarländern Niederlande, Dänemark oder Polen nach Hamburg. Für den Städtetourismus spielen diese Reisenden zu allen Jahreszeiten eine besondere Rolle; für den Einzelhandel sind sie vor allem in der Vorweihnachtszeit wichtig. Da es derzeit nicht genügend Reisebusparkplätze gibt, verliert Hamburg bei Reisebusunternehmen an Attraktivität.

BEST PRACTICE

Service für Reisebusunternehmen in der Adventszeit

Das Citymanagement Hamburg bietet Reisebusunternehmen, die in der Adventszeit die Hamburger Innenstadt ansteuern, einen umfassenden Service. Dazu gehören neben Busstellplätzen an der Amsinckstraße auch die Ver- und Entsorgung für die Busse, ein Aufenthaltsraum und ein Imbiss für die Busfahrer. Dieser Service ist für viele Reisebusunternehmen aus Norddeutschland und Dänemark ein wichtiges Argument, Hamburg anzusteuern.

POSITION

Reisebusparkplätze in der Innenstadt schaffen

Die Fachbehörden und das Bezirksamt Hamburg-Mitte sind aufgefordert, ausreichend Reisebusparkplätze zu schaffen, die für die gesamte Verweildauer der beförderten Gäste durch die Reisebusse genutzt werden können. Das Ein- und Aussteigen der Reisenden kann weiterhin an verschiedenen Stellen in der Innenstadt erfolgen. Für die Reisebusparkplätze bieten sich Flächen in der Nähe des Wallrings an, die nahe zur Innenstadt liegen, gleichzeitig aber die direkte Nachbarschaft möglichst wenig beeinträchtigen. Hierfür bieten sich beispielsweise Flächen rund um die Amsinckstraße an.

4.4.4 Erreichbarkeit mit dem Fahrrad verbessern

Die Handelskammer begrüßt die Bemühungen der Stadt Hamburg, das Fahrrad als umweltfreundliches und gesundheitsförderndes Verkehrsmittel zu fördern. Konkret möchte die Stadt den Anteil des Radverkehrs am Modal Split bis in die 2020er-Jahre auf 25 Prozent steigern.⁷⁵

Der Fahrradverkehr hat in den vergangenen Jahren absolut gesehen an Bedeutung gewonnen. Dabei werden vor allem Strecken unter fünf Kilometern mit dem Fahrrad zurückgelegt. Gerade die Innenstadt bietet mit ihren kurzen Wegen gute Voraussetzungen für den Radverkehr.

Zur nachhaltigen Förderung des Radverkehrs müssen sowohl die Verkehrswege als auch die Führung des Radverkehrs modernisiert werden.⁷⁶ Einige Maßnahmen wurden bereits umgesetzt, es bleibt jedoch weiterhin großer Handlungsbedarf. Die wichtigsten Baumaßnahmen zur Verbesserung der Radverkehrsinfrastruktur und -sicherheit sind

- der Ausbau und die Sanierung von Radwegen,
- die Schaffung von Abstellmöglichkeiten,
- die Schaffung weiterer Stadtrad-Ausleihstationen,
- der Bau eines Netzes von 14 Velorouten; das Netz weist gerade in der Innenstadt und bei der Verknüpfung mit den angrenzenden Stadtteilen noch erhebliche Defizite auf.

Bei einem weiteren Ausbau der Radverkehrswege kommt es darauf an, dass die Belange des Wirtschafts-

und des motorisierten Individualverkehrs nicht beeinträchtigt werden. Dazu gehört, dass alle Mobilitäts Teilnehmer stets mit einbezogen werden und mit der Stadt Hamburg eine Vereinbarung mit verbindlichen Grundsätzen für die Radverkehrspolitik schließen.⁷⁷ Zudem müssen selbst bei steigender Nutzung des Fahrrads weiterhin Kapazitäten bei anderen Verkehrsmitteln vorgehalten werden, denn die Fahrradnutzung ist stark von Wetter und Jahreszeit abhängig.

BEST PRACTICE

Stadtrad Hamburg

Die Stadt Hamburg und die Deutsche Bahn starteten 2009 mit dem Projekt „Stadtrad Hamburg“. In der Innenstadt gibt es derzeit 41 Stationen. In den kommenden Jahren wird das System vor allem in der Hafencity, aber auch in mehreren innenstadtnahen Stadtteilen Hamburgs weiter ausgebaut. Für die Nutzer ist die erste halbe Stunde kostenlos. Danach fällt eine Leihgebühr von zunächst vier Cent pro Minute an und ab der 61. Minute von acht Cent.

Radwege

Bei der Verbesserung der Erreichbarkeit im Radverkehr müssen die Interessen aller Verkehrsteilnehmer berücksichtigt werden – die der Pkw-Kunden, des Wirtschaftsverkehrs und der Fußgänger.

Die Gestaltung der **Mönckebergstraße** als „Kommunaltrasse“, die für die Busse des ÖPNV, Taxen und Radfahrer freigegeben ist, hat sich bewährt. In jüngster Zeit hat jedoch die Zahl der Radfahrer deutlich zugenommen, die – durch das Gefälle in Richtung Rathausmarkt beflügelt – häufig sehr schnell durch die Mön-

⁷⁵ Vgl. Koalitionsvertrag über die Zusammenarbeit in der 21. Legislaturperiode der Hamburgischen Bürgerschaft zwischen der SPD, Landesorganisation Hamburg und Bündnis 90/Die Grünen, Landesverband Hamburg, 2015.

⁷⁶ Handelskammer Hamburg (2014): Stadtmobilität in Hamburg 2030, Eine lebenswerte Stadt in Bewegung, S. 53.

⁷⁷ www.hk24.de/service/marken/presse/pressemitteilungen/PM-06-08-16-Radverkehrspolitik/3397422 (abgerufen am 6. Oktober 2016).

ckebergstraße fahren. Dies und die vielen anderen Fahrzeuge machen es für die Fußgänger oft nicht leicht, die Straße zu überqueren.

Die hohe Radfahrerfrequenz ist maßgeblich dadurch verursacht, dass es für Radfahrer nur wenige attraktive Alternativen gibt. Diese Alternativen sollten – wie Umgehungsstraßen – deutlich verbessert werden. Da Radfahrer kaum bereit sind, Umwege zu fahren, sollten diese Routen nicht länger sein als die Mönckebergstraße. Insbesondere die folgenden Straßen sollten für den Fahrradverkehr deutlich attraktiver gestaltet werden:

- der **Ballindamm**, hier müssten die Fahrradwege neu gepflastert und die zahlreichen Hindernisse auf oder neben den Radwegen beseitigt werden (vor allem zwischen der Bergstraße und dem Alstertor); dies betrifft vor allem Verkehrsschilder, aber auch die häufig hier regelwidrig abgestellten Fahrzeuge,
- die **Steinstraße**, wo die Hochbordradwege erhalten bleiben sollten,
- im **Kontorhausviertel** der Straßenzug Große Reichenstraße – Kleine Reichenstraße – Hopfensack – Klingberg – Pumpen – Burchardstraße – Deichtorplatz, wo Einbahnstraßenregelungen den durchgängigen Fahrradverkehr verhindern; ein gepflasterter Radfahrstreifen am Rand der Kopfsteinpflasterstraße nach dem Vorbild der Hellbrookstraße in Hamburg-Barmbek würde den Fahrkomfort deutlich erhöhen.

Die Zahl der Stellplätze einschließlich der Kurzzeitparkplätze sollte dabei stets erhalten bleiben.

Als sehr konfliktreich hat sich die Gestaltung der Radwege am **Jungfernstieg** (auf der Wasserseite) erwiesen. Hier fühlen sich viele Fußgänger, die die Radwege nicht erkennen, von Radfahrern bedrängt. Hier gilt es, eine für Radfahrer und Fußgänger leicht erkennbare, pragmatische Lösung zu finden.

In den nächsten Jahren möchte die Stadt auch den überregionalen **Elberadweg** ausbauen,⁷⁸ der parallel zum Zollkanal verläuft und vorwiegend von Fahrradtouristen genutzt wird. Mit dem Radweg in Höhe des Großmarkts ist 2014 ein wichtiger Abschnitt realisiert worden. Ein durchgehender Radweg, der auch durch die Hafencity führen wird, ist damit ein wichtiger Beitrag zur Stärkung des Städtetourismus in Hamburg.

Abstellen von Fahrrädern – eine Fahrradstation realisieren

In einigen Teilen der Innenstadt sind neue Fahrradbügel aufgestellt worden, sodass die Fahrräder nicht mehr an allen Masten oder Bäumen „wild“ abgestellt werden. Gerade in den BID-Quartieren ist dies beispielhaft umgesetzt worden.

In Zukunft sollte der Senat an geeigneten Standorten weitere Fahrradbügel aufstellen. Ein wichtiges Projekt, das das Abstellen von Fahrrädern deutlich erleichtern könnte, wäre eine Fahrradstation am Hauptbahnhof (Kapitel 5.3). Bei Erfolg wäre ein ähnliches Projekt auch am Dammtorbahnhof vorstellbar.

4.4.5 Erreichbarkeit und Orientierung für Fußgänger verbessern

Das Zufußgehen ist ein wichtiger Teil der Mobilität in der Innenstadt. Zum Zufußgehen gehören

- die Wege vom Bahnhof, der Bushaltestelle oder dem Parkhaus zum jeweiligen Ziel, also die „letzte Meile“,
- die Wege in die Innenstadt, von einem Geschäft zum anderen oder von einem Termin zum anderen; sie gehören vielfach zum Wirtschaftsverkehr einer Metropole,

⁷⁸ Freie und Hansestadt Hamburg (2014): Innenstadtkonzept Hamburg 2014, S. 94.

- die Wege zwischen den einzelnen touristischen Sehenswürdigkeiten Hamburgs und
- das Flanieren, das für viele Besucher aus der Metropolregion und für Städtetouristen zu einem Innenstadtbesuch gehört.

Sowohl die zielgerichteten Wege als auch das Flanieren sind für eine attraktive, lebhaftes Innenstadt unverzichtbar.

Die detaillierten Handlungsvorschläge zum Zufußgehen findet sich in Kapitel 5.4.

Wer sich in der Innenstadt orientieren kann, wird den Aufenthalt als angenehm empfinden. Deshalb gehört ein Fußgängerleitsystem zur notwendigen Infrastruktur einer jeden Innenstadt. Die Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt richtete 2006 ein Fußgängerleitsystem für die Innenstadt ein, das zunächst an über 130 Stelen und Wegweisern etwa 80 Ziele auswies. Dazu gehören insbesondere touristisch relevante Ziele, wie Sehenswürdigkeiten und Kultureinrichtungen, aber auch wichtige Straßen und Plätze sowie S- und U-Bahnhöfe.

POSITION

Ausbau des Fußgängerleitsystems

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, das Fußgängerleitsystem um zusätzliche Hinweisschilder zu ergänzen. Alle Schilder sollten auch für englischsprachige Besucher verständlich sein. Dazu bieten sich international verständliche Piktogramme wie auf den Flughäfen an, die den ausländischen Gästen die Orientierung erleichtern. Dabei sollten die Mobiltelefone der Passanten zukünftig auch mit den Hinweisschildern durch eine App oder QR-Code verknüpft werden.

2012/2013 wurde das Fußgängerleitsystem um weitere Wegweiser ergänzt und räumlich ausgedehnt. Inzwischen umfasst es neben der Innenstadt auch den Bereich Messe, das Schanzenviertel und Altona.

Das Fußgängerleitsystem ist mit sehr modern gestalteten Stelen und Wegweisern ausgestattet. Dennoch ist die Distanz zwischen den aktuell vorhandenen

BEST PRACTICE

Legible London

In London gibt es seit 2009 das Fußgängerleitsystem „Legible London“, das seitdem stetig erweitert wurde. Um die Orientierung zu vereinfachen, sind die Karten nicht nach Norden ausgerichtet, sondern entsprechend der Ausrichtung der Anzeigetafeln. Auf den Karten sind sowohl Bushaltestellen, U-Bahnstationen und Taxistände eingezeichnet als auch Treppen und Fußgängerüberwege. So werden die unterschiedlichen Verkehrsmittel verknüpft und Hinweise auf barrierefreie Wege gegeben. Besondere Gebäude sind zudem in 3D dargestellt und schaffen einen Wiedererkennungswert.

Auf den Anzeigetafeln sind jeweils zwei Karten mit einem unterschiedlichen Maßstab dargestellt. Auf der einen ist ein Radius von fünf Minuten, auf der anderen einer von 15 Minuten eingezeichnet. Daneben werden die Entfernungen zu wichtigen Sehenswürdigkeiten oder U-Bahnstationen in Minuten angegeben, damit die Passanten die Entfernungen leichter einschätzen können. Ergänzend zu den Tafeln gibt es auch ausgedruckte Karten.

Eine Ergänzung mit einem QR-Code würde die Orientierung auch zwischen den einzelnen Tafeln gewährleisten und die Karten mit den Mobiltelefonen über eine App besser verknüpfen.

Hinweisschildern für eine leichte Orientierung oft sehr groß. Außerdem gibt es nur wenige Hinweise auf Englisch oder in anderen Sprachen.

4.4.6 Innenstadt mit den benachbarten Quartieren verknüpfen

Um die Innenstadt mit den benachbarten Quartieren zu verknüpfen, ist eine gute fußläufige Erreichbarkeit für die Bewohner und Besucher notwendig. In einigen Bereichen ist diese Verknüpfung jedoch ausbaufähig. Es ergeben sich neue Anforderungen an die öffentlichen Räume, um die angrenzenden Quartiere mit der Innenstadt zu verbinden. Diese Entwicklungen sind insbesondere in dem Stadtteil Hammerbrook/City Süd zu beobachten, der sich inzwischen von einem monofunktionalen zu einem Nutzungsdurchmischten Stadtteil entwickelt.

Die benachbarten Quartiere nehmen für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt aus folgenden Gründen eine wesentliche Rolle ein:

- Für Bewohner der innenstadtnahen Quartiere nimmt die Innenstadt eine Versorgungsfunktion wahr.
- In den benachbarten Quartieren sind viele Hotels.
- Eine Vielzahl kultureller, öffentlicher Einrichtungen sowie Verkehrsknotenpunkte befinden sich in den innenstadtnahen Quartieren, sodass der innerstädtische Bereich durch eine gute Verknüpfung eine höhere Vielfalt und Attraktivität aufweist.

Die Verknüpfung zwischen dem Kern der Innenstadt und der Hafencity wird in den Kapiteln 4.4.5, 5.3 und 5.4 behandelt.

Neustadt

Im Vergleich zu dem Kernbereich der City weist die Neustadt als westlicher Teil der Innenstadt einen hohen Anteil an Wohnnutzungen auf. Durch die Nähe zu den Landungsbrücken sowie der St.-Michaelis-Kirche nutzen viele Besucher das Quartier als Anlaufpunkt. Die Wegeverbindung über die Wexstraße und über die Fleetinsel ist bisher als sehr unübersichtlich zu bewerten. Aufgrund der vielen Besucher sollte die Verbesserung der Quermöglichkeiten daher weiterhin forciert werden, wie es bereits im Innenstadtkonzept angesprochen wird.⁷⁹

Messe/Karolinenviertel

Das Quartier unterliegt einem erheblichen Einfluss temporärer Großveranstaltungen. Zum einen finden in den Messehallen jährlich rund 40 Messen statt, zum anderen beleben der Hamburger Dom und das Millerntorstadion das Quartier.⁸⁰ Den Wallanlagen sowie dem Sievekingsplatz kommt zur Verknüpfung des Quartiers mit der Innenstadt eine hohe Bedeutung zu.

Rotherbaum/Grindelviertel

Der Stadtteil Rotherbaum wird durch die Universität und gründerzeitliche Wohngebäude geprägt. Wichtige Anziehungspunkte sind der Fernbahnhof Hamburg-Dammtor, die großen Hotels, das Grindelviertel und der Mittelweg. Die wichtigsten Verbindungen in die Innenstadt sind der Weg an der Alster und die Dammtorstraße/Dammtordamm mit überwiegend gut ausgebauten Fuß- und Radwegen. Allerdings hat der

⁷⁹ Vgl. Freie und Hansestadt Hamburg (2014): Innenstadtkonzept Hamburg 2014, S. 48.

⁸⁰ Vgl. www.hamburg-messe.de

Theodor-Heuss-Platz (vor dem Bahnhof Dammtor) mit seinen versetzten Fußgängerüberwegen und sehr kurzen Ampelphasen deutliches Verbesserungspotenzial.

St. Georg

Der westliche Bereich von St. Georg um die Lange Reihe wandelt sich sehr dynamisch, die Einzelhandelsbetriebe und das gastronomische Angebot verändern sich regelmäßig. Der Steindamm ist durch eine sehr vielfältige, migrantische Ökonomie und viele Hotels geprägt. Aufgrund des breiten Angebots an kulturellen Einrichtungen sowie der beiden großen Verkehrsknotenpunkte ZOB und Hauptbahnhof werden die Fußwege von St. Georg in die Innenstadt stark frequentiert. Hierbei stellen der Nord- und Südsteig des Hauptbahnhofs die zentrale, häufig überlastete Wegeverbindung dar (Kapitel 5.3).

Hammerbrook/City Süd

Die City Süd ist bisher mit den vielen Büro- und Gewerbebauten eher monofunktional geprägt. Seit einigen Jahren entstehen jedoch neue Wohnungs- und Hotelprojekte, die eine zunehmende Nutzungsmischung des Quartiers bewirken. Neben dem Wohnungsbauprojekt auf dem ehemaligen Sharp-Areal mit über 1 000 Wohnungen und am angrenzenden Sonninkanal haben 2014 und 2015 bereits bekannte Hotelketten mit knapp 1 000 Zimmern eröffnet. Auch in den nächsten Jahren sind weitere Wohn- und Hotelprojekte geplant. Die fußläufige Verbindung über die Amsinckstraße weist eine hohe Verkehrsbelastung auf. Daneben stellen die Bahngleise eine starke Barriere zu der Innenstadt dar. Der Ausbau der Fußwege ist insgesamt als unzureichend zu bewerten, sodass an dieser Stelle – auch vor dem Hintergrund der zunehmenden Nutzung durch Bewohner und Besucher – Verbesserungsbedarf besteht. Im Zuge der Neugestaltung der City-Hochhäuser sollte die fußläufige Wegeverbindung in die Umsetzung des Konzepts einfließen. Das Vorhaben bietet die Chance, die beiden Quartiere besser zu

verknüpfen und ein ansehnliches Entree in die Hamburger Innenstadt zu schaffen.

POSITION

Verbindungen in benachbarte Stadtteile schaffen und verbessern

Die Wegeverbindungen zwischen der Innenstadt und den benachbarten Quartieren sind insbesondere in Richtung Hammerbrook an die aktuellen Entwicklungen anzupassen. Bei der Neugestaltung des Deichtorplatzes sind daher die Belange der Fußgänger stärker zu berücksichtigen.

4.5 Öffentliche Räume innovativ gestalten

Prägend für das Stadtbild der Hamburger Innenstadt sind

- die Lage am Wasser,
- der Städtebau und die Architektur des 19. und 20. Jahrhunderts (Kapitel 2.5),
- die öffentlichen Räume mit ihren Straßen und Plätzen.

Daneben gibt es in der Innenstadt und am Wallring größere Grünanlagen, die ebenfalls das Bild der Innenstadt mitprägen.

Das Bild Hamburgs wird maßgeblich von der Innenstadt bestimmt. Prägend sind dabei nicht nur einzelne Gebäude mit einer hohen symbolischen Bedeutung (Kapitel 2.3.5), sondern auch das Erscheinungsbild der Innenstadt als Ganzes, das viele Hamburger und viele Besucher der Stadt sehr wertschätzen.

Die öffentlichen Räume in der Innenstadt tragen maßgeblich zu der Aufenthaltsqualität für die Bewohner und Besucher bei. Bei der Qualität der öffentlichen Räume gibt es jedoch auch in der Innenstadt noch erhebliche Defizite, die erst nach und nach – oft aufgrund privater Initiative – behoben werden.

Aufgrund der voraussichtlich weiter steigenden Bevölkerungszahl in Hamburg (Kapitel 2.4) dürften auch die Infrastruktur in der Innenstadt und die auf die Innenstadt zulaufende Infrastruktur stärker nachgefragt werden.

4.5.1 Öffentliche Räume in öffentlich-privater Partnerschaft neu gestalten

Die besondere Qualität der Hamburger Innenstadt beruht maßgeblich auf ihrer Lage am Wasser, die so ausgeprägt nur in wenigen europäischen Städten – allen voran St. Petersburg – zu finden ist. Vor allem die Lage zwischen der Binnenalster und der Norderelbe, aber auch der Alsterlauf und die Alsterfleece prägen das Stadtbild der Innenstadt sehr.

Die Gestaltung und Pflege der öffentlichen Räume ist traditionell eine Aufgabe der öffentlichen Hand. In den vergangenen drei Jahrzehnten hat die Stadt Hamburg die Gestaltung der Plätze allerdings vernachlässigt. Die jüngsten, von der Stadt initiierten und finanzierten Projekte in der Innenstadt sind die Neugestaltung des Rathausmarkts (1982), des Domplatzes (2009), der Domplatz-Achse (2011), die aber von Anfang an gravierende Mängel aufweist (Kapitel 5.4), sowie die als Promenade gestaltete Hochwasserschutzanlage an den St. Pauli-Landungsbrücken (2014–2016).

In der Hafencity hat die Stadt Hamburg demgegenüber seit 2002 zahlreiche Plätze, Straßen und Uferbereiche sehr hochwertig neu gestaltet; hier weisen die öffentlichen Räume eine sehr hohe Qualität auf. Die bekanntesten Projekte sind die Marco-Polo-Terrassen (2005), die Magellan-Terrassen, der Magdeburger Hafen und der Lohsepark (2016).

Ein vielseitiges Angebot an Sport- und Spielflächen für die ganze Familie steigert dabei die Aufenthaltsqualität der öffentlichen Räume. Vor allem Spielplätze mit einer ansprechenden Gestaltung, die auf die Bedürfnisse der Kinder ausgerichtet ist, sind ein beliebter Treffpunkt in verdichteten Quartieren und können sie somit weiter beleben.

BEST PRACTICE

Spielplatz Grasbrookpark

Der Spielplatz in dem rund 7 000 Quadratmeter großen Grasbrookpark wurde 2013 eröffnet. Das ursprüngliche Konzept des Spielplatzes wurde dabei um die Ideen von Kindern in Zusammenarbeit mit der Katharinenschule ergänzt. Heute charakterisiert sich der Spielplatz durch sein maritimes Flair, das mit dem Piratenschiff und den Wasserflächen immer wieder aufgegriffen wird. Neben den Spielgeräten für Kinder gibt es ebenfalls ein Angebot für Erwachsene mit Picknicktischen, Bänken und Trainingsgeräten. Der Spielplatz ist ein beliebter Treffpunkt für die Bewohner und Besucher der Hafencity geworden. Durch die Nähe zur U-Bahnhaltestelle Überseequartier zieht es vor allem am Wochenende auch Familien aus ganz Hamburg in den Grasbrookpark.

Alle anderen Projekte, in denen in den vergangenen 15 Jahren öffentliche Räume neu gestaltet werden, gehen maßgeblich auf private Initiativen zurück. Hierzu gehören der Dornbusch (2009) und der Gertrudenkirchhof (2006) sowie der Jungfernstieg, die in öffentlich-privater Partnerschaft neu gestaltet wurden. Die Projekte, die im Rahmen von Business Improvement Districts (BIDs) umgesetzt werden, finden deutschlandweit Beachtung. Für diese Form der öffentlich-privaten Partnerschaft hat Hamburg in beispielhafter Weise die Rahmenbedingungen geschaffen.

Tabelle 11: Seit 2000 von der Stadt Hamburg und von Privaten geschaffene Plätze und Uferbereiche in der Hamburger Innenstadt⁸¹

Platz/ Uferbereich	Stadtteil	Bauherr	Typ	Fläche [m ²]	Fertig- stellung
Bürgermeister- Petersen-Platz	Neustadt	BID Neuer Wall	Platz	700	2006
Dar-es-Salaam-Platz	Hafencity	HafenCity Hamburg GmbH	Platz/ Prom.	4 100	2011
Domplatz	Altstadt	FHH, Bezirksamt Hamburg-Mitte	Park	5 450	2009
Freiräume am Emporio-Hochhaus	Neustadt	Union Investment Real Estate AG	Platz	6 700	2012
Gertrudenkirchhof	Altstadt	FHH, Bezirksamt Hamburg-Mitte	Platz	2 700	2006
Grasbrookpark (mit Spielplatz)	Hafencity	HafenCity Hamburg GmbH	Park	7 100	2013
Heuberg	Neustadt	BID Hohe Bleichen/Heuberg	Platz	2 000	2009
Jungfernstieg	Neustadt/ Altstadt	FHH und Verein Lebendiger Jungfernstieg e. V.	Prom.	14 000	2006
Kornträgergang	Neustadt	FHH, Bezirksamt Hamburg-Mitte	Platz	2 500	2011
Lohsepark	Hafencity	HafenCity Hamburg GmbH	Park	44 400	2016
Magellan-Terrassen	Hafencity	HafenCity Hamburg GmbH	Prom.	5 600	2005
Marco-Polo-Terrassen	Hafencity	HafenCity Hamburg GmbH	Prom.	7 800	2007
Piazza Hanseforum	Neustadt	Dieter Becken, Antares Bau GmbH & Co. KG	Platz	1 750	2004
Quartier um St. Katharinen	Altstadt	Hochtief Projektentwicklung	Platz	5 000	2014
Sandtorpark	Hafencity	HafenCity Hamburg GmbH	Park	6 000	2011
Vasco-da-Gama-Platz	Hafencity	HafenCity Hamburg GmbH	Platz	2 720	2007
Vorplatz Hühnerposten	Altstadt	Omikron Grundstücksgesellschaft mbH	Platz	6 500	2004

⁸¹ Vgl. Architekten- und Ingenieurverein Hamburg e. V., Hrsg (2015): Hamburg und seine Bauten 2000–2015. Kiel/Hamburg, S. 612–640; Freie und Hansestadt Hamburg, Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt (2009): Hamburgs Grün zwischen Tradition und Trends. Streifzüge durch Parks und Naturlandschaften, Hamburg, eigene Schätzungen.

Neugestaltung des Jungfernstiegs (2004–2006)

Auf Initiative der Stiftung „Lebendige Stadt“ wurde der Jungfernstieg 2004 bis 2006 umfassend neu gestaltet. Zuvor hatte die Stadt Hamburg einen internationalen Ideenwettbewerb durchgeführt; den ersten Preis erhielten die Hamburger Landschaftsarchitekten WES & Partner und das Büro des Architekten André Poitiers. Die Neugestaltung kostete rund 16 Millionen Euro, von denen die Stadt 8,5 Millionen Euro aufbrachte. Die übrigen 7,5 Millionen Euro brachten sieben Hamburger Unternehmen und Familien auf, davon kamen allein 5 Millionen Euro von Werner Otto, dem Gründer des Versandhandelsunternehmens Otto.

Mit der Neugestaltung erhielt die Stadtseite des Jungfernstiegs wieder den Charakter eines Boulevards zum Flanieren. Die Wasserseite mit ihrer großzügigen, tribünenartigen Treppenanlage zur Binnenalster und ihren Cafés besitzt eine hohe Aufenthaltsqualität und wird als Ort zum Verweilen sehr gut angenommen.⁸²

Ideen zur Gestaltung der Innenstadtquartiere – auf Quartiersebene vorbereiten

Das vorliegende Standpunktepapier enthält keine konkreten Vorschläge zur Gestaltung von Straßen, Plätzen und Quartieren. Eine Entscheidung hierüber sollte der Stadt Hamburg und den Anliegern der Quartiere überlassen bleiben. Die Handelskammer schlägt hierfür Ad-hoc-Arbeitskreise vor, die die Initiative ergreifen und ihre Ideen mit der Stadt Hamburg weiterentwickeln sollten (Kapitel 5.5).

⁸² Stiftung Lebendige Stadt (o. J.): Kulturprojekte. Neugestaltung des Hamburger Jungfernstiegs. Hamburg; Aust, Rando (2012): Was macht eigentlich der „Lebendige Jungfernstieg“?. In: Lebendige Stadt Journal 25 (Dezember 2012), S. 28/29.

4.5.2 Eine zeitgemäße Stadtmöblierung für die Innenstadt schaffen

Bei der Gestaltung von Straßen, Plätzen und Quartieren kommt es auch entscheidend auf die Stadtmöblierung an, wie hoch die Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums ist. Stadtmöblierung ermöglicht und erleichtert die Nutzung des öffentlichen Raums und ist in der Regel fest in dem öffentlichen Raum installiert. Es unterstützt beispielsweise das Verweilen, das Erholen und das Kommunizieren. Es kann aber auch eine unerwünschte Nutzung verhindern, wie das Parken von Pkw auf Fußwegen.⁸³

Zum Stadtmöblierung zählen vor allem folgende Objekte:

- Bänke,
- Beleuchtung/Lampen,
- Beschilderung,
- Werbeflächen/Litfaßsäulen,
- Papierkörbe,
- Fahrradbügel,
- Poller und
- Blumenkübel.

Die Stadtmöblierung muss einerseits die ihr zugeschriebene Funktion erfüllen, gleichzeitig aber auch ansprechend gestaltet sein.

In der Hamburger Innenstadt besteht in dieser Hinsicht an vielen Straßen und Plätzen Nachholbedarf, wirkt das Stadtmöblierung an vielen Orten doch nicht mehr zeitgemäß und für eine Weltstadt nicht angemessen. In der Hafencity sind hingegen bereits viele Plätze mit

⁸³ Vgl. Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, Hrsg. (2015): Neue Mobilitätsformen, Mobilitätsstationen und Stadtgestalt, S. 10.

einem hochwertigen Mobiliar gestaltet worden. Mit den BIDs ist Hamburg ebenfalls auf einem guten Weg, mit einer gezielten Auswahl der Objekte eine hochwertige und ansprechende Gestaltung zu schaffen.

Neue Rahmenbedingungen stellen zukünftig neue Anforderungen an die Stadtmöblierung der Hamburger Innenstadt. So schafft die anhaltende Digitalisierung neue Möglichkeiten für die Beschilderung und Werbeflächen in der Innenstadt. Mit dem demografischen Wandel wird die Hamburger Bevölkerung zunehmend älter. Daher gilt es, mehr Ruhe- und Erholungsmöglichkeiten in der Innenstadt zu schaffen. Hierbei wird es vor allem darauf ankommen, ausreichend Sitzmöglichkeiten in der Innenstadt zu gewährleisten. Schließlich ist es durch den Wandel im Mobilitätsverhalten notwendig, neue Formen des Stadtmobiliars in den öffentlichen Raum zu integrieren, unter anderem Ladestationen für E-Fahrzeuge, Terminals oder Überdachungen.⁸⁴

Damit die öffentlichen Räume auch in Zukunft zu einem Aufenthalt einladen und ein attraktives Erscheinungsbild aufweisen, sollte das Thema Stadtmöblierung in der Innenstadt in die Diskussionen aufgenommen werden, unter anderem im Rahmen der Innenstadt-Allianz 2021 (Kapitel 5.5). Dort sollte die aktuelle Möblierung bewertet und neue Elemente entwickelt werden. Ein Wettbewerb würde dabei neue Ideen und das fachliche Know-how liefern. Ziel der Stadtmöblierung in der Innenstadt muss es in Zukunft sein, ein internationales Flair auszustrahlen und parallel die Individualität der Gebäudeensembles und der einzelnen Straßenzüge hervorzuheben.

POSITION

Neue Ideen für die Stadtmöblierung

Im Rahmen der Innenstadt-Allianz 2021 werden neue Konzepte für eine zukunftsfähige Stadtmöblierung entwickelt. Wir regen dazu an, dass von der Stadt Hamburg ein Wettbewerb mit neuen Ideen durchgeführt wird.

4.5.3 Wasserlagen – Hamburgs Alleinstellungsmerkmal inszenieren

Die vielen Wasserlagen sind charakteristisch für die Hansestadt. Für die Bewohner genauso wie für die Besucher und Touristen hat das Wasser eine hohe Anziehungskraft zum Verweilen und Flanieren. In der Innenstadt treffen die Elbe und die aufgestaute Alster, die durch Fleete miteinander verbunden sind, aufeinander.

Die Wasserlagen in der Innenstadt weisen eine sehr unterschiedliche Qualität auf. Aktuell werden an den Uferbereichen am Baumwall sowie am Bleichenfleet neue Fußgängerwege am Wasser geschaffen. Während der Jungfernstieg sowie die Uferlagen in der Hafencity bereits aufwendig neu gestaltet wurden, besteht an vielen Fleeten und am Ballindamm großer Nachholbedarf. Vor allem die kleineren Fleete machen den Charme der Lage Hamburgs am Wasser aus, werden aber nicht regelmäßig gepflegt oder hochwertig gestaltet. Dies ist allerdings zum Teil der Tideabhängigkeit geschuldet. Auch die Treppenanlage der kleinen Alster bietet großes Potenzial, ist aber in der Regel nicht sauber und lädt daher nicht zu einem längeren Aufenthalt ein.

Die Fleete können viel stärker als verknüpfendes Element zwischen Alster und Elbe genutzt werden. Dazu müssen mehr Uferbereiche öffentlich zugänglich sein und eine ansprechende Gestaltung aufweisen.

⁸⁴ Vgl. Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, Hrsg. (2015): Neue Mobilitätsformen, Mobilitätsstationen und Stadtgestalt, S. 10.



Jungfernstieg.

Wichtige Gestaltungselemente sind

- Treppen,
- Bänke,
- Begrünung und
- Beleuchtung.

Die Kern-City kann dabei auch von der Hafencity lernen, wo die Uferbereiche durch die Stadt aufwendig neu gestaltet wurden. Dies kann im Rahmen der Innenstadt-Allianz 2021 (Kapitel 5.5) erfolgen.

Ein einheitliches Beleuchtungskonzept für die Flote entwickeln

Mit einem einheitlichen Beleuchtungskonzept für die Flote könnte Hamburg dieses Alleinstellungsmerkmal deutlich stärker als bisher inszenieren und diese Einzigartigkeit hervorheben.

Hochwertige Veranstaltungen am und auf dem Wasser

Die Wasserwege werden durch den Wassersport, die Hafen- und Alsterrundfahrten sowie durch Außengas-

tronomie auf Pontons genutzt. Die Wasserlichtkonzerte im Park „Planten un Blomen“, die in den Sommermonaten jeden Abend stattfinden, ziehen jährlich mehrere hunderttausend Besucher an.

Vereinzelt werden auf dem Wasser auch kulturelle Nutzungen angeboten, wie das Binnenalster-Filmfest oder das Theaterschiff „Das Schiff“. Es sind daher neue Konzepte gefragt, die das Wasser mit neuen Nutzungen bespielen. Das traditionell im Hafen stattfindende Elbjazz-Festival würde sich beispielsweise anbieten, in die Flote hinein ausgedehnt zu werden.

POSITION

Wasserlagen neu inszenieren

Wir fordern die Stadt Hamburg auf, in die Gestaltung der Uferzonen zu investieren und die Instandhaltung zu intensivieren. Hierfür regen wir an, die Wasserlagen in ein ganzheitliches Beleuchtungskonzept einzubinden und somit das Alleinstellungsmerkmal Hamburgs neu zu inszenieren.

4.5.4 Öffentliche Räume pflegen

Das Straßenbild Hamburgs, insbesondere in der Innenstadt, ist die Visitenkarte für Einwohner, Besucher und Touristen. Sauberkeit stärkt den Wohlühlcharakter der Stadt. Die Menschen, die die Standards von Einkaufszentren als selbstverständlich annehmen, haben immer höhere Erwartungen hinsichtlich des Erscheinungsbilds des öffentlichen Raums.

Für das Erscheinungsbild des öffentlichen Raums ist in erster Linie die Stadt Hamburg verantwortlich; hierzu gehören

- die Instandhaltung der Straßen und Plätze,

- die Reinigung des öffentlichen Raums,
- die Pflege und Instandhaltung des Stadtmobiliars (Kapitel 4.5.2).

Der Senat hat seine Anstrengungen bei der Instandhaltung der Straßen, die lange vernachlässigt wurde, wieder verstärkt. Bei der Erneuerung der Rad- und Fußwege in der Innenstadt besteht jedoch noch Nachholbedarf.

Die Reinigung des öffentlichen Raums in der Innenstadt wird überwiegend von der Stadtreinigung Hamburg wahrgenommen; hierfür zahlen die Grundeigentümer eine Gebühr, die von der Häufigkeit der Reinigung abhängt. Der Kern der Innenstadt wird regelmäßig und gründlich gereinigt. Auch sind mehrere erfolgreiche Projekte, etwa größere Müllgefäße, realisiert worden. Aber es gibt nach wie vor erhebliche Defizite:

- Gerade für die Tageszeiten, in den die Innenstadt stark frequentiert ist, also vor allem am Nachmittag und an den Samstagen, reichen die Kapazitäten der Stadtreinigung Hamburg nicht aus, sodass zu selten gereinigt wird,
- in einigen Nebenstraßen und in den benachbarten Quartieren, vor allem in St. Georg und im Karolinenviertel, werden die öffentlichen Räume zu selten gereinigt,
- erhebliche Defizite gibt es zudem im Umfeld des Hauptbahnhofs.

Die Pflege des öffentlichen Grüns, wie das Reinigen des sogenannten Begleitgrüns und das Ausschneiden der Bäume, findet zu unregelmäßig statt. Dies betrifft beispielsweise die Grünstreifen auf dem Ballindamm und an der ABC-Straße sowie die Bäume auf dem Gerhart-Hauptmann-Platz und in der Spitalerstraße.

Die Stadt ist daher aufgefordert, die Defizite konsequent zu beheben. Hierzu regen wir ein Anliegenma-

POSITION

Facility Management für den öffentlichen Raum

Das Bezirksamt Hamburg-Mitte ist aufgefordert, ein Anliegenmanagement einzurichten, das Beschwerden der Anlieger, der Gewerbetreibenden und der Grundeigentümer aufnimmt und die benannten Defizite kurzfristig behebt.

nagement an, das Beschwerden der Anlieger, der Gewerbetreibenden und der Grundeigentümer aufnimmt und die benannten Defizite kurzfristig behebt.

Von den District-Managern in den BIDs wird dies beispielhaft umgesetzt. Dem Bezirksamt Hamburg-Mitte fehlen hierfür offenbar die Mittel. Die Finanzbehörde ist daher aufgefordert, gemeinsam mit den Bezirksämtern einen Workflow zu entwickeln, der den Behörden, der Stadtreinigung und anderen die Arbeit erleichtert.

4.5.5 Eine barrierefreie Innenstadt schaffen

Die Barrierefreiheit gewinnt vor dem Hintergrund des demografischen Wandels, vor allem wegen des steigenden Anteils älterer und körperlich behinderter Menschen,⁸⁵ die sich gleichwohl unabhängig in der Stadt bewegen möchten, immer mehr an Relevanz. Hiervon profitieren aber auch Menschen mit Kindern in Kinderwagen.

In Ländern wie den USA oder Dänemark gehört Barrierefreiheit bereits zum Qualitätsstandard. Diese Erwartungshaltung gilt entsprechend auch für internationale Reisende in Hamburg.

⁸⁵ Nach Angaben des Hamburger Versorgungsamts betrug der Anteil an Menschen mit Behinderung im Jahr 2010 rund 13,6 Prozent der Gesamtbevölkerung.

⁸⁶ IfH Institut für Handelsforschung GmbH, Hrsg. (2014): Besucherbefragung „Vitale Innenstadt“ 2014.

Neuere Untersuchungen kommen in Hamburg zu einem uneinheitlichen Bild. So bewerten die Innenstadtbesucher die Barrierefreiheit mit der Schulnote 3,0.⁸⁶ Dies ist ein bedenklich schlechter Wert. Andererseits steht Hamburg im deutschlandweiten Vergleich bei der Bewertung der Barrierefreiheit auf Platz drei nach München und Frankfurt.⁸⁷

Wichtige Bausteine sind

- Landesaktionsplan zur Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention von 2006, den der Senat 2012 beschlossen hat; hierzu gehören Themen wie Bildung, Beschäftigung, Gesundheit, selbstbestimmtes Leben sowie Zugänglichkeit und Barrierefreiheit,
- das Projekt „Tourismus für Alle“, das der Lebenshilfe Landesverband Hamburg e.V. seit 2014 mit der Handelskammer und weiteren touristischen Akteuren durchführt; inklusives Reisen sowie die Kommunikation zwischen Reisenden mit Behinderung und den touristischen Leistungsträgern sollen gestärkt werden.
- die Aktivitäten der Hamburg Tourismus GmbH, die seit 2015 über barrierefreies Reisen informiert, touristische Leistungsträger auf Barrierefreiheit überprüft und gegebenenfalls zertifiziert.

Die Stadt Hamburg und die Wirtschaft sind darüber hinaus aufgefordert, die Innenstadt (ebenso wie andere Quartiere) barrierefrei oder zumindest barrierearm zu gestalten. Dies betrifft öffentliche Räume, öffentliche Gebäude, Einzelhandelsgeschäfte, Hotels und Restaurants, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Bahnhöfe und Bushaltestellen ebenso wie öffentliche Toiletten oder die Beschilderung.

Die Stadt Hamburg sollte hierzu gemeinsam mit den maßgeblichen Immobilieneigentümern und -betreibern ein Konzept zur Schaffung einer barrierefreien Innenstadt erarbeiten und innerhalb von zehn Jahren umsetzen.

Hierzu gehören

- abgesenkte Bordsteine,
- Leitsysteme für blinde Menschen,
- der weitere Umbau der U- und S-Bahnstationen,
- barrierefreie Parkhäuser,
- der barrierefreie Zugang zu Gebäuden,
- barrierefrei erreichbare öffentliche Toiletten.

POSITION

Barrierefreie Innenstadt

Die Stadt Hamburg sollte bei der Fortschreibung des Landesaktionsplans vermehrt quantitative Ziele setzen und konkrete Jahreszahlen nennen, bis einzelne Projekte umgesetzt werden sollen. Insbesondere die Anzahl öffentlicher Toiletten, abgesenkter Bordsteine sowie Leitsysteme für blinde Menschen sollten in der Innenstadt weiter ausgebaut werden.

4.5.6 Business Improvement Districts – Instrument weiterentwickeln

Business Improvement Districts (BIDs) sind ein Instrument der Innenstadtentwicklung, für das Hamburg mit dem Gesetz zur Stärkung von Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gewerbezentren (GSED) 2005 den rechtlichen Rahmen geschaffen hat. Auch hier geht die Initiative von der Wirtschaft aus. Kennzeichnend für BIDs ist, dass das Budget von allen Grundeigentümern des Quartiers aufgebracht wird.

⁸⁷ Untersuchung der InnoFact AG im Auftrag der Aktion Mensch (2016).

Die BID-Initiatoren organisieren einen Diskussionsprozess, der häufig mehrere Jahre dauert. Sie verständigen sich auf ein Maßnahmen- und Finanzierungskonzept und auf einen Aufgabenträger, der das Konzept während der gesamten BID-Laufzeit umsetzt. Das Hamburgische BID-Gesetz sieht für den Gründungsprozess vor:

1. den BID-Antrag des BID-Aufgabenträgers. Hierfür braucht er die Zustimmung der Eigentümer von 15 Prozent der Grundstücke im BID-Quartier, die zugleich 15 Prozent der Fläche repräsentieren. Zum BID-Antrag gehören das detaillierte Maßnahmen- und Finanzierungskonzept und die Dauer des BIDs (maximal fünf Jahre);
2. die öffentliche Auslegung des BID-Antrags durch das Bezirksamt; innerhalb eines Monats können die Grundeigentümer der Einrichtung eines BID widersprechen. Sofern die Eigentümer von mehr als einem Drittel der im BID-Gebiet gelegenen Grundstücke oder von mehr als einem Drittel der im BID-Gebiet gelegenen Grundstücksfläche widersprechen, kann das BID nicht eingerichtet werden;
3. die Prüfung der Antragsunterlagen durch das Bezirksamt.

Sobald der Senat das BID durch eine Rechtsverordnung in Kraft setzt, versendet die Finanzverwaltung die Abgabenbescheide an alle Grundeigentümer im BID-Quartier. Die Bemessungsgrundlage ist der Einheitswert der einzelnen Grundstücke.

In der Hamburger Innenstadt sind seit 2005 insgesamt elf BIDs gegründet worden, in denen die Grundeigentümer insgesamt 40,8 Millionen Euro aufwenden. Das erste BID-Projekt in der Innenstadt war der Neue Wall, der schon 2005/06 neu gestaltet wurde. Seitdem sind auch das benachbarte Passagenviertel, die Hohen Bleichen, der Heuberg und die Dammtorstraße umgestaltet worden.⁸⁸

⁸⁸ Handelskammer Hamburg; Freie und Hansestadt Hamburg, Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen; Hrsg. (2016): 10 Jahre Business Improvement Districts in Hamburg. Hamburg.

Aktuell werden das Nikolai-Quartier und das Quartier Gänsemarkt neu gestaltet. Zudem laufen die Vorbereitungen für das BID Mönckebergstraße.

ERKLÄRT

Business Improvement Districts (BIDs)

Jahrzehntelang war bei der Gestaltung und Pflege des öffentlichen Raums ein Marktversagen (unvollkommener Markt) zu beobachten. Öffentliche Güter wurden, obwohl sie von vielen Akteuren gewünscht wurden, nicht oder nicht im gewünschten Umfang produziert.

Dieses Problem kann nur das Instrument der Business Improvement Districts (BIDs) lösen. BIDs kommen überall dort zur Anwendung, wo es einen ausreichend großen Kreis von Akteuren gibt, die ein eigenes Interesse an der Produktion dieser öffentlichen Güter haben. So gehören denn auch die Gestaltung und Pflege des öffentlichen Raums sowie ein professionelles Marketing und Quartiersmanagement regelmäßig zu den BID-Maßnahmen. In BIDs werden die Betroffenen aktiv; so wird das Subsidiaritätsprinzip umgesetzt.

Das BID-Instrument greift jedoch nicht, wenn es keinen ausreichend großen Kreis von Akteuren gibt, die ein eigenes Interesse an den BID-Maßnahmen haben; dies ist der Fall, wenn es sich um Vorhaben handelt, die sehr hohe Investitionen erfordern, oder wenn es nicht ausreichend Anlieger gibt, beispielsweise bei Wasserlagen. Hier kann nur die Stadt aktiv werden.

Die meisten Straßen, die im Rahmen von BIDs umgestaltet wurden, sind weiterhin für den Pkw-Verkehr erreichbar. Allerdings wurden überall breitere Fußwege mit hoher Qualität geschaffen.

Tabelle 12: Business Improvement Districts (BIDs) in der Hamburger Innenstadt

	BID-Budget (in Euro)	In Kraft seit	Laufzeit	Aufgabenträger
Hohe Bleichen/Heuberg I	1 947 500	20.05.2009	5 Jahre	Zum Felde GmbH
Hohe Bleichen/Heuberg II	909 249	07.04.2015	5 Jahre	Zum Felde BID Projektgesellschaft mbH
Neuer Wall I	5 966 000	01.10.2005	5 Jahre	Otto Wulff Bauunternehmung GmbH & Co KG
Neuer Wall II	3 184 100	01.10.2010	5 Jahre	Otto Wulff BID-GmbH
Neuer Wall III	3 999 250	01.10.2015	5 Jahre	Otto Wulff BID-GmbH
Nikolai-Quartier	9 320 000	05.08.2014	5 Jahre	Otto Wulff BID GmbH
Opernboulevard I	2 250 000	09.04.2011	3 Jahre	Otto Wulff BID GmbH
Opernboulevard II	683 350	08.07.2014	3 Jahre	Otto Wulff BID GmbH
Passagenviertel I	5 056 951	06.08.2011	5 Jahre	Zum Felde GmbH
Passagenviertel II	3 403 454	17.08.2016	5 Jahre	Zum Felde BID Projektgesellschaft mbH
Quartier Gänsemarkt	4 122 209	04.07.2015	4 Jahre	Otto Wulff BID GmbH

Quelle: Handelskammer Hamburg Anmerkung: nur private Mittel

BID-Koordination im Bezirksamt Hamburg-Mitte verstetigen

Ein wichtiger Erfolgsfaktor der Hamburger BIDs ist die gute Koordinierung der BID-Maßnahmen mit der Verwaltung, insbesondere den Bezirksämtern. Wegen der großen Zahl der BIDs in der Innenstadt ist hier gerade das Bezirksamt Hamburg-Mitte gefordert.

In jüngster Zeit war das Bezirksamt nicht immer in der Lage, einen BID-Koordinator zu benennen. Wir regen an, diese Tätigkeit zu verstetigen. Dies erfordert ein Mitarbeiteräquivalent im Bezirksamt, erleichtert aber die interne Abstimmung zwischen den einzelnen Ämtern und beschleunigt die Umsetzung der Maßnahmen erheblich.

Das Beispiel des Neuen Walls ist typisch, denn gerade in den BID-Initiativen werden die Belange der Fußgänger – „auf der letzten Meile“ vor dem Besuch des



Die Dammtorstraße im BID Opernboulevard, rechts die Staatsoper.

Einzelhandelsgeschäfts – und die Barrierefreiheit im öffentlichen Raum beispielhaft umgesetzt.

Neben der Neugestaltung finanzieren die Grundeigentümer auch in das Maintenance des öffentlichen Raums – und machen damit gerade das, was die Stadt bei den von ihr finanzierten Projekten oft vernachlässigt.

BEST PRACTICE***BID Neuer Wall***

Im Rahmen eines Business Improvement Districts (BID) wurde die Geschäftsstraße Neuer Wall 2005/06 umfassend neu gestaltet. Die Fußwege wurden verbreitert und neu gepflastert. Möglich wurde dies, weil einer der beiden Fahrstreifen aufgegeben wurde. Die Fahrbahn wurde neu asphaltiert; die Parkstreifen und die besonders markierten Ladezonen wurden ebenfalls neu gepflastert. Die Bordsteinkanten wurden abgesenkt und die Fahrtgeschwindigkeit auf 20 km/h reduziert, sodass die Fußgänger die Fahrbahn vergleichsweise leicht queren können. Die Grundlagen für die Neugestaltung des öffentlichen Raums wurden in einem beschränkten Gutachterverfahren erarbeitet; die Auswahl des freiraumplanerischen Entwurfs wurden vom BID-Lenkungsausschuss gemeinsam mit Vertretern der Bezirksversammlung Hamburg-Mitte und der Verwaltung vorgenommen. Alle weiteren Entscheidungen traf der BID-Lenkungsausschuss in Abstimmung mit der Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt, dem Oberbaudirektor und mit dem Bezirksamt.

Aufgrund der privaten Initiative der Grundeigentümer wurde damit am Neuen Wall eine für Fußgänger sehr attraktive Geschäftsstraße geschaffen, die zugleich ausreichend Stellplätze für Pkw-Kunden bietet.

sigt. In den BIDs werden zum Beispiel mehr Bodenplatten angeschafft als zunächst gebraucht werden, um zerstörte Platten mit denselben Bodenplatten zu ersetzen.

In mehreren Quartieren wurde nach dem Ende der Laufzeit des ersten BID bereits ein zweites oder drittes BID gegründet, um die BID-Aktivitäten fortzusetzen.

Weitere BIDs werden beispielsweise in der Mönckebergstraße vorbereitet.

Das Instrument der BIDs gezielt weiterentwickeln

Das Instrument der BIDs hat sich bewährt. Hamburg hat damit deutschlandweit eine Vorbildfunktion übernommen. Durch die BIDs sind große Teile der Innenstadt heute deutlich attraktiver als noch vor zehn Jahren. Um den Erfolg der BIDs zu verstetigen, sind Bürgerschaft und Senat aufgefordert, das BID-Instrument gezielt weiterzuentwickeln.

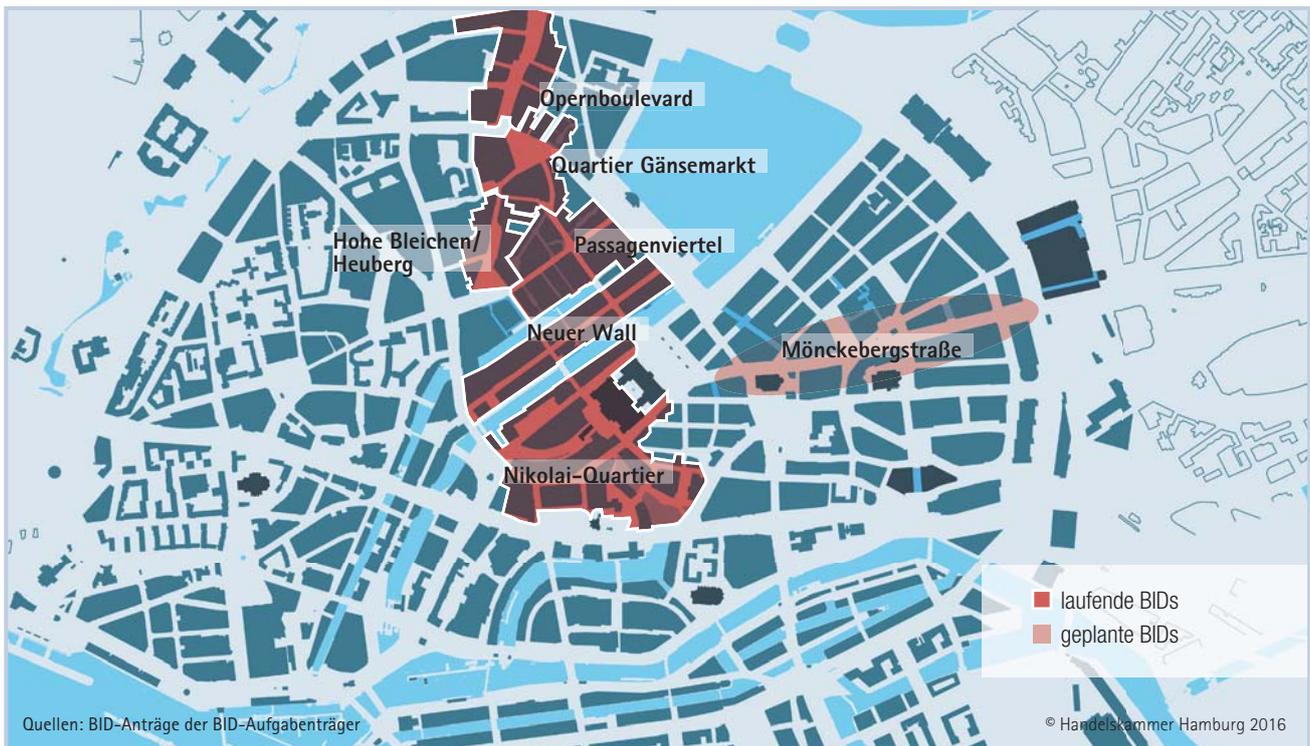
Eine sichere finanzielle Basis – Grundlage für alle BID-Projekte

Nach der Einrichtung eines BIDs durch eine Rechtsverordnung des Senats versendet die Finanzverwaltung die Abgabenbescheide an alle Grundeigentümer des BID-Quartiers. Die von der Stadt eingezogenen Mittel werden an den BID-Aufgabenträger weitergeleitet, der das Maßnahmen- und Finanzierungskonzept umsetzt. Es ist jedoch immer wieder zu beobachten, dass einzelne Grundeigentümer die BID-Abgabe erst mit deutlicher Verzögerung zahlen, sodass der BID-Aufgabenträger das Maßnahmen- und Finanzierungskonzept zunächst nur teilweise umsetzen kann.

POSITION***Den BIDs mehr Rückenwind verleihen***

Um sicherzustellen, dass das Maßnahmen- und Finanzierungskonzept in BIDs wie vorgesehen realisiert werden kann, regen wir an, dass die Stadt Hamburg den BID-Aufgabenträgern das volle BID-Budget garantiert und frühzeitig auszahlt.

Abbildung 22: Business Improvement Districts (BIDs) und BID-Initiativen in der Hamburger Innenstadt



Die Stadt müsste die Zwischenfinanzierung der zu spät eingehenden BID-Abgaben übernehmen beziehungsweise – etwa aufgrund von Härtefallregelungen – nicht eingehende BID-Abgaben komplett übernehmen. Angesichts des umfassenden privaten Engagements und des großen Nutzens, den auch die Stadt daraus zieht, wäre eine solche finanzielle Beteiligung der Stadt angemessen.

Wohnungseigentum: Befreiung von der Abgabepflicht?

In einigen BIDs stellt sich ein Akzeptanzproblem: Die BID-Maßnahmen dienen vorrangig den gewerblichen Nutzern, vor allem dem Einzelhandel, der Gastronomie, der Hotellerie und den Dienstleistern in den Erdgeschoss, aber auch anderen Büromietern. Die Eigentümer der darüber liegenden Wohnungen profitieren dagegen kaum. Da sie als Wohnungseigentümer jedoch auch einen Eigentumsanteil am Grundstück besitzen, sind sie grundsätzlich genauso abgabepflichtig wie die Eigentümer der Gewerbeflächen. Auf-

grund dieses Auseinanderfallens von persönlichen Kosten und Nutzen ist es oft schwierig, diese Eigentümer von einem BID zu überzeugen. Es drohen Widersprüche, die im ungünstigsten Fall die Durchführung des BIDs insgesamt verhindern könnten.

Eine Möglichkeit, diesem Problem zu begegnen, wäre die Befreiung der Wohnungseigentümer von der Abgabepflicht. Dadurch könnte die Akzeptanz von BIDs erhöht werden. Solche Befreiungen verringern jedoch das Gesamtbudget eines BID.

BEST PRACTICE

BIDs in New York City: Wohnungseigentümer zahlen einen symbolischen Beitrag

Vorstellbar wäre eine Regelung wie in New York City, wo es rund 70 BIDs gibt. Dort zahlen Wohnungseigentümer als BID-Abgabe einen symbolischen Beitrag von 1 US-Dollar.

Wir regen an, den Nutzen, den Wohnungseigentümer aus den BIDs ziehen, empirisch untersuchen zu lassen, und zu prüfen, ob das Hamburgische BID-Gesetz eine solche Befreiung bereits zulässt oder ob insoweit eine Novellierung erforderlich ist.

Schlüsselprojekte, große Infrastrukturvorhaben und Wasserlagen – auch in Zukunft eine städtische Aufgabe

In den Business Improvement Districts haben die Grundeigentümer, auch im wohlverstandenen eigenen Interesse, viel für die Aufwertung ihrer Quartiere geleistet. Bei größeren Projekten ist aber auch in Zukunft die Stadt Hamburg aufgefordert zu investieren. Hierzu zählen

- Schlüsselprojekte wie beispielsweise eine Neugestaltung des Rathausmarkts,
- Große Infrastrukturvorhaben wie die Umgestaltung der Kreuzung am Deichtor oder eine Untertunnelung der Willy-Brandt-Straße (Kapitel 5.2),
- die Gestaltung von Wasserlagen (Kapitel 4.5.3) wie etwa am Ballindamm, die mit einer Umgestaltung der Häuserseite im Rahmen eines BID kombiniert werden könnte.

POSITION

Schlüsselprojekte für die Innenstadt – auch in Zukunft eine städtische Aufgabe

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, auch in Zukunft in die Innenstadt zu investieren, insbesondere in Schlüsselprojekte, große Infrastrukturvorhaben und die Gestaltung der Wasserlagen.

4.5.7 Öffentliche Räume vielfältig nutzen

Die Vielzahl von Unternehmen, die vielen publikumsbezogenen Nutzungen und vor allem die hohe Fußgängerfrequenz macht die öffentlichen Räume in der Innenstadt zu einem gefragten Austragungsort für Events aller Art (Kapitel 4.5.8) und für Außengastronomie. Die Innenstadt hat zudem eine hohe Anziehungskraft für Demonstranten und Bettler, die von der hohen Frequenz profitieren möchten.

Sie alle möchten die öffentlichen Räume der Innenstadt nutzen, die grundsätzlich dem allgemeinen öffentlichen Verkehr, dem sogenannten Gemeingebrauch, gewidmet sind. Zu Recht reglementiert die Stadt Hamburg daher die Nutzung der öffentlichen Räume, die über den Gemeingebrauch hinausgeht.

Außengastronomie – Vereinbarungen zwischen Wirtschaft und Bezirksamt

Ein breites Angebot an Gastronomiebetrieben, die ihre Gäste in den Sommermonaten auch im Straßenraum bewirten, gehört heute zum selbstverständlichen Angebot einer Metropole (Kapitel 4.2.6).

Hierfür benötigen die Gastronomen eine Sondernutzungsgenehmigung, die vom Bezirksamt Hamburg-Mitte ausgestellt wird. Sie legt fest, wann welche Bereiche des öffentlichen Raums gastronomisch genutzt werden.

Die Gastronomen sollten im Grundsatz die Möglichkeit erhalten, die Möblierung und Bewirtschaftung nach ihren Vorstellungen zu gestalten. Im Kernbereich der Innenstadt, insbesondere rund um die Binnenalster, in den Hauptgeschäftsstraßen, in den BID-Quartieren und in den Wasserlagen der Hafencity, sollte sich die Außengastronomie jedoch am wertigen Erscheinungsbild des Gebäudes und des öffentlichen Raums orientieren.

Abbildung 23: Öffentliche Räume in der Hamburger Innenstadt



Hierzu haben sich die ansässigen Unternehmen und das Bezirksamt Hamburg-Mitte in mehreren BID-Quartieren auf ein hochwertiges Erscheinungsbild der Außengastronomie verständigt. Dazu gehören

- Tische, Stühle und Bänke aus hochwertigen, zeitgemäßen Materialien,
- hochwertige Sonnenschirme,
- zurückhaltende Einfriedigungen als Begrenzung der Außengastronomie,
- regelmäßiges Abräumen von Geschirr und Besteck.

BEST PRACTICE

Gestaltungskatalog „Tisch und Stuhl auf Münsters Pflaster“

Die Stadtverwaltung und die Gastronomen in der Münsteraner Innenstadt haben 2009 einen „Gestaltungskatalog“ erarbeitet. Er regelt für Stühle und Bänke, Tische, Schirme, Begrenzungen, Servicestationen und andere Sondermöbel sowie für Tischdecken und Stuhlaufgaben, welche Materialien und Farben erlaubt und welche verboten sind. Der Gestaltungskatalog nimmt dabei eine Differenzierung zwischen dem zentralen Bereich der Innenstadt und deren Randbereichen vor.

Einen Gestaltungsleitfaden für die Außengastronomie hat auch die Hafencity Hamburg GmbH für die Hafencity entwickelt. Er regelt die Gestaltung der Außenraummöblierung sowie den Sonnen- und Oberflächenschutz.

Stadt Münster, Hrsg. (2009): Tisch und Stuhl auf Münsters Pflaster. Möblierungselemente für die Außengastronomie in Münsters Altstadt. Münster. www.muenster.de/stadt/.../61_stadtgestaltung_tisch_und_stuhl_leitfaden.pdf (abgerufen am 28. September 2016); Hafencity Hamburg GmbH, Hrsg. (2013): Gestaltungsleitfaden für die Außengastronomie in der Hafencity. Hamburg

Wünschenswert wäre eine stärkere Kontrolle der Einhaltung seitens des Bezirksamts. Auch die Vergabe langfristiger Sondernutzungsgenehmigungen könnte zu mehr Planungssicherheit und vor allem für neue Investitionen im Außenbereich führen.

Vergleichbare Vereinbarungen sollten auch in anderen Quartieren der Innenstadt angestrebt werden.

Die Innenstadt zum „Third Place“ weiterentwickeln

Die Innenstadt wird ihre Position als „Third Place“, als ein Ort, an dem viele Menschen sich gerne aufhalten, nur behaupten können, wenn es zahlreiche, attraktive Veranstaltungen anbietet, die ein breites Publikum oder auch eine klar definierte Zielgruppe ansprechen.

Beispielhaft hat das BID Neuer Wall 2014 erstmals die Aktion „Auf die Plätze ...!“ ins Leben gerufen, die gezielt diejenigen Menschen anspricht, die im Neuen Wall

BEST PRACTICE

„Auf die Plätze ...!“ Tische und Stühle am Neuen Wall

Tische und Stühle, um in der Mittagspause den mitgebrachten Salat zu essen oder um einfach zu paar Minuten auszuruhen. Angeregt durch vergleichbare Aktionen in New York hat das BID Neuer Wall im Spätsommer 2014 Tische und Stühle auf dem Bürgermeister-Petersen-Platz aufgestellt. Jeder kann sich dorthin setzen, auch ohne bei der ebenfalls temporären Gastronomie etwas zu essen oder zu trinken zu bestellen. Nach anfänglichem Zögern nutzen die Hamburger und die Städtetouristen dieses Angebot sehr intensiv, vor allem an den Abenden, an denen Jazzlounge-Künstler für die Musik auf dem Platz sorgen.

Nähere Informationen: www.bid-neuerwall.de

arbeiten oder ihn besuchen und sie veranlasst, etwas länger in der Innenstadt zu verweilen. 2015 ist sie gemeinsam mit dem BID Hohe Bleichen auch auf dem Heuberg umgesetzt worden.

Bisher ist die Beantragung von Sondernutzungsgenehmigungen sowohl für die Veranstalter als auch für das Bezirksamt Hamburg-Mitte mit einem hohen Aufwand verbunden. Der Aufwand ließe sich reduzieren, indem das Bezirksamt mehr Transparenz bezüglich der Kriterien, nach denen es die Anträge bewertet, und der Gebühren herstellt.

POSITION

BIDs organisieren die Bewirtschaftung von Plätzen in der Innenstadt

In einem Modellprojekt übernimmt ein BID für mehrere Jahre die Bewirtschaftung eines Platzes in der Innenstadt. In Betracht kämen hierfür insbesondere kleinere Plätze, sodass die Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs und der Gemeingebrauch nicht nennenswert beeinträchtigt würden. Auch Demonstrationzüge wären hiervon nicht betroffen. In einem solchen Modellprojekt wäre der BID-Aufgabenträger für

- *die Ausgestaltung von Kulturveranstaltungen,*
- *das Aufstellen von Tischen und Stühlen wie bei der Aktion „Auf die Plätze ...!“*
- *die Bewirtschaftung,*
- *die regelmäßige Reinigung*

des Platzes verantwortlich.

Das BID und das Bezirksamt Hamburg-Mitte vereinbaren vorab

- *die Dauer und die genaue räumliche Abgrenzung der Veranstaltungen,*
- *die Ausgestaltung der Veranstaltungen, die nicht in erster Linie einen kommerziellen Charakter haben sollten,*
- *die Höhe der Sondernutzungsgebühren,*
- *die Laufzeit der Vereinbarungen (mehrere Jahre).*

Die Sondernutzungsgebühren sollten gegenüber den üblicherweise vom Bezirksamt Hamburg-Mitte erhobenen deutlich reduziert werden, weil die Veranstaltung nicht der Gewinnerzielung, sondern der Belebung der Innenstadt dient und weil sich für das Bezirksamt der Verwaltungsaufwand deutlich reduziert.

Demonstrationen

In der Innenstadt fanden 2015 allein 685 Demonstrationen und Aufzüge statt. Hierin kommen die Funktionen der Innenstadt als Entscheidungszentrale und ihre symbolische Bedeutung zum Ausdruck.

Viele Demonstrationen sind sehr klein und dauern nur kurz, sodass der Gemeingebrauch kaum beeinträchtigt wird. Größere Demonstrationen können jedoch mit erheblichen Einschränkungen der Erreichbarkeit und der Beweglichkeit innerhalb der Innenstadt verbunden sein.

Demonstrationen müssen bei der Polizei angemeldet werden. Aufgrund der im Grundgesetz garantierten Versammlungsfreiheit (Artikel 8) darf die Polizei nur unter bestimmten Voraussetzungen, vor allem um Gefahren für die öffentliche Sicherheit und Ordnung abzuwehren, Demonstrationen untersagen oder die Demonstrationsroute ändern.



Die Spitalerstraße.

Obdachlose und Bettler in der Innenstadt

Obdachlose und Bettler gehören ebenso wie viele andere Menschen zur Innenstadt. Die Bettler sind zudem ebenso wie der Einzelhandel auf Frequenz angewiesen.

Viele Obdachlose übernachten in den Eingangsbereichen zu den Kauf- und Warenhäusern in der Innenstadt. Die meisten räumen am frühen Morgen

ihre Schlafplätze, sodass die Einzelhändler dann ihre Geschäfte öffnen können. Hier funktioniert das Zusammenleben im Allgemeinen sehr gut.

Auch die Bettler, die in der Innenstadt um Geld betteln, gehören wie selbstverständlich zum Straßenbild in den meisten Geschäftsstraßen der Innenstadt.

Einige Bettler gehen jedoch sehr aggressiv vor, indem sie

- auf der Straße oder in den Eingangsbereichen zu den Geschäften,
- in der Außengastronomie zwischen den Tischen und Stühlen

die Innenstadtbesucher bedrängen und um Geld bitten. Einige der Bettler geben vor, Unterschriften zu sammeln oder Rosen zu verschenken und versuchen so, Geld zu erbetteln.

Einige dieser Bettler scheinen in organisierten Gruppen vorzugehen; es ist zu vermuten, dass ihnen die Bettel-

BEST PRACTICE

Runder Tisch St. Jacobi

Der Runde Tisch St. Jacobi ist ein Gesprächs- und Diskussionsforum von evangelisch-lutherischer Kirche, diakonischen Einrichtungen in kirchlicher Trägerschaft, Kaufmannschaft, sozialen Initiativen, Politik und Verwaltung zu sozialen Problemen in der Hamburger Innenstadt.

Der 1999 gegründete Runde Tisch behandelt das Zusammenleben und Zusammenwirken in der City und insbesondere die sozialen Probleme und karitativen Bedürfnisse der Menschen. Immer wieder stehen der Umgang mit Obdachlosen, Menschen mit Alkohol-, Drogen- und psychischen Problemen, mit Bettlern und Punks auf der Tagesordnung. Ziel ist es dabei stets, offen und vertrauensvoll die unterschiedliche Wahrnehmung, Betroffenheit

und Bewertung von Problemen zu erörtern, um auf dieser Basis nach akzeptablen Lösungen zu suchen, Maßnahmen zu formulieren oder Projekte anzuregen.

Vom Runden Tisch ging unter anderem die Initiative aus

- *zur Einrichtung eines Stützpunkts für Obdachlose, der über viele Jahre aus Mitteln des Citymanagements kofinanziert wurde,*
- *für das Projekt „Straßenvisite“ zur aufsuchenden Betreuung psychisch kranker und verletzter Menschen,*
- *zur Unterstützung von migrantischen Menschen auf der Straße.*

plätze zugewiesen werden und sie den größten Teil ihrer Einnahmen abgeben müssen. Von dem häufig aggressiven Vorgehen dieser Bettler fühlen viele Menschen sich bedroht.

POSITION

Betteln in der Innenstadt

Betteln sollte geduldet werden, solange es nicht aggressiv und organisiert geschieht.

Das aggressive Betteln sollte von der Polizei sanktioniert werden. Ebenso sollte das Betteln im Bereich der Außengastronomie untersagt werden. Vor allem sollte die Polizei das „organisierte Betteln“, bei dem Bettler genötigt werden, ihre Einnahmen abzugeben, stärker ahnden. Eine Allgemeinverfügung des Kreisverwaltungsreferats der Bayerischen Landeshauptstadt München kann dabei als Orientierung dienen; das stille Betteln sollte – anders als in München – überall möglich sein. Alle Sanktionsmaßnahmen sollten mit dem Runden Tisch St. Jacobi abgestimmt werden.

Alkoholiserte junge Menschen in der Innenstadt

Ansprechend gestaltete öffentliche Räume haben eine hohe Anziehungskraft. Das gilt auch für viele junge Menschen, die sich im Sommerhalbjahr abends in der Innenstadt versammeln, Alkohol kaufen und „vorglühen“. Der Alkohol bewirkt bei einigen Menschen, dass sie aggressiv werden, sodass es immer wieder zu Rangeleien bis hin zu Körperverletzungen kommt. Am späten Abend betrifft dies aktuell besonders

- die Wasserseite des Jungfernstiegs und
- der Platz vor der Europa-Passage (Eingang zum Ballindamm).

Viele Innenstadtbesucher fühlen sich an solchen Orten nicht wohl und machen daher einen großen Bogen um diese Areale.

ERKLÄRT

Betteln in der Münchner Innenstadt

Das Kreisverwaltungsreferat der Landeshauptstadt München hat 2014 eine Allgemeinverfügung erlassen, nach der

- *aggressives sowie bandenmäßiges beziehungsweise organisiertes Betteln,*
- *Betteln, das die Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs beeinträchtigt,*
- *das Vortäuschen von nicht vorhandenen körperlichen Behinderungen oder Krankheiten,*

- *Betteln in Begleitung von Kindern oder durch Kinder*

in der Innenstadt und im Bereich des Hauptbahnhofs untersagt sind.

Darüber hinaus ist in den Fußgängerbereichen der Altstadt auch das stille Betteln untersagt.

Landeshauptstadt München: Sicherheitsrechtliche Allgemeinverfügung über die Untersagung bestimmter Formen des Bettelns in Teilen des Stadtgebietes München vom 1. August 2014

POSITION***Polizeipräsenz in der Innenstadt***

Die Präsenz der Polizei und anderer uniformierter Ordnungskräfte in der Innenstadt kann aggressives Verhalten, Diebstahl und andere Straftaten oder Ordnungswidrigkeiten deutlich reduzieren. Zugleich steigt bei den meisten Besuchern das Sicherheitsempfinden.

KURZ GEFASST***Nicht Menschen, sondern ordnungswidriges Verhalten verdrängen***

Bei allen Maßnahmen, die sich auf Bettler, Obdachlose oder Suchtkranke beziehen, geht es nicht darum, Menschen zu verdrängen, sondern sie zielen darauf, ordnungswidriges Verhalten zu verdrängen.

4.5.8 Veranstaltungen in der Innenstadt auswählen und gestalten

In der Innenstadt und am Hafенrand finden regelmäßig herausragende Kultur- und Sportveranstaltungen statt, die viele Besucher nach Hamburg ziehen. Insbesondere die Top-Veranstaltungen produzieren attraktive Bilder unserer Stadt, die rund um die Welt gehen und damit bestes Stadtmarketing sind. Damit kann Hamburg heute und in Zukunft neue Gäste und Unternehmen gewinnen und den Standort damit positiv aufladen.

Bei der Auswahl und Ausgestaltung der Veranstaltungen spielen eine zentrale Rolle

- die genehmigenden Behörden, vor allem das **Bezirksamt Hamburg-Mitte**,

- der **Eventausschuss**, der sich als koordinierende Anlaufstelle für Großveranstaltungen in Hamburg versteht, prüft und bewertet Veranstaltungskonzepte unter dem Gesichtspunkt der besonderen Attraktivität und Wirksamkeit für Hamburg und spricht Empfehlungen an die Bezirksämter zur Erteilung von Sondernutzungsgenehmigungen aus; er leistet damit eine wichtige Arbeit beim Interessenausgleich zwischen allen Beteiligten und versucht, in ganz Hamburg attraktive Flächen für neue Veranstaltungen zu finden; im Eventausschuss wirken mehrere Fachbehörden, die Bezirksämter, die Handelskammer und das Citymanagement mit; die Koordinierung übernimmt die Hamburg Marketing GmbH;
- der internetbasierte **Eventlotse**, der eine Übersicht über verfügbare private und öffentliche Flächen für Veranstaltungen in Hamburg bietet und Tipps für die Planung gibt; langfristig sollen hiermit die Großveranstaltungen zeitlich besser koordiniert werden; betrieben wird der Eventlotse vom Hamburg Convention Bureau.

Große Veranstaltungen können aber auch erhebliche Beeinträchtigungen für die City-Wirtschaft mit sich bringen, vor allem für den Einzelhandel, der an diesen Tagen häufig nur eingeschränkt erreichbar ist, wie teilweise auch Hotellerie, Gastronomie und Kultureinrichtungen.

Wegen der besonderen Bedeutung der Veranstaltungen in der Innenstadt hat die Handelskammer 2013 eine Befragung durchgeführt, an der mehr als 400 Unternehmen aus allen Wirtschaftszweigen teilgenommen haben (Abbildung 25). In die Befragung wurde auch die Parade zum Christopher Street Day einbezogen, auch wenn sie als Demonstration einen anderen Charakter hat als die übrigen Veranstaltungen.

Die Befragung zeigt, dass die Mehrzahl der befragten Unternehmen die positiven Wirkungen der Veranstaltungen auf den Hamburg-Tourismus und die Stadt insgesamt bestätigen, die Erreichbarkeit der Innenstadt

Abbildung 24: Großveranstaltungen in Hamburg 2016 – Streckenverlauf



während dieser Veranstaltungstage jedoch bemängeln. Probleme bei der Erreichbarkeit haben dabei insbesondere die Unternehmen des Einzelhandels und in deutlich geringerem Umfang die Hotel- und Gaststättenbetriebe artikuliert.

Im Einzelnen ist die City-Wirtschaft von folgenden Beeinträchtigungen betroffen:

- Straßensperrungen verschlechtern die Erreichbarkeit der Parkhäuser und der Unternehmen mit dem Pkw;
- die Busse müssen häufig umgeleitet werden;
- die Absperrungen bei großen Veranstaltungen schränken zum Teil auch Fußgänger und Radfahrer deutlich ein;
- bestimmte Veranstaltungen bringen Lärm- und Geruchsbelästigungen sowie eine verstärkte Verunreinigung des öffentlichen Raums mit sich.

Die zentrale Lage der Innenstadt, ihre Bedeutung als Raum für Kommunikation und als Sitz wichtiger politischer und wirtschaftlicher Institutionen legt der City-Wirtschaft darüber hinaus unvermeidliche Sonderlasten auf, die nicht zuletzt in der hohen Zahl von Demonstrationen und Aufzügen zum Ausdruck kommen.

Die richtigen Veranstaltungen auswählen und die wirtschaftlichen Effekte analysieren

Um den stadtwirtschaftlichen Nutzen für Hamburg zu mehren und gleichzeitig die Belastungen für die City-Wirtschaft möglichst zu begrenzen, ist bei neuen Veranstaltungen sorgfältig zu prüfen, ob diese zwingend in der City stattfinden müssen.

Wünschenswert für Hamburg und für die Innenstadt sind vor allem solche Veranstaltungen,

- die mit einer hohen überregionalen und internationalen Strahlkraft für Hamburg verbunden sind,
- deren Besucher diese Veranstaltungen erfahrungsgemäß oft mit anderen Aktivitäten in der Innenstadt verbinden (Einkaufen, Besuch von Gastronomie und Kulturveranstaltungen),
- die im höchstmöglichen Maße die Erreichbarkeit der Innenstadt gewährleisten.

Die Hamburg Marketing GmbH ist aufgefordert, ihre Strategie weiter zu entwickeln, um regelmäßige oder einmalige Veranstaltungen für Hamburg zu akquirieren, die diesen Kriterien entsprechen.

Das Bezirksamt Hamburg-Mitte könnte bei bedeutenden Veranstaltungen eine Evaluierung vornehmen und die Ergebnisse im Eventausschuss vorstellen. Hierbei sollte das Bezirksamt insbesondere prüfen,

- inwieweit die definierten beziehungsweise vereinbarten Qualitätskriterien erfüllt wurden, auch im Hinblick auf Beeinträchtigungen durch Geruch, Lärm oder Verunreinigungen,
- die Resonanz bei den Anliegern, insbesondere den Unternehmen und Anwohnern, und bei den Quartiersinitiativen.

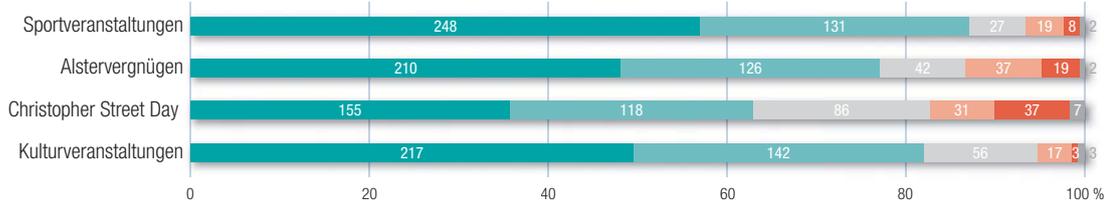
Die Hamburg Marketing GmbH sollte die wirtschaftlichen Effekte der Veranstaltungen und Veranstaltungsformate evaluieren und hierauf aufbauend Vorschläge zur Weiterentwicklung der Events sowie zur Auswahl von Veranstaltungen unterbreiten. Diese Analyse sollte in enger Abstimmung mit den Veranstaltern erfolgen.

Beides sollte der Eventausschuss bei seinen Empfehlungen berücksichtigen.

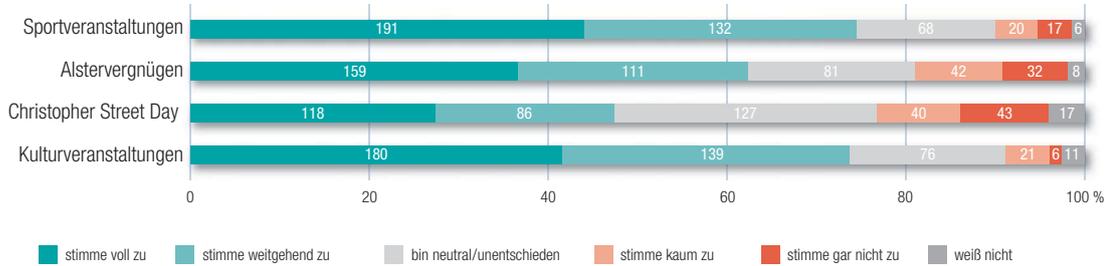
Abbildung 25: Ergebnisse der Unternehmensbefragung „Veranstaltungen in der Hamburger Innenstadt“

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? – Antworten in absoluten Zahlen

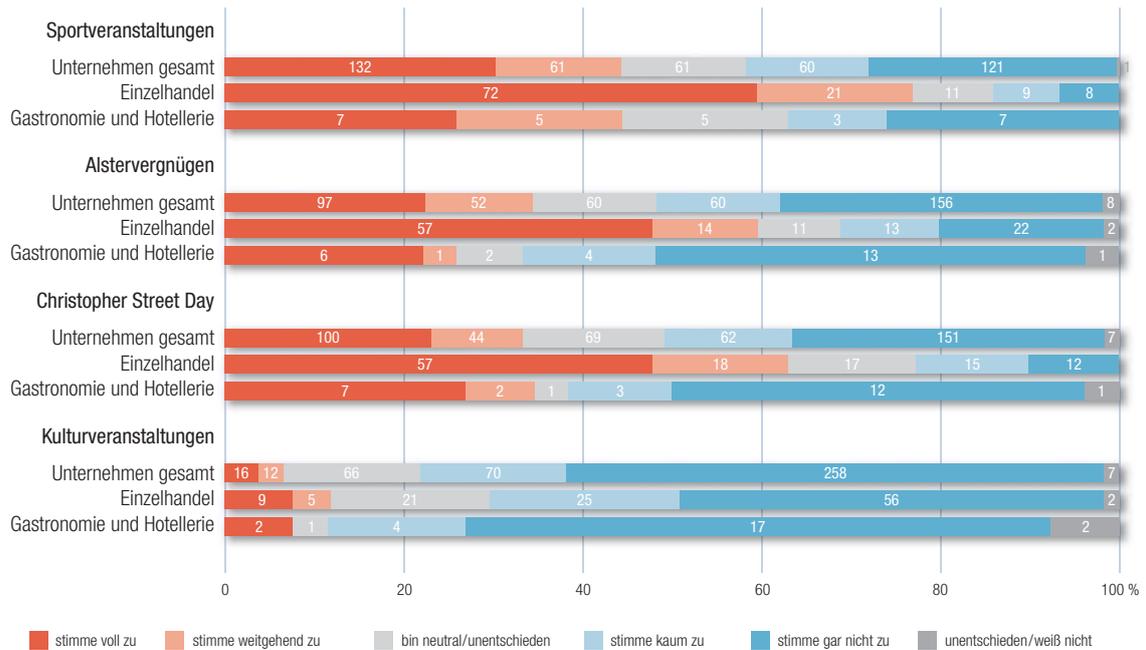
„Die Veranstaltungen fördern den Hamburg-Tourismus“.



„Die Veranstaltungen sind aus stadtwirtschaftlicher Sicht ein Gewinn für Hamburg“.



„Veranstaltungen in der Hamburger Innenstadt beeinträchtigen die Erreichbarkeit unseres Unternehmens“.



Quellen: Befragung der Unternehmen in der Hamburger Innenstadt, Juni/Juli 2013, n = 442

© Handelskammer Hamburg 2016

Einen Veranstaltungs-Leitfaden entwickeln

Der Eventausschuss arbeitet derzeit zumeist reaktiv, indem er fertige Veranstaltungskonzepte bewertet.

Um die Arbeit weiter zu professionalisieren, sollte der Eventausschuss einen Leitfaden mit Qualitätskriterien für alle Veranstaltungen erarbeiten und kontinuierlich weiterentwickeln. An diesem Prozess sollten das Bezirksamt, das Citymanagement, das Landessportamt, die Quartiersinitiativen der Innenstadt sowie Kultureinrichtungen und Kirchen mitwirken.

Die Veranstaltungen richtig terminieren

Der Eventausschuss sorgt dafür, dass Veranstaltungen nicht in aufeinanderfolgenden Wochen oder an aufeinanderfolgenden Wochenenden im selben Quartier zugelassen werden, soweit dem nicht eine objektive Notwendigkeit entgegensteht. Größere und mit starken Beeinträchtigungen für die City-Wirtschaft verbundene Veranstaltungen sollten möglichst sonntags, nicht jedoch an verkaufsoffenen Sonntagen stattfinden. Bestehende externe Rahmenbedingungen („Hamburger Format“ bei Sportveranstaltungen nach der Dekadenstrategie Sport) sind dabei zu beachten.

Die Ausgestaltung und Kommunikation von Veranstaltungen optimieren

Bei jeder Veranstaltung in der Innenstadt müssen die Flächenauswahl, die Terminierung und die Ausgestaltung der Veranstaltungen so definiert werden, dass die City-Wirtschaft zeitlich und räumlich so wenig wie möglich beeinträchtigt wird. Absperrungen, Bühnen, Tribünen und Ähnliches sollten so weit wie möglich außerhalb der für Einzelhandel und Gastronomie relevanten Zeiten auf- und abgebaut werden.

Das genehmigende Bezirksamt informiert die vor Ort ansässigen Unternehmen so früh wie möglich über die unvermeidbaren Beeinträchtigungen.

Die Hamburg Marketing GmbH trägt dafür Sorge, dass das Kommunikationskonzept des Veranstalters frühzeitig mit der City-Wirtschaft koordiniert wird. Bei Straßensperrungen sollten die Medien nicht nur Restriktionen („Gesperrt sind ...“), sondern Empfehlungen zur Erreichbarkeit („Sie erreichen die Hamburger Innenstadt ...“) kommunizieren.

POSITION

Die Auswahl und Ausgestaltung von Veranstaltungen in der Innenstadt

Die Stadt Hamburg sollte sich auf Kultur- und Sportveranstaltungen konzentrieren, die mit einer hohen überregionalen und internationalen Ausstrahlung verbunden sind und deren Besucher diese Veranstaltungen erfahrungsgemäß oft mit anderen Aktivitäten in der Innenstadt verbinden.

Ein Veranstaltungs-Leitfaden definiert Qualitätskriterien für alle Veranstaltungen. Deren Einhaltung evaluiert das Bezirksamt Hamburg-Mitte. Die Hamburg Marketing GmbH sollte eine Analyse der wirtschaftlichen Effekte der Veranstaltungen und Veranstaltungsformate anfertigen und die Ergebnisse in den Eventausschuss einbringen.

Bei der Auswahl und Terminierung von Veranstaltungen wird die City-Wirtschaft so wenig wie möglich beeinträchtigt. Größere, mit starken Beeinträchtigungen für die City-Wirtschaft verbundene Veranstaltungen sollten unter Beachtung bestehender externer Rahmenbedingungen (z. B. „Hamburger Format“ bei Sportveranstaltungen nach der Dekadenstrategie Sport) möglichst sonntags (nicht jedoch an verkaufsoffenen Sonntagen) stattfinden.

5 Leitprojekte

Anknüpfend an die vorgestellten Handlungsfelder schlagen wir fünf Leitprojekte vor, die jeweils mehrere Handlungsfelder betreffen. Für die Zukunft des Wirtschaftsstandorts Innenstadt nehmen sie eine Schlüsselfunktion ein.

Eine grundlegende Veränderung erfahren die Unternehmen und die Städte durch die Digitalisierung. Sie lässt neue Geschäftsmodelle entstehen und stellt bisher erfolgreiche infrage. Sehr deutlich macht sich die digitale Transformation bereits im Einzelhandel bemerkbar (Kapitel 4.2.2), sie betrifft aber auch alle anderen Wirtschaftszweige. Die Hamburger Innenstadt und die hier ansässigen Unternehmen werden ihre Position im Wettbewerb umso besser behaupten können, je stärker sie sich – einzeln und gemeinsam – als **Vorreiter der Digitalisierung** positionieren (Kapitel 5.1).

Gerade in Zeiten der digitalen Transformation wird die Gestalt der physischen Umwelt noch an Bedeutung gewinnen. Hierzu schlagen wir vier weitere Leitprojekte vor:

Die Hafencity über eine **Untertunnelung der Willy-Brandt-Straße**, die heute eine starke Barriere zwischen dem Kern der Innenstadt und der Hafencity bildet, und über die Schaffung neuer Grundstücksflächen für Unternehmenszentralen sowie Einzelhandel in diesem Bereich nachhaltig in die Innenstadt zu integrieren. Damit kann die Innenstadt von der Binnenalster bis hin zur Norderelbe als eine Innenstadt wahrgenommen und genutzt werden (Kapitel 5.2).

Eine wichtige Funktion übernehmen der **Hauptbahnhof und sein Umfeld**; sie bilden das Entree zur Hamburger Innenstadt und sind damit stark imageprägend. Dieses Quartier sollte im Hinblick auf die Verkehrsfunktionen und auf das Erscheinungsbild der Innenstadt deutlich verbessert werden (Kapitel 5.3).

Mit einem **feinmaschigen Wegenetz** mit vielfältigen gewerblichen und kulturellen Nutzungen möchten wir die einzelnen Innenstadtquartiere miteinander verbinden, die Aufenthaltsqualität und damit auch die Verweildauer steigern. Hiervon profitieren auch der Einzelhandel, die Gastronomie und viele Dienstleistungsbranchen, die mehr gut frequentierte Standorte zur Auswahl haben (Kapitel 5.4).

Mit der **Innenstadt-Allianz 2021** möchten wir den organisatorischen Rahmen schaffen, um die Leitprojekte und die von uns vorgeschlagenen Maßnahmen zu planen und zeitnah zu realisieren. Hierzu möchten wir einen Perspektivkreis Innenstadt gründen, in dem öffentliche und private Akteure zusammenarbeiten (Kapitel 5.5).

5.1 Die Hamburger Innenstadt zu einem Vorreiter der Digitalisierung machen

Die Diskussion über die Zukunft der Innenstädte richtete sich jahrzehntelang auf deren Gestalt und Nutzungen. Der Blick fokussierte sich auf drei Dimensionen. Mit der Digitalisierung ist eine vierte Dimension hinzugekommen, die in der Stadt nicht unmittelbar ablesbar ist, die die Innenstädte aber nachhaltig beeinflusst.

Heute sind digitale Technologien für jede Stadt ein zentraler Standortfaktor. Je digitaler eine Stadt ist, desto besser sind ihre wirtschaftliche Situation und ihre Zukunftsaussichten; aktuell belegt Hamburg nach Köln den zweiten Platz in Deutschland.⁸⁹ Derzeit werden vor allem die jungen Menschen, die sich zu Hause

⁸⁹ Höhn, Alfred; Hasse, Felix; Wiegandt, Claus-Christian; Pricewaterhouse-Coopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft; Universität Bonn, Geographisches Institut, Arbeitsbereich Stadt- und Regionalforschung, Hrsg. (2015): Deutschlands Städte werden digital, S. 9.

fühlen, wenn sie automatisch im W-LAN sind, das honorieren. Schon in wenigen Jahren wird das auch für alle anderen Generationen gelten.

Die infrastrukturelle Basis für digitale Innenstädte sind

- eine ausreichend dimensionierte Breitbandinfrastruktur,
- kostenloses und frei zugängliches W-LAN in den stark frequentierten Straßen;
- ein breit gefächertes, im Internet verfügbares Angebot an Informationen und Funktionen.

Hier kommt es stets darauf an,

- die für die Innenstadtbesucher und die hier ansässigen Unternehmen relevanten Informationen, etwa über Produkte und Dienstleistungen, anzubieten,
- bei allen Funktionalitäten die Konsum- und die Suchgewohnheiten der (potenziellen) Innenstadtbesucher zu berücksichtigen,
- mögliche „Unsicherheiten“ zu reduzieren, indem die digitalen Möglichkeiten genutzt werden, um beispielsweise die Orientierung in der Innenstadt oder die Suche nach einem Parkplatz zu erleichtern.

Sehr komfortabel sind

- ein einheitlicher W-LAN-Zugang für öffentliche Räume, städtische Einrichtungen und den ÖPNV, dem sich Unternehmen wie zum Beispiel die Parkhausbetreiber anschließen können,
- eine enge inhaltliche und gestalterische Verbindung von realen und virtuellen Angeboten.

Eine Vorreiterrolle wird die Hamburger Innenstadt umso mehr einnehmen, je stärker es gelingt, die Expertise und den Ideenreichtum der Unternehmen zu nutzen. Hierfür bietet die Handelskammer ihre Unter-

stützung an. Der Senat ist aufgefordert, dieses Projekt der Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation zu übertragen, die es federführend vorantreibt.

MASSNAHMEN ZUR REALISIERUNG

Freies W-LAN in der gesamten Innenstadt

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, in der Innenstadt

- *eine ausreichend dimensionierte Breitbandinfrastruktur,*
- *kostenloses und frei zugängliches W-LAN in den stark frequentierten Straßen,*
- *ein breit gefächertes, im Internet verfügbares Angebot an Informationen und Funktionen*

zu schaffen. Bis 2018 sollte der W-LAN-Zugang in allen stark von Fußgängern frequentierten Straßen und Plätzen und in den von Studierenden genutzten Lernorten (Kapitel 4.1.2) möglich sein.

Orientierung in der Innenstadt

Das Fußgängerleitsystem, das 2006 eingeführt wurde, hat die Orientierung innerhalb der Innenstadt ganz wesentlich verbessert (Kapitel 4.4.5). Jetzt gilt es, diese realen Angebote um virtuelle Angebote zu ergänzen. Dazu gehören

- eine Innenstadt-App mit allen Straßen und Wegen, die um weitere Informationen und Funktionalitäten ergänzt werden kann,
- ein QR-Code an den Stelen und Wegweisern des Fußgängerleitsystems, das zu der Innenstadt-App führt.

Dabei kommt es vor allem darauf an, dass die Informationen offline und online so weit wie möglich übereinstimmen.

MASSNAHMEN ZUR REALISIERUNG

Mit digitaler Technik die Orientierung verbessern

Der Senat ist aufgefordert, ergänzend zum Fußgängerleitsystem, eine Innenstadt-App mit allen Straßen und Wegen zu schaffen und mit QR-Codes an den Stelen und Wegweisern des Fußgängerleitsystems die Verknüpfung von realen und virtuellen Angeboten herzustellen.

Onlineplattform „City Hamburg“

Zu einer zukunftsorientierten Marketingstrategie gehört es, dass alle Offlineangebote eines Unternehmens oder einer Innenstadt auch im Internet präsentiert werden. Die Summe der Unternehmenspräsentationen im Internet reicht hierfür nicht mehr aus, denn inzwischen suchen die Konsumenten im Internet nicht nur nach Anbietern, sondern auch gezielt nach Produkten oder Produktgruppen. Der Befund der Untersuchung „Vitale Innenstädte 2014“, wonach viele Besucher der Hamburger Innenstadt mit dem Angebot an Bekleidungsgeschäften unzufrieden sind,⁹⁰ lässt vermuten, dass viele (potenzielle) Besucher das außerordentlich vielfältige Angebot der Innenstadt nicht kennen.

Um den heutigen Kommunikationsgewohnheiten der Menschen gerecht zu werden, sind der Einzelhandel und andere Wirtschaftszweige in Kooperation mit Anbietern von sogenannten Onlinemarktplätzen aufgefordert, die Warenvielfalt in den Regalen und die Serviceangebote transparent und auffindbar zu gestalten, um

- die Hamburger und die Städtetouristen mit ansprechenden Seiten zum Besuch der Innenstadt zu animieren,
- die Auffindbarkeit einzelner Produkte im Internet zu ermöglichen, damit sich diejenigen, die wissen, was sie suchen, über die Angebote der Dienstleister und Einzelhändler informieren können.

Denn die Kaufentscheidung wird heute oftmals nicht erst beim Besuch des Einzelhandelsgeschäfts, sondern schon vorher im Internet getroffen. Für den stationären Einzelhandel gilt es, die Entscheidungen in der Anbahnungsphase so beeinflussen zu können, dass Kunden sich anschließend für den Kauf in der Innenstadt entscheiden.

Einen Ansatz hierzu bieten Onlinemarktplätze. Sie können dem Kunden schon vor dem Innenstadtbesuch einen Überblick über den stationären Einzelhandel bieten und die vorhandene Produktpalette präsentieren. Die Plattformen bieten nur zum Teil den Komfort, den die Benutzer von den weltweit agierenden Unternehmen wie Amazon gewohnt sind, und bisher bilden sie das vielfältige Angebot des Einzelhandels einer Innenstadt nicht vollständig ab. Ansätze hierzu gibt es beispielsweise in Hamburg und Wuppertal (Kapitel 4.2.2).⁹¹

Die im stationären Einzelhandel noch immer bestehenden Vorbehalte gegenüber einer Präsentation der eigenen Sortimentsbreite und -tiefe im Internet resultieren aus unterschiedlichen Motiven. Dabei spielt auch die vermeintlich hohe Hürde zum Eintritt in die digitale Vermarktung eine große Rolle. Berührungängste der Welten des stationären Einzelhandels und der Informationstechnologie sollten deshalb relativiert werden.

Die notwendige „flächendeckende“ Ansprache des Handels ist aufwendig. Sie kann nur gelingen, wenn das Citymanagement, die Interessengemeinschaften

⁹⁰ IfH Institut für Handelsforschung GmbH, Hrsg. (2014): Vitale Innenstädte 2014. Köln.

⁹¹ Hamburg: www.hamburg.de/shopping, www.hamburg-tourismus.de/erleben/shoppen/von-a-bis-z/, Wuppertal: www.OnlineCity-Wuppertal.de.

und BIDs, die Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation sowie die Handelskammer dieses Projekt unterstützen. Eine Finanzierung aus der Branche ist schwer vorstellbar, sondern sie könnte nur aus öffentlichen Mitteln erfolgen.

Mit diesen Projekten wäre die Hamburger Innenstadt ihren Wettbewerbern einen Schritt voraus.

MASSNAHMEN ZUR REALISIERUNG

Onlineplattform City Hamburg

Die Handelskammer Hamburg regt den Aufbau einer einheitlichen Onlineplattform für den Einzelhandel, die Gastronomie sowie für touristische, kulturelle und Freizeitanbieter in der Hamburger Innenstadt an, auf der alle hier ansässigen Unternehmen ihre Angebote und Sortimente präsentieren können.

Die Verkehrsmittel intelligent steuern und vernetzen

Um den Verkehr in der Innenstadt zu optimieren, müssen der fließende und der ruhende Verkehr mit moderner Telematik effizient gesteuert werden. Neue Technologien wie die drahtlose Vernetzung und Kommunikation zwischen Fahrzeugen und verkehrstechnischen Anlagen müssen dabei stärker genutzt werden. Mit der Verwendung von Echtzeitdaten würde

- die Auslastung der Verkehrsinfrastruktur wesentlich effizienter,
- die Stauneigung verringert und
- die Umweltbelastung reduziert.

Hier gilt es, Hamburg zur Modellstadt für die moderne Verkehrssteuerung zu entwickeln. Konkrete Maßnahmen sind bereits in der Vorbereitung.

Als eine mögliche Anwendung bietet sich die digitale Steuerung des ruhenden Verkehrs in der Innenstadt an. Der Einbau von Sensoren in den Parkplätzen im öffentlichen Raum würde die Belegung online in Echtzeit ermöglichen. Gleichzeitig würde die Verkehrsleitzentrale die Parkplatzbelegung sensorisch überwachen und steuern. Dadurch könnten zum einen Parkverstöße und der Ablauf der Höchstparkdauer einfach erfasst und den Mitarbeitern der Parkraumüberwachung übermittelt werden. Zum anderen ließe sich dadurch der Parksuchverkehr durch die gezielte Fahrt zu einem freien Parkplatz deutlich reduzieren.⁹²

Neben dem Individualverkehr bietet der digitale Fortschritt auch erhebliches Potenzial für den Wirtschaftsverkehr. Entsprechende Sensoren würden auch die Ladezonen überwachen. Sie würden das Falschparken reduzieren und die Verfügbarkeit der Ladezonen verbessern. Gleichzeitig können Behinderungen durch Laden und Liefern in zweiter Reihe weitgehend ausgeschlossen werden. Zudem sollten die Ladezonen in Hamburg zu festen Zeiten reservierbar sein, sodass sie zu bestimmten Lieferzeiten auch tatsächlich zur Verfügung stehen. Dies kann insbesondere in den Business Improvement Districts umgesetzt werden, in denen Servicekräfte im Einsatz sind. Sie können in Zusammenarbeit mit der Polizei konsequent und besonders schnell gegen Falschparker und blockierte Ladezonen vorgehen.⁹³

⁹² Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2014): Stadtmobilität in Hamburg 2030. Eine lebenswerte Stadt in Bewegung. Hamburg, S. 134 ff.

⁹³ Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2014): Stadtmobilität in Hamburg 2030. Eine lebenswerte Stadt in Bewegung. Hamburg, S. 137.

BEST PRACTICE***Switchh – Intelligente Vernetzung
der Verkehrsträger***

Die Hamburger Hochbahn AG realisiert in Kooperation mit verschiedenen Partnern das „switchh“-Angebot.⁹⁴ Mit Switchh wird das Angebot der HVV-App soweit ergänzt, dass bei der Suche nach der besten Verbindung neben Bus, Bahn und Fähre auch vorhandene Stadtrad-, Carsharing- und Mietwagenangebote in die Suche mit eingebunden werden und für die Nutzung reserviert werden können. So kann ein Kunde sehen, an welcher S- und U-Bahnstation eine Ausleihstation für Stadträder steht und sich frühzeitig ein entsprechendes Leihrad reservieren. Die Flächenanforderungen des Switchh-Angebots dürfen allerdings nicht dazu führen, dass damit eine Konkurrenz um die Flächennutzung mit den Taxiunternehmen entsteht.

5.2 Die Hafencity in die Innenstadt integrieren – Willy-Brandt-Straße untertunneln

Mit dem Aufbauplan von 1950 hat Hamburg seine bereits vor und während des Zweiten Weltkriegs immer wieder diskutierte Idee einer insgesamt rund 2,5 Kilometer langen Straßenverbindung quer durch die Hamburger Innenstadt in konkrete Planungen übernommen. Zwischen 1956 und 1963 wurde die Ost-West-Straße schließlich in mehreren Bauabschnitten gebaut. Unter den Straßennamen Ludwig-Erhard-Straße und Willy-Brandt-Straße geführt, verfügt der Straßenzug heute durchgehend über sechs Fahrspuren. Der Straßenzug wird werktäglich von durchschnittlich 60 000 Kraftfahrzeugen genutzt, der Schwerlastanteil

liegt bei zehn Prozent. Damit ist die Straßenverbindung die wichtigste innerstädtische Ost-West-Verbindung Hamburgs. Ein Grund hierfür ist sicher auch, dass eine leistungsfähige Ost-West-Verbindung direkt südlich der Elbe, die sogenannte Hafenuerspange, trotz einer mehr als 40 Jahre währenden Planungsphase bislang nicht umgesetzt werden konnte. Auch wenn hier mit der nun erfolgten Eingruppierung der Autobahn 26 Ost in den „vordringlichen Bedarf“ des neuen Bundesverkehrswegeplans die Basis für die Umsetzung dieses Projekts gelegt wurde, so ist angesichts einer an Einwohnern und Wirtschaftsleistung weiter wachsenden Stadt auch künftig mit einer ähnlich hohen innerstädtischen Verkehrsbelastung zu rechnen.

Ungeachtet des herausragenden Wertes der Straßenverbindung wurde auf der anderen Seite mit dem Ost-West-Straßenzug – auch vor dem Hintergrund der erheblichen Verkehrsmengen – eine städtebauliche Trennung bisher in sich geschlossener Innenstadquartiere geschaffen. Mit der Realisierung der ersten Quartiere der Hafencity und mit der Entlassung der Speicherstadt aus dem Geltungsbereich des Hafentwicklungsgesetzes ist diese Trennung noch stärker ins Bewusstsein der Hamburger gerückt. Diese Barriere Wirkung hemmt heute, wo immer mehr vitale Quartiere der Hafencity entstanden sind und die Speicherstadt ein attraktiver Standort für hoch frequentiert und kulturelle Angebote wie das Miniatur Wunderland oder das Hamburg Dungeon geworden ist, die städtebauliche Integration der Hafencity und des Kerns der Innenstadt im Bereich der heutigen Willy-Brandt-Straße. Sie stellt zudem eine kaum zu überwindende Herausforderung dar, wenn es darum geht, die Einkaufscity und das zentrale Überseequartier der Hafencity miteinander zu verknüpfen. Bleibt die Willy-Brandt-Straße in der jetzigen Form erhalten, ist dauerhaft damit zu rechnen, dass das neue südliche Überseequartier mit seinen geplanten 68 000 Quadratmeter Verkaufsfläche kein integraler Bestandteil der Hamburger Einkaufscity wird. In diesem Fall ist davon auszugehen, dass dieses einem klassischen Einkaufszentrum ähnelnde Quartier ein deutlicher Konkurrenzpol zur heutigen Einkaufscity wird. Die Wirkungen dieser Entwicklung könnten fatal

⁹⁴ Mehr Informationen zum „Switchh“-Angebot www.switchh.de/wps/portal/switchh/homepage (abgerufen am 6. Oktober 2016).

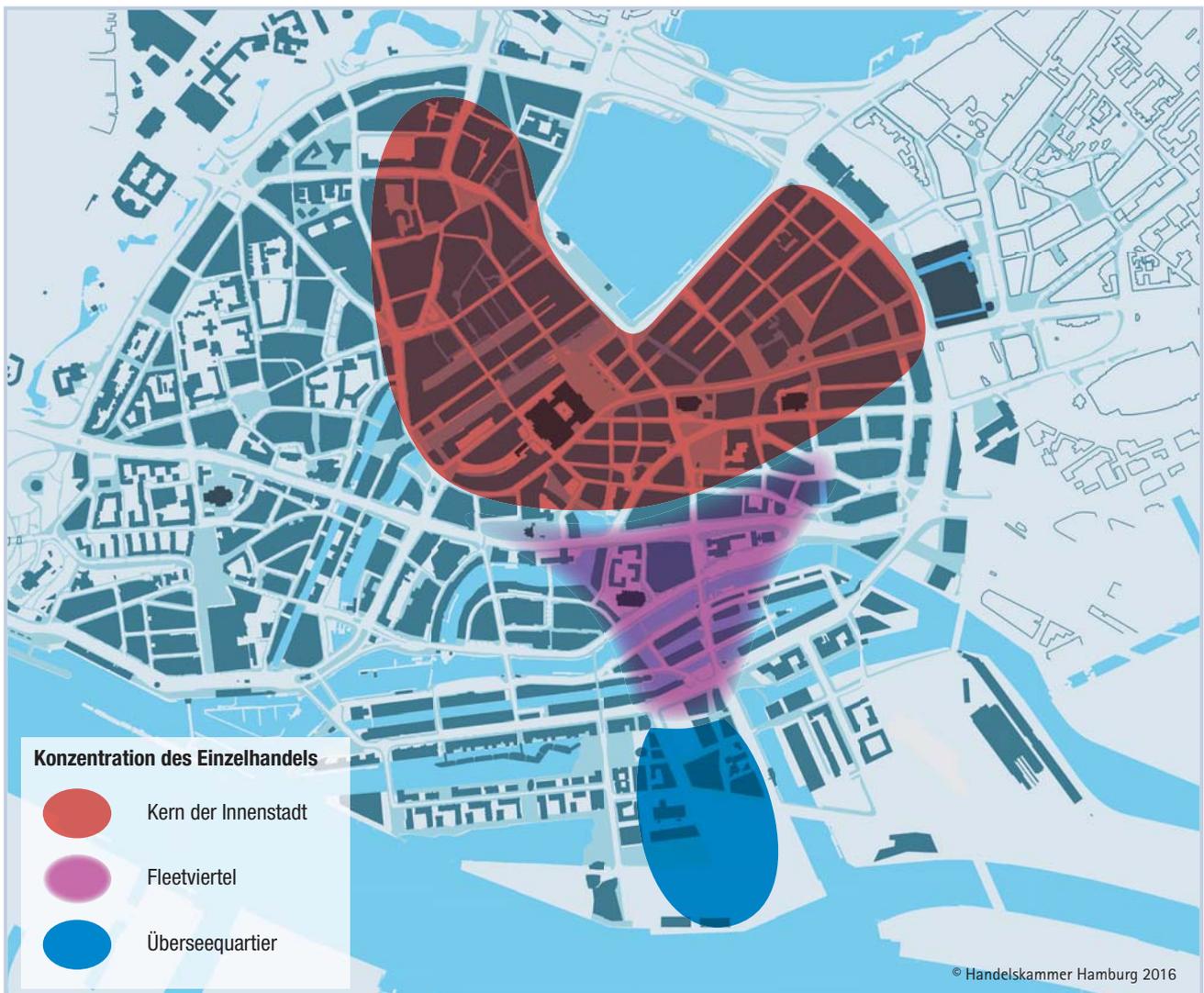
sein – keinesfalls aber förderlich im Sinne einer integrierten Entwicklung der Hamburger Innenstadt.

Planungen für eine Untertunnelung von vier Fahrspuren aufnehmen

Unsere Handelskammer bittet daher die Stadt Hamburg, zeitnah Planungen für eine Untertunnelung der Willy-Brandt-Straße zwischen Deichtorplatz im Osten und Rödingsmarkt im Westen aufzunehmen. Der Kern der Pläne der Handelskammer sieht vor, vier der heute sechs durchgehenden Fahrspuren zwischen Rödingsmarkt und Deichtorplatz auf einer Länge von 1 300 Metern in einen Tunnel zu verlegen und zwei Fahr-

spuren als oberirdische Erschließungsstraße auf der Tunneldecke zu führen. Durch dieses Vorhaben können die Leistungsfähigkeit der Straße erhalten, die Erschließungsverkehre gesichert und die schädlichen Auswirkungen des Durchgangsverkehrs auf das unmittelbare Umfeld begrenzt werden. Es ergeben sich zudem neue Bebauungsmöglichkeiten auf neu geschaffenen Grundstücken, die zur Gegenfinanzierung der Baumaßnahmen herangezogen werden können und Platz für Unternehmensansiedlungen und Einzelhandel schaffen. Ziel der Planungen muss es sein, die städtebauliche Verknüpfung zwischen Hafencity und Einkaufscity wiederherzustellen, um diesen Anspruch, der seitens der Stadt 1997 bei der Aufnahme der Entwicklung der Hafencity formuliert wurde, nunmehr in

Abbildung 26: Lage der wichtigsten Einzelhandelsstandorte in der Innenstadt



BEST PRACTICE

*Untertunnelung der Landshuter Allee
in München*

Der Mittlere Ring in München ist auf dem Abschnitt Landshuter Allee mit einer aktuellen Verkehrsbelastung von 122 000 bis 149 000 Fahrzeugen in 24 Stunden sehr stark befahren. Seit Jahren wurde von Bürgerinitiativen aufgrund der steigenden Verkehrsdichte bereits eine Untertunnelung der Landshuter Allee gefordert.

Um eine Verbesserung der Lärm- und Luftschadstoffsituation vor Ort nunmehr erreichen zu können, hat der Münchener Stadtrat im November 2015 auf der Grundlage einer umfangreichen Machbarkeitsstudie beschlossen, die Landshuter Allee auf einer Strecke von 1,4 Kilometern zu untunneln. Der Bau des Tunnels wird voraussichtlich sieben Jahre dauern und Kosten von rund 537 Millionen Euro verursachen. Es wird mit jährlichen Unterhaltungskosten von 2,5 Millionen Euro für den Tunnel gerechnet.

Die Stadt München hat dem Tunnelprojekt an der Landshuter Allee als Ringabschnitt mit dem größten Potenzial für städtebauliche Verbesserungen für die nächsten Planungsschritte die höchste Priorität eingeräumt.

die Tat umzusetzen. Gleichzeitig sollte Hamburg im Wege der Untertunnelung neue Flächen für die Ansiedlung von Unternehmenszentralen bereitstellen. Als weitere Nutzungen müssen an den Schnittpunkten der städtebaulich besonders bedeutsamen Achsen – insbesondere entlang der sogenannten Brandstwielenbeziehungsweise Überseeachse⁹⁵ – attraktive Flächen für den Einzelhandel entstehen, damit der Fußlauf zwischen der Kern-City und dem Überseequartier gestärkt wird. Ziel muss es sein, aus der heute in Form eines „U“ organisierten alten Einkaufscity eine in Form eines „Y“ organisierte neue Einkaufscity Hamburg zu entwickeln, das heißt eine Einkaufscity, die sich an drei Endpunkten (dem Dammtorbahnhof im Westen, dem Hauptbahnhof im Osten und dem neuen Kreuzfahrtterminal des Überseequartiers im Süden) orientiert (Abbildung 26). Durch die Schaffung neuer bebaubarer Grundstücksflächen im Zuge der Untertunnelung kann ein erheblicher Teil der Baukosten für die Untertunnelung gegenfinanziert werden, sodass der investive Anteil der Stadt Hamburg vor dem Hintergrund des erheblichen Nutzens des Projekts überschaubar wird.

Welche Wirkung vergleichbare Projekte für eine Innenstadt haben können, zeigt insbesondere das Beispiel der Olympiastadt Barcelona. Hier wurden zu den Olympischen Spielen 1992 die Ringautobahn und eine Eisenbahnlinie entlang des Hafens und der Strandlinie der Stadt nahezu vollständig untunneln. Durch dieses Projekt wurde eine vollkommen neue Lebens- und touristische Qualität Barcelonas geschaffen, von der die Stadt bis heute nachhaltig profitiert. Zudem bietet Hamburg selbst mit den drei in Planung beziehungsweise Bau befindlichen Deckeln über die Autobahn 7 ein herausragendes Beispiel dafür, welche Potenziale mit der Untertunnelung innerstädtischer Verkehrswege gehoben werden können. Im Gegensatz zur sogenannten Überplattung der Donauautobahn in Wien, ein weiteres positives Beispiel derartiger Stadtentwicklungsvorhaben, werden die Flächen des A7-Deckels jedoch aus bundesrechtlichen Gründen nicht überbaut.

⁹⁵ Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2006): Ein Quartier wird zum Scharnier. Die Perspektive des Fleetviertels für Hamburg. Hamburg.

Dies wäre allerdings im Falle der Untertunnelung der Willy-Brandt-Straße kein Hinderungsgrund. Vielmehr hat eine juristische Prüfung unserer Handelskammer ergeben, dass auch im Falle der Untertunnelung beleih- und veräußerungsfähige Grundstücke für eine Bebauung entstehen können. Der städtebauliche Entwurf unserer Handelskammer geht jedoch davon aus, dass eine direkte Überbauung des neuen Tunnels lediglich in Teilbereichen sinnvoll sein wird. Der weit überwiegende Teil der neuen Baugrundstücke liegt neben dem Tunnelbauwerk und ist mit keinen grundstücks-

Abbildung 27: Städtebauliches Konzept zur Neubebauung der Flächen im Korridor der Willy-Brandt-Straße

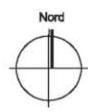


Städtebauliches Entwicklungskonzept

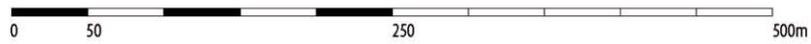
Untertunnelung der Willy-Brandt Straße



Entwurf:
WIRSIND
ARCHITEKTEN & STADTPLANER



M: 1:5.000



© Handelskammer Hamburg

Abbildung 28: Perspektive



Städtebauliche Perspektive

Untertunnelung der Willy-Brandt Straße



WIR SIND
ARCHITECTEN & STADTPLÄNER

Visualisierung:
monokrom

rechtlichen Einschränkungen verbunden. Damit sind die grundsätzlichen Voraussetzungen für eine Gegenfinanzierung des Tunnelbauwerks gegeben.

Städtebaulicher Entwurf der Handelskammer

Unsere Handelskammer hat in einem städtebaulichen Entwurf die Machbarkeit der Untertunnelung der Willy-Brandt-Straße zwischen Rödingsmarkt im Westen und dem Deichtorplatz im Osten grundsätzlich untersucht. Mit der Ausführung des städtebaulichen Entwurfs wurde das Hamburger Stadtplanungsbüro WRS Architekten und Stadtplaner GmbH beauftragt. Der Entwurf basiert auf der Grundüberlegung, dass die Kosten für die Untertunnelung der Straße durch neu entstehende Grundstücke in dem ehemaligen Straßenraum mit Erlösen unterlegt werden, die zur Gegenfinanzierung genutzt werden können.

Die heute oberirdisch geführte Straße könnte auf einer Länge von knapp 1,6 Kilometern grundsätzlich in ein Tunnelbauwerk verlegt werden, wobei allerdings einige bauliche Restriktionen zu beachten wären. Besondere, jedoch grundsätzlich zu bewältigende Herausforderungen ergeben sich dabei im Bereich des Nikolaifleets und der Trasse der U-Bahnlinie 1 im Bereich Meißberg. Der Entwurf geht von einer vierspurigen Ausführung des Tunnels aus, für den etwa eine Breite von 20 Metern benötigt würde. Das Bauwerk könnte in offener Bauweise erstellt werden, die Tunneldecke würde die Versorgungsleitungen für die anliegenden Grundstücke aufnehmen. Auf der Tunneldecke würden die Erschließungsstraßen und attraktiv gestaltete öffentlichen Räume angelegt werden. Bei einer Breite des heutigen Straßenraums der Willy-Brandt-Straße von bis zu 50 Metern verblieben so grundsätzlich ausreichend Grundstücksflächen für etwa 16 Meter tiefe Gebäude.

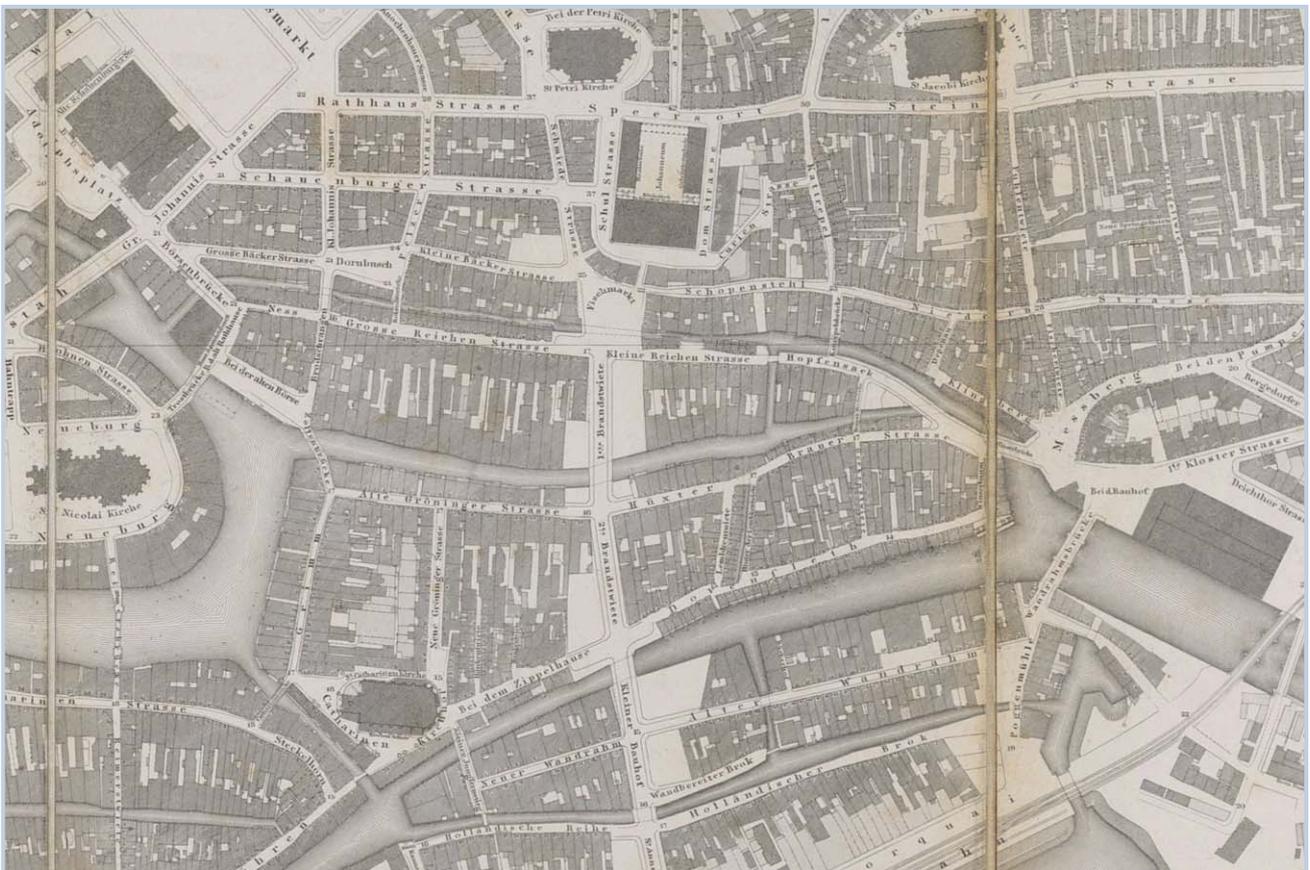
Abbildung 29: Systemschnitt Tunnel und Bebauung Willy-Brandt-Straße



Die städtebauliche Grundidee des Planes der Handelskammer sieht vor, vier neue, bis zu 180 Meter lange Gebäuderiegel zwischen Domstraße und Deichtorplatz zu errichten. Die Baustruktur orientiert sich auch an dem historischen Stadtgrundriss vor dem Ost-West-Straßendurchbruch in den 1950er-Jahren. So befanden sich etwa am gleichen Ort sehr schmale, aber auch sehr lang in Ost-West-Richtung ausgerichtete Baublöcke, die südlich von dem Straßenzug Gröningerstraße – Huxter – Brauerstraße erschlossen und nördlich von den heute zugeschütteten Fleeten Gröningerstraßenfleet und Brauerstraßenfleet begrenzt waren. Der Entwurf der Handelskammer sieht an den Kreuzungspunkten der oberirdisch verbleibenden zweispurigen Erschließungsstraße mit den in Nord-Süd-Richtung verlaufenden Straßenachsen den Bau von Hochhäusern auf diesen neuen Baublöcken vor, die sich in ihrer Höhe an dem sechzehngeschossigen Gebäude der Reederei Hamburg Süd orientieren.

Eine weitere, erhebliche Bebauungsmöglichkeit ergibt sich aus einer Untertunnelung der Straße Dovenfleet des Hafenrandstraßenzugs auf einer Länge von 140 Metern im Zuge der notwendigen unterirdischen Anbindung an die Willy-Brandt-Straße. Auch am Ostende des neuen Tunnelbauwerks im Bereich des Deichtorplatzes, der künftig ebenfalls nur noch von zweispurigen oberirdischen Erschließungsstraßen unterbrochen wird, ergeben sich weitere Bebauungsmöglichkeiten. Eine besondere, städtebaulich herausragende Situation ermöglicht der städtebauliche Entwurf im Bereich Meßberg vor dem Chilehaus. Hier kann in attraktivster städtebaulicher Lage ein neuer öffentlicher Platz etwa in der Größe des Rathausmarkts geschaffen werden. Wir schlagen vor, diesen über eine großzügig ausgestaltete Fußgängerbrücke nach Süden mit der Speicherstadt und der Hafencity zu verknüpfen. Keine zweihundert Meter weiter nach Westen kann eine zusätzliche Verbindungsachse zwischen Mönckebergstraße/Ida-Ehre-Platz/Kattrepel und

Abbildung 30: Historischer Stadtgrundriss von 1868



Dienereihe in der Speicherstadt/Hafencity geschaffen werden; die Entfernung zwischen Einkaufscity und Speicherstadt/Hafencity beträgt hier lediglich etwa 500 Meter. Als zentrale, besonders zu gestaltende Achsenverbindung sieht der Entwurf aber die Neugestaltung der Überseeachse⁹⁶ von der Mönckebergstraße/Schmiedestraße/Brandstwierte bis St. Annen/Überseequartier vor. Mit der Untertunnelung der Willy-Brandt-Straße wird die entscheidende Barriere auf dieser Achse beseitigt. Mit den neu geschaffenen Grundstücken entlang des alten trennenden Straßenzugs können in den Erdgeschosszonen neue Läden entstehen, die den Fußlauf zwischen Einkaufscity und Überseequartier fördern und nachhaltig zu einem Zusammenwachsen der Innenstadt beitragen.

Das Nikolaifleet zum Anziehungspunkt historisch interessierter Besucher machen

Eine besondere städtebauliche Situation eröffnet der Entwurf auch im Bereich des Nikolaifleets. Da die Straße vor allem aus Kostengründen in offener Bauweise lediglich in die sogenannte Minus-1-Ebene verlegt werden soll, wäre eine Unterquerung des Nikolaifleets als Teil des historischen Verlaufs der Alster nicht möglich. Wir schlagen daher vor, das nördliche Nikolaifleet von seinem südlichen Teil abzutrennen. Der nördliche Teil könnte hierdurch Teil des unabhängig von der Tide regulierten Mönkedammfleets werden. Dieses ist heute im Bereich Großer Burstah durch ein Sperrwerk vom Nikolaifleet abgetrennt. Durch Aufhebung dieses Sperrwerks würde das nördliche Nikolaifleet, das das älteste Hamburger Hafenbecken ist, künftig ständig Wasser führen. Die Elbe wäre von hier aus künftig über das in das Alsterfleet mündende Mönkedammfleet zu erreichen. Dieses Vorhaben ermöglicht zugleich, die historische Situation am nördlichen Nikolaifleet wieder herzustellen. Hier befand sich der Alte Börsenkran vor der bis zum Brand von 1842 bestehenden Alten Börse. Ein Nachbau des Alten



Nikolaifleet mit Alter Börse, Waage und Altem Börsenkran

Börsenkran verbunden mit dem Liegeplatz für den Nachbau einer historischen Kogge könnte innerstädtischer Brückenkopf für das neue Hafencity werden, das sich derzeit mit Unterstützung des Bundes im Aufbau befindet. Von hier aus könnten künftig auch Barkassen starten, um Besucher direkt aus der Innenstadt zu anderen, an der Elbe gelegenen Attraktionen zu transportieren.

Am westlichen Ende des neuen Straßentunnels eröffnet der Entwurf weitere Entwicklungsperspektiven. Unsere Handelskammer schlägt vor, den Hopfenmarkt gemäß der historischen Größe zu erhalten. Hier wäre im Zuge der Untertunnelung zwar die Erschließung weiterer Bebauungsmöglichkeiten denkbar, die einen weiteren Beitrag zur Gegenfinanzierung leisten könnten, wenn die Stadt Hamburg für die Realisierung des Vorhabens weitere Grundstückserlöse für notwendig erachtet. Dies würde aber zu einer deutlichen Verkleinerung des Platzes führen. Im Sinne einer Aufwertung der Innenstadt durch das neue Tunnelbauwerk halten wir es aber für angemessen, die neu gewonnene Lagequalität des Platzes für die Nutzung als großzügiger innerstädtischer Raum mit lebendigen Nutzungen zu erhalten. Direkt an den Hopfenmarkt schließt sich westlich eine weitere Verbindungsachse über Kleiner Burstah/Mattentwiete bis in die Speicherstadt/Hafencity an, die im Zuge des Projekts attraktiv gestaltet werden kann.

Im Zuge des Untertunnelungsprojekts schlägt unsere Handelskammer vor, zusätzliche Bebauungspotenziale

⁹⁶ Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2006): Ein Quartier wird zum Scharnier. Die Perspektive des Fleetviertels für Hamburg. Hamburg.

auf anliegenden innerstädtischen privaten und öffentlichen Grundstücken zu erschließen. Diese Bebauungsmöglichkeiten sind ebenfalls in dem städtebaulichen Plan unserer Handelskammer vorgesehen. Insbesondere die ergänzende Inwertsetzung der privaten Grundstücke bedarf aber selbstverständlich einer intensiven Abstimmung mit den privaten Grundeigentümern.

Der Vorschlag unserer Handelskammer sieht vor, dass die neu entlang des Tunnels entstehenden Grundstücke aus dem Besitz der Stadt Hamburg einen direkten Beitrag zu den Aufwendungen des Projekts leisten könnten. Darüber hinaus sollten die an die Willy-Brandt-Straße angrenzenden städtischen Grundstücke (siehe Abb. 31, Nr. 5 + 6) ebenfalls zur Gegenfinanzierung des Projektes herangezogen werden. Zudem bietet das Grundstück der Bundesbank als öffentliches Grundstück zusätzliches Bebauungspotenzial im Zusammenhang mit dem Projekt, dessen Erlöse gegeben-

falls zur Gegenfinanzierung genutzt werden könnten. Schließlich wäre zu prüfen, ob ein Teil der durch zusätzliche Bebauungsmöglichkeiten entstehenden höheren Bodenwerte bei einer Reihe von direkt angrenzenden privaten Grundstücksflächen in die Gegenfinanzierung einfließen könnte.

Die Untertunnelung wäre unter Einbeziehung anliegender städtischer Grundstücke fast vollständig – und unter Einbeziehung weiterer Grundstücke sogar vollständig – refinanzierbar.

Die Berechnung unserer Handelskammer hat ergeben, dass durch den Bau des neuen Tunnels einschließlich zusätzlicher Bebauungspotenziale auf städtischen Grundstücken entlang der Willy-Brandt-Straße bis zu 25 300 Quadratmeter neue Bauflächen für Bürobauten und gegebenenfalls auch Wohnbebauung geschaffen werden könnten. Diese Flächen hätten hiernach auf

Abbildung 31: Grundstücke für die Gegenfinanzierung

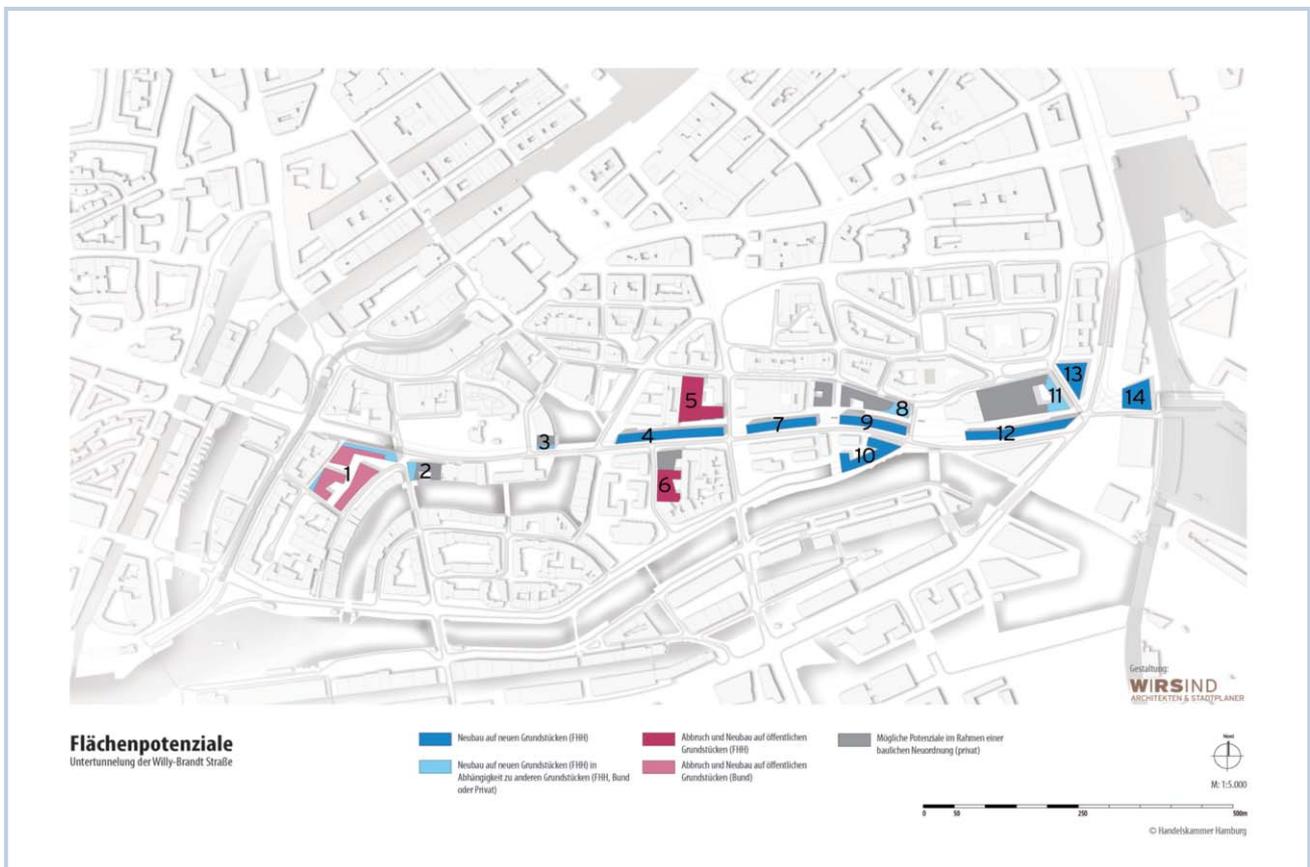


Tabelle 13: Finanzierungsmodell Tunnel Willy-Brandt-Straße

Finanzierungsmodell Tunnel Willy-Brandt-Straße	
Kosten Tunnel, Oberflächen und Anbindung ⁹⁷	
Baukosten/Meter Tunnel	280 000 Euro/Meter ⁹⁸
Länge Tunnel	1 558 Meter
Baukosten Tunnel	436 Millionen Euro
Kosten Oberflächengestaltung/Quadratmeter ⁹⁹	265 Euro/Quadratmeter
Gesamtfläche neuer Plätze	29 500 Quadratmeter
Kosten Oberflächengestaltung	8 Millionen Euro
Baukosten Anbindung und Rampen/Meter	120 000 Euro/Meter
Länge Rampen und Anbindung	400 Meter
Baukosten Anbindung	48 Millionen Euro
Gesamtkosten Tunnel, Oberflächen und Anbindung	492 Millionen Euro
Erlöse aus Verkauf neuer städtischer Grundstücke/Neuentwicklung städtischer Grundstücken	
Erlös/Quadratmeter BGF	2 000 Euro
Neubau auf neuen Grundstücken (FHH)¹⁰⁰	
Grundstücksfläche	16 000 Quadratmeter
Neubaupotenzial (Bruttogeschossfläche)	134 000 Quadratmeter
Erlös aus Verkauf neuer Grundstücke (FHH)	268 Millionen Euro
Neubau auf neuen Grundstücken (FHH) in Abhängigkeit zu anderen Grundstücken¹⁰¹	
Grundstücksfläche	3 900 Quadratmeter
Neubaupotenzial (Bruttogeschossfläche)	34 000 Quadratmeter
Erlös aus Verkauf neuer Grundstücke (FHH) in Abhängigkeit zu anderen Grundstücken	68 Millionen Euro

⁹⁷ Handelskammer Hamburg, eigene Berechnungen auf Grundlage von Expertengesprächen und Kostenschätzungen anhand des Referenzprojekts Tunnel Landshuter Allee in München.

⁹⁸ Die Kosten beinhalten die technische Ausstattung des Tunnels und die notwendigen Notausgänge sowie die einfache Oberflächengestaltung.

⁹⁹ Zusätzliche Kosten für eine attraktive Gestaltung der an der Oberfläche entstehenden öffentlichen Räume und Plätze.

¹⁰⁰ In Abbildung 31 dunkelblau markiert.

¹⁰¹ In Abbildung 31 hellblau markiert.

Abbruch und Neubau auf öffentlichen Grundstücken (FHH)¹⁰²	
Grundstücksfläche	5 400 Quadratmeter
Neubaupotenzial (Bruttogeschossfläche)	40 000 Quadratmeter
Erlöse aus Neuentwicklung von Grundstücken (FHH) im Umfeld des Tunnels	80 Millionen Euro
Summen	
Gesamtfläche Grundstücke	25 300 Quadratmeter
Gesamtes Neubaupotenzial (BGF)	208 000 Quadratmeter
Gesamterlös aus Verkauf neuer Grundstücke	416 Millionen Euro
Potenzielle zusätzliche Erlöse aus Neuentwicklung von Grundstücken	
Abbruch und Neubau auf öffentlichen Grundstücken (Bund)¹⁰³	
Grundstücksfläche	7 300 Quadratmeter
Neubaupotenzial (Bruttogeschossfläche)	30 000 Quadratmeter
Erlöse aus Neuentwicklung von Grundstücken (Bund) im Umfeld des Tunnels	60 Millionen Euro
Potenzielle Wertsteigerung durch zusätzliches Bauvolumen auf privaten Grundstücken ¹⁰⁴	
Gesamtfläche Grundstücke	13 600 Quadratmeter
Nettozuwachs BGF	22 000 Quadratmeter
Potenzielle Wertsteigerung Grundstücke	44 Millionen Euro

Basis aktueller Bodenrichtwerte und künftig erzielbarer Grundstückspreise (zugrunde gelegt wird ein erzielbarer Bodenwert in Höhe von 2 000 Euro/Quadratmeter Bruttogeschossfläche) in einer vergleichsweise guten Lage der Innenstadt einen Grundstückswert von insgesamt etwa 416 Millionen Euro. Dies schließt die in Abhängigkeit zu anderen Grundstücken zu entwickelnden städtischen Flächen sowie zwei weitere an die heutige Willy-Brandt-Straße angrenzende Grundstücke mit ein. Allein die auf den heutigen Straßenflächen von Willy-Brandt-Straße und Dovenfleet geschaffenen neuen Grundstücksflächen umfassen 16 000 Quadratmeter. Aus der Verwertung dieser Grundstücke wäre

entsprechend der oben genannten Bodenwerte ein Erlös von 268 Millionen Euro zu erzielen. Die Bodenwerte setzen eine deutliche Attraktivitätssteigerung der jeweiligen Mikrolage voraus, die aber dem Projekt quasi in die Wiege gelegt ist. Zusätzlich sind durch die mit dem Projekt einhergehende Entwicklung des heutigen Grundstücks der Bundesbank (+ 30 000 Quadratmeter BGF) sowie weiterer an dem Straßenzug gelegener privater Grundstücke (+ 22 000 Quadratmeter BGF) Wertsteigerungen in Höhe von 104 Millionen Euro zu erwarten.

Auf der anderen Seite lassen sich die Kosten für das Tunnelbauwerk ohne eine detaillierte bautechnische Planung lediglich grob abschätzen. Ein gutes Vergleichsprojekt stellt das geplante Tunnelbauwerk

¹⁰² In Abbildung 31 dunkelrot markiert.

¹⁰³ In Abbildung 31 hellrot markiert.

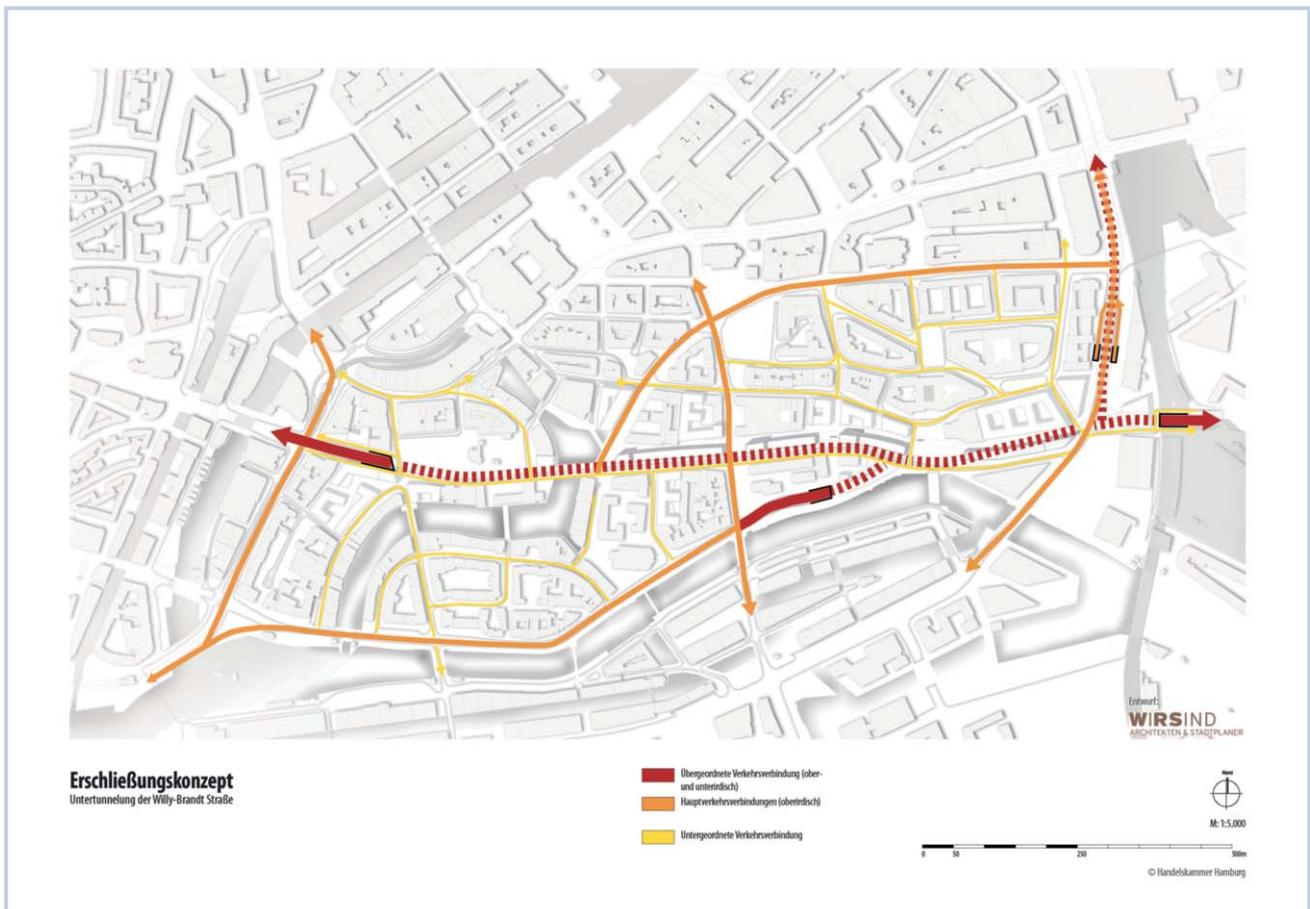
¹⁰⁴ In Abbildung 31 grau markiert.

Landshuter Allee in München dar, dessen Umsetzung im November 2015 grundsätzlich vom Münchener Stadtrat beschlossen wurde. München geht bei dem 1,4 Kilometer langen Bauwerk, mit dem der hochbefahrene sechsspurige Stadtstraßenring unter die Erde verlegt werden soll, von Kosten von insgesamt 537 Millionen Euro aus. In unserer Kostenberechnung gehen wir aufgrund des lediglich mit vier Fahrstreifen unterirdisch herzustellenden Tunnelbauwerks von Baukosten in Höhe von 280 000 Euro pro Meter Tunnel aus. Insgesamt hat die überschlägige Berechnung der Baukosten durch unsere Handelskammer eine Höhe von 492 Millionen Euro ergeben. Die Untertunnelung wäre unter Einbeziehung anliegender städtischer Grundstücke also fast vollständig refinanzierbar. Würde ein Teil der Wertsteigerungen auf den angrenzenden Grundstücken privater beziehungsweise bundeseigener Eigentümer abgeschöpft, wäre das Projekt gegebenenfalls sogar vollständig refinanzierbar.

Verkehrskonzept zum städtebaulichen Entwurf der Handelskammer

Das dem städtebaulichen Entwurf zugrundeliegende Verkehrskonzept sieht vor, die heute sechsspurige Willy-Brandt-Straße auf einer Länge von 1 300 Metern in einen vierspurigen, zwischen Rödingsmarkt und Deichtorplatz weitgehend kreuzungsfreien Straßentunnel zu verlegen. Für die Abwicklung der Erschließungsverkehre soll eine zweispurige Erschließungsstraße (eine Fahrspur pro Fahrtrichtung) auf der Tunneldecke verbleiben. Diese soll auch der Erschließung der neu geschaffenen Grundstücke dienen. Der Tunnel soll über eine westliche Einfahrt im Bereich Rödingsmarkt und eine östliche Einfahrt im Bereich Deichtorplatz verfügen. Zusätzlich wird der Straßenzug der Hafenrandstraße im Bereich der heutigen Einmündung der Straße Dovenfleet über eine unterirdische ampelgesteuerte Kreuzung angebunden.

Abbildung 32: Erschließungskonzept für die Untertunnelung der Willy-Brandt-Straße

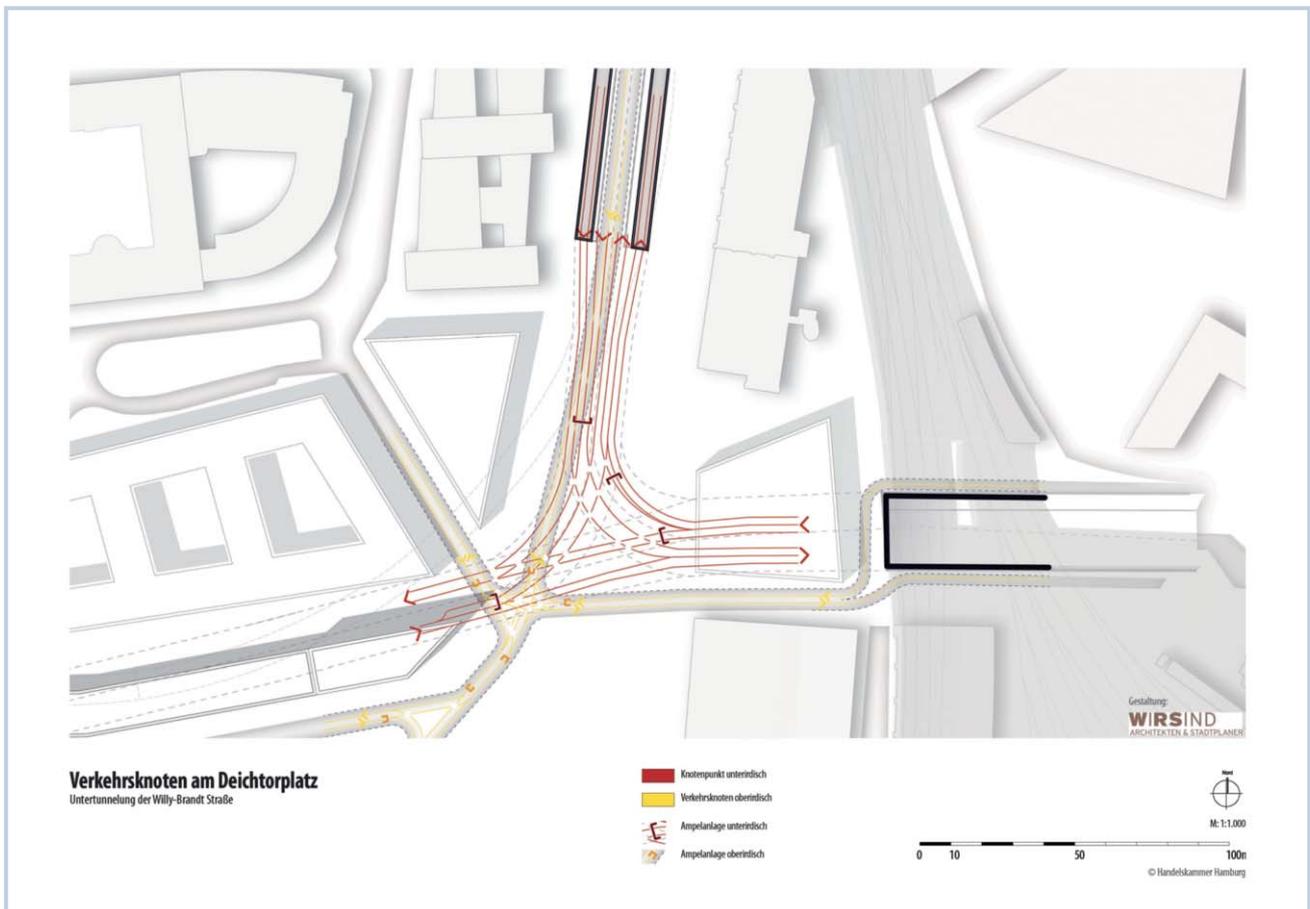


Wir schlagen vor, eine weitere unterirdische ampelgesteuerte Kreuzung im Bereich des Deichtorplatzes vorzusehen. Diese sollte den Wallringtunnel künftig unterirdisch mit dem neuen im Tunnel geführten Ost-West-Straßenzug verbinden. Die im Tunnel geführten Fahrspuren werden an dieser Stelle über Rampen mit den in nordsüdlicher Richtung verlaufenden Fahrbeziehungen verknüpft. Über den Deichtorplatz selbst können so deutlich weniger Fahrspuren als heute geführt werden, gleichwohl verbleiben oberirdisch notwendige Fahrbeziehungen.

Wir gehen davon aus, dass die vier unterirdisch geführten Fahrspuren der Willy-Brandt-Straße eine ausreichende Leistungsfähigkeit aufgrund der weitgehend kreuzungsfrei ausgebauten Strecke haben. Hinzu kommt die Kapazität der oberirdisch geführten zweispurigen Erschließungsstraße. Im Bereich Deichtorplatz wird sich dagegen gegebenenfalls eine etwas

geringere Leistungsfähigkeit des unterirdischen Knotens gegenüber der heutigen Situation ergeben. Die überschlägig durchgeführte Abschätzung mit dem Ergebnis einer grundsätzlich anforderungsgerechten Machbarkeit bedarf im weiteren, von der Stadt Hamburg durchzuführenden Verfahren einer grundlegenden verkehrstechnischen Untersuchung. Auf dieser Basis wären gegebenenfalls weitere bauliche Maßnahmen vorzusehen. Allerdings ist der vorgelegte Entwurf auf mögliche grundsätzliche Restriktionen, zum Beispiel durch die unterirdische Führung der U-Bahn im Bereich Meßberg-Steinstraße, bereits überprüft worden. Aufgrund der vorgeschlagenen offenen Bauweise und der Lage des Tunnels in einem Teilbereich des Straßenzugs gehen wir zudem davon aus, dass der sich über mehrere Jahre erstreckende Bau des Vorhabens grundsätzlich „unter Verkehr“ erfolgen kann.

Abbildung 33: Schematische Darstellung der Fahrstreifen und Fahrbeziehungen am Deichtorplatz



MASSNAHMEN ZUR REALISIERUNG

Die Hafencity in die Innenstadt integrieren – Willy-Brandt-Straße untertunneln

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, die städtebauliche Verknüpfung von Kern-City und Hafencity im Bereich der heutigen Willy-Brandt-Straße wiederherzustellen. Dazu sollte sie zeitnah Planungen aufnehmen, um die Willy-Brandt-Straße zwischen dem Deichtorplatz im Osten und dem Rödingsmarkt im Westen zu untertunneln. Entlang der städtebaulich besonders bedeutsamen Achsen sollten attraktive Flächen für den Einzelhandel entstehen. Mit der Untertunnelung müssen gleichzeitig bebaubare Flächen geschaffen werden, die Raum für Unternehmensansiedlungen, Einzelhandel und Wohnen bieten. Das vorliegende Papier zeigt, auf, wie sich der Tunnelbau durch die Verwertung von neu geschaffenen Grundstücken weitgehend finanzieren lässt.

5.3 Das Umfeld des Hauptbahnhofs aufwerten

Der Hamburger Hauptbahnhof gilt als zentraler Knotenpunkt der Hansestadt und ist mit täglich über 500 000 Reisenden und Besuchern einer der am stärksten frequentierten Bahnhöfe Deutschlands.¹⁰⁵ Er übernimmt damit eine herausragende Gateway-Funktion für Hamburg (Kapitel 2.3.4).

Mit der Eröffnung des Bahnhofs 1906 wurden die bisher vier Hamburger Bahnhöfe zusammengelegt und der Eisenbahnverkehr über einen zentralen Bahnhof abgewickelt. Nach aufwendigen Sanierungsmaßnah-

men wurde 1991 die Wandelhalle in ihrer heutigen Form als Kombination aus Bahnhof und Einkaufszentrum eröffnet.

Der Hauptbahnhof ist in jüngster Zeit an seine Kapazitätsgrenzen gelangt, vor allem aufgrund besserer Regionalbahnverbindungen nach Bremen, Flensburg, Lüneburg, Kiel, Lübeck und Itzehoe.

Die größten Herausforderungen des Hamburger Hauptbahnhofs sind

- die begrenzten Kapazitäten des Bahnhofs und
- die Gestaltung und Nutzung des Bahnhofsumfelds.

Daher werden zurzeit eine Verkehrsuntersuchung im Umfeld des Hauptbahnhofs durch die Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation sowie eine Personenverkehrsstromanalyse durch die Deutsche Bahn erarbeitet.¹⁰⁶

Um den aktuellen Anforderungen an einen Hauptbahnhof von überregionaler Bedeutung gerecht zu werden, bestehen verschiedene Handlungserfordernisse, die über die Verkehrsfunktion hinausgehen. Der Hauptbahnhof ermöglicht kommerzielle Nutzungen und stellt öffentlichen Raum bereit. Vor dem Hintergrund dieser Funktionen sind eine bauliche Anpassung des Hamburger Hauptbahnhofs sowie dessen Umfeld notwendig. Nur so kann der Hauptbahnhof auch zukünftig seine überregionale Funktion als Verkehrsknotenpunkt und als multifunktionaler Raum einnehmen.

Darüber hinaus sind die Stadt und die Deutsche Bahn aufgefordert, die Flächen rund um den Hauptbahnhof häufiger als bisher zu reinigen, um ein ansprechendes Entree zu schaffen.

¹⁰⁵ Deutsche Bahn, Pressemitteilung 14. Juni 2015.

¹⁰⁶ Vgl. Freie und Hansestadt Hamburg (2016): Wie könnten Bahnhof und Umfeld in Zukunft aussehen? Pressemitteilung vom 7. Januar 2016.

Den Südsteg ausbauen

Die Planungen, den Südsteg um Teile der Steintorbrücke zu verbreitern, konkretisieren sich. Damit könnten der Südsteg nachhaltig entlastet und die Aufenthaltsqualität deutlich verbessert werden.

Mit einer Umgestaltung dieses Bereichs böte sich auch die Chance, den Hauptbahnhof besser mit der Mönckebergstraße zu verknüpfen.

Das Umsteigen zum ÖPNV und zum ZOB erleichtern

Die Verknüpfung der einzelnen Verkehrsmittel rund um den Hauptbahnhof ist ausbaufähig. So ist die Wegeverbindung zwischen dem Hauptbahnhof und dem Zentralen Omnibusbahnhof (ZOB) sehr unübersichtlich, und sie wird durch den Kreuzungsbereich am Steintorplatz erschwert. Durch eine klare Wegeführung und bessere Einsehbarkeit könnte das Umsteigen zwischen Hauptbahnhof und ZOB wesentlich erleichtert werden.

Der Umbau des Südstegs könnte auch das Umsteigen von den Linienbussen in die Züge erleichtern, wenn von einer neuen Haltestelle auf dem Steintordamm die Bahngleise direkt über eine jeweilige Treppe erreichbar wären. Beispielhaft ist die Verknüpfung zwischen Fernbahn und ÖPNV am Freiburger Hauptbahnhof realisiert worden.

Die Orientierung verbessern

Der Zugang zu einigen S-Bahnlinien sowie zu den U-Bahnlinien erfolgt zurzeit außerhalb der Bahnhofshalle in Höhe der Vordächer. Langfristig wäre eine Wegeführung sinnvoll, die eine einheitliche Treppenföhrung von dem Nord- und Südsteg hin zu den jeweiligen Gleisen ermöglicht, ohne dass die Reisenden dabei das eigentliche Bahnhofsgebäude verlassen müssen. Zusätzlich sollte die fremdsprachige Beschilderung und Beschilderung für Menschen mit Behinderung ausgebaut werden. Eine solche Gestaltung würde die Orientierung und das Umsteigen wesentlich erleichtern.

Die Benennung der U-Bahnstationen als „Hauptbahnhof Nord“ und „Hauptbahnhof Süd“ ist zudem zu überdenken. Die Vereinheitlichung der Haltestellen würde insbesondere die Orientierung für Besucher erleichtern, indem der Hauptbahnhof als Ganzes verstanden wird.

Der Steintorwall stellt derzeit eine starke Barriere zu der Innenstadt dar. Die Verbindung schaffen

Den Hauptbahnhof mit der Innenstadt verknüpfen

Der Steintorwall stellt derzeit eine starke Barriere zu der Innenstadt dar. Die Verbindung schaffen

- die Fußgängerampel an der Spitalerstraße, die den Fußgängern eine angemessene Grünphase anbietet,
- die Fußgängerampel am Georgsplatz mit teilweise langen Wartezeiten für Fußgänger,
- der Tunnel vom Hauptbahnhof-Südsteg zur Mönckebergstraße, der wegen der geringen Deckenhöhe eher beengend wirkt; hier besteht zudem keine direkte Blickbeziehung zur Innenstadt.

Zwischen dem Südsteg und der Mönckebergstraße sollte eine oberirdische Verbindung geprüft werden, um die Eingangssituation zur Innenstadt aufzuwerten.

Den Bahnhofsvorplatz zur Innenstadt mit Gastronomie beleben

Der westliche Bahnhofsvorplatz, der zur Innenstadt ausgerichtet ist, könnte mit einer gastronomischen Nutzung wesentlich belebt werden. Die Gastronomie profitierte von der hohen Frequenz und in den Sommermonaten auch von der Abendsonne. Der Platz könnte damit eine Qualität gewinnen wie beispielsweise der Centralbahnplatz in Basel (vor dem Bahnhof



So könnte eine Außengastronomie den Hauptbahnhof und den Glockengießerwall beleben.

Basel SBB). Als Standort für einen gastronomischen Betrieb böte sich das derzeitige Areal der Bahnhofsmision an.

Zur Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen wären mit der Stadt und der Deutschen Bahn vorab die technischen Rahmenbedingungen und die grundsätzliche Bereitschaft zu klären, da eine Freigabe der Flächen durch die Deutsche Bahn erfolgen müsste.

MASSNAHMEN ZUR REALISIERUNG

Den Hauptbahnhof zum Entree der Metropole machen

Die Westseite des Hauptbahnhofs – die der Innenstadt zugewandte Seite – könnte mit einer attraktiven Außengastronomie von einem Durchgangsraum zu einem Platz mit hoher Aufenthaltsqualität werden. Als Standort für einen gastronomischen Betrieb böte sich das derzeitige Areal der Bahnhofsmision an, wenn die eine adäquate Ersatzfläche erhielte.

Kurzfristig umsetzbar wären häufigere Reinigungen der Plätze beiderseits des Hauptbahnhofs, sodass die Besucher einen guten ersten Eindruck von Hamburg erhielten.

MASSNAHMEN ZUR REALISIERUNG

Den Hauptbahnhof der gestiegenen Frequenz anpassen

Die Deutsche Bahn ist aufgefordert, den Hauptbahnhof der gestiegenen Frequenz anzupassen. Hierzu sind eine Verbreiterung des Südsteigs, die Erneuerung der Bahnsteige und der Treppen (zum Teil bereits umgesetzt), eine bessere Beleuchtung der Treppen und eine regelmäßige Wartung der Rolltreppen zu den Bahnsteigen unverzichtbar.

Die Bahnhofsmision, die derzeit den westlichen Gebäudeflügel im Hauptbahnhof nutzt, müsste geeignete Räume erhalten.

In einem internationalen Wettbewerb könnten städtebauliche Entwürfe ermittelt und auf ihre Umsetzbarkeit geprüft werden.

Kurzfristig umsetzbar wären häufigere Reinigungen der Plätze beiderseits des Hauptbahnhofs, sodass die Besucher einen guten ersten Eindruck von Hamburg erhielten.

Eine Fahrradstation am Hauptbahnhof realisieren

Gerade in der Umgebung des Hauptbahnhofs werden viele Fahrräder an allen Masten oder Bäumen „wild“ abgestellt. Dem könnte die Stadt Hamburg mit einer Fahrradstation wirkungsvoll begegnen.

Im Rahmen der Radverkehrsstrategie der Freien und Hansestadt Hamburg wurde die Errichtung eines Fahrradparkhauses, das das Umsteigen zu den öffentlichen Verkehrsmitteln erleichtern soll, bereits untersucht. Dabei werden rund 700 Abstellplätze empfohlen.¹⁰⁷

¹⁰⁷ Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg, Drucksache 21/1465.

Die Umsetzung der Planungen sollte von der Freien und Hansestadt Hamburg und der Deutschen Bahn forciert werden. Voraussetzung ist dabei, dass die Taxenvorfahrt auf der Westseite des Hauptbahnhofs (in Richtung Innenstadt) erhalten bleibt. Der Standort eines Fahrradparkhauses ist in ein Gesamtkonzept für den Hauptbahnhof und sein Umfeld einzubetten.

BEST PRACTICE

Die Radstation am Münsteraner Hauptbahnhof

Rund 2 500 Dauerparker nutzen täglich die Radstation am Münsteraner Hauptbahnhof. Die Kapazität, die zunächst auf rund 2 000 Nutzer ausgelegt war, wurde daher auf 3 500 Fahrräder erhöht. Eine erneute Erweiterung ist geplant. Die Radstation wird vor allem von ein- oder auspendelnden Berufstätigen genutzt. Die Auslastung liegt bei 95 Prozent.

Für die 1999 eröffnete Radstation kam nur eine unterirdische Variante infrage. Für das Projekt kaufte die Stadt Münster eine Fläche von der Deutschen Bahn und steuerte zudem eigene Flächen bei. Die Investitionskosten beliefen sich auf 13 Millionen DM, die von der Stadt und dem Land Nordrhein-Westfalen je zur Hälfte aufgebracht wurden. Die Kosten pro Stellplatz liegen damit zwischen 3 000 und 4 000 Euro. Projektentwickler war die Stadt Münster; als Bauträger fungierte die kommunale Parkhausgesellschaft. Durch eine Ausschreibung wurde ein privater Betreiber bestimmt.

Neben dem Parken bietet die Radstation einen Fahrradverleih und einen Reparaturservice an, die jeweils auch gewinnbringend arbeiten können. Den Umsatz realisiert der Betreiber je zur Hälfte aus der Miete für das Abstellen der Fahrräder sowie dem Reparatur- und Verleihservice.

Insgesamt kann die Betreibergesellschaft eine Rendite an die Stadt abführen. Durch die Einnahmen können die Unterhaltungskosten für das Gebäude und den laufenden Betrieb gedeckt werden.

Hamburg hat mit dem Fahrradparkhaus am Bergedorfer Bahnhof bereits gute Erfahrungen gemacht.

MASSNAHMEN ZUR REALISIERUNG

Ein Fahrradparkhaus am Hauptbahnhof bauen

Wegen der großen Zahl von Fahrrädern, die im Umfeld des Hauptbahnhofs abgestellt werden, kommt auch hierfür ein Fahrradparkhaus in Betracht. Der Senat ist aufgefordert, ein Konzept zu erstellen und umzusetzen.

5.4 Ein feinmaschiges Wegenetz entwickeln

Ein zusammenhängendes, feinmaschiges Wegenetz gehört zu einer attraktiven Innenstadt, in der sich die Hamburger, Besucher und die Touristen lange und gerne aufhalten, um einzukaufen, Cafés und Restaurants zu besuchen, zu bummeln, zu flanieren und zu verweilen.

Die Stadt und die Privatwirtschaft haben viele Straßen und Plätze neu gestaltet:

- den Jungfernstieg und einzelne Plätze wie den Gertrudenkirchhof und den Dornbusch (in öffentlich-privater Partnerschaft),
- die BID-Quartiere in der westlichen Innenstadt (überwiegend privat finanziert; Kapitel 4.5.6),



Die Colonnaden: Teil eines feinmaschigen Wegenetzes aus Geschäftsstraßen und Passagen, das die westliche Innenstadt auszeichnet.

- die westliche Hafencity (durch die städtische Hafencity Hamburg GmbH).

In Einkaufszentren werden die Kunden zum Umherflanieren und Verweilen animiert, um sie zu den Produkten hinzuführen,¹⁰⁸ und zum Einkaufen motiviert. Dieses Konzept wird inzwischen auch auf multifunktionale Quartiere und auf Hauptgeschäftsstraßen wie die Mönckebergstraße übertragen, wo im Rahmen eines BID ein modernes Beleuchtungskonzept geschaffen werden soll. Eine solche Strategie dient nicht nur dem kommerziellen Interesse der Unternehmen in der Innenstadt, sondern sie wird auch maßgeblich zu einer Belebung der Innenstadt beitragen.

Dieses Konzept auf die Innenstadt zu übertragen, bedeutet, dass auch hier ein zusammenhängendes, feinmaschiges Wegenetz geschaffen werden muss. Dies lässt sich in der Innenstadt nicht überall realisieren, denn die City muss weiterhin für Pkw, Fahrräder und den ÖPNV gut erreichbar sein (Kapitel 4.4). Wo aber die Erreichbarkeit für die anderen Verkehrsmittel nicht wesentlich eingeschränkt wird, sollte Hamburg ein solches Wegenetz für Fußgänger schaffen.

Hierzu gehören

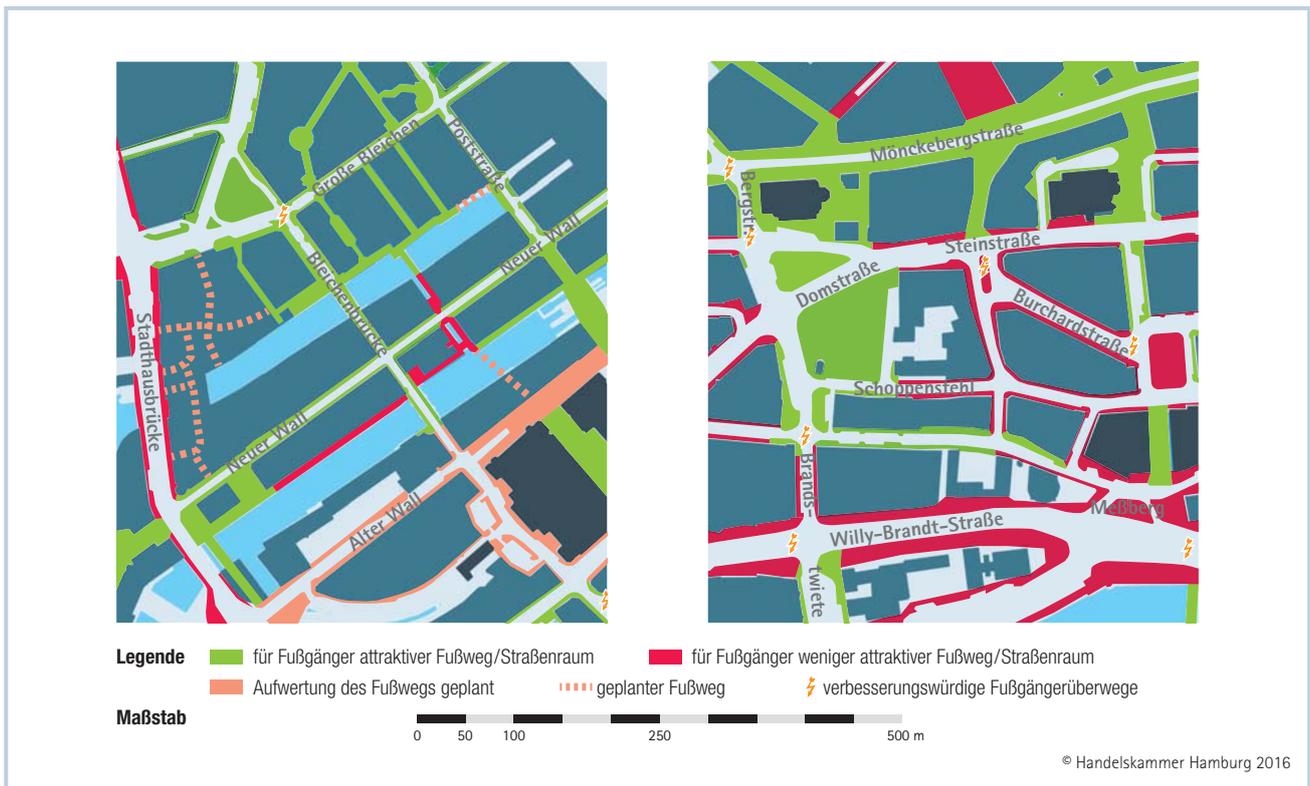
- breite Fußwege,
- ausreichend Querungsmöglichkeiten über die Fahrbahnen oder
- geringe Pkw-Dichte und niedrige Geschwindigkeiten,
- eine attraktive Beleuchtung.

Eine zusätzliche Fußgängerverbindung sollte beispielsweise an der Kreuzung Valentinskamp/Caffamacherreihe geschaffen werden, um eine direkte Verbindung von der Dammtorstraße zum Emporio-Haus und zum Hotel Scandic zu schaffen.

Die 1b-Lagen wie die Colonnaden, Alstertor/Ballindamm und das Kontorhausviertel sollten dabei gezielt entwickelt werden.

¹⁰⁸ Scharmski, Andre (2014): Places to be – (neue) Einzelhandelslagen mit Potenzial? Quantum Focus No. 13. Hamburg, S. 15.

Abbildung 34: Wegenetz im Passagenviertel und im Bereich Mönckebergstraße/Kontorhausviertel



Öffentlichkeitswirksame Nutzungen ermöglichen

Zu einer lebhaften Straße gehören öffentlichkeitswirksamen Nutzungen in den Erdgeschossen, die die Hamburg-Besucher zum Flanieren einladen.¹⁰⁹ Bei Neubauten sollten die Erdgeschosszonen so gestaltet werden, dass sie öffentlichkeitswirksam genutzt werden können. Dies beinhaltet, dass der Zugang möglichst ohne Stufen möglich ist, die Fassade geöffnet ist und die lichte Höhe des Erdgeschosses möglichst fünf Meter beträgt. Hierzu wären eine Satzung, städtebauliche Verträge mit Investoren oder eine Festsetzung im Bebauungsplan denkbar.

Diese Regelungen sollten gezielt in denjenigen Straßenzügen verankert werden, für die eine ausreichend hohe Frequenz zu erwarten ist; das Netz sollte nicht überdehnt werden, um Leerstände zu vermeiden.

Die Innenstadt-Allianz (Kapitel 5.5) sollte definieren, welche Straßen mit dem Ziel, ein feinmaschiges Wegenetz zu schaffen, umgestaltet werden.

MASSNAHMEN ZUR REALISIERUNG

Ein zusammenhängendes, feinmaschiges Wegenetz schaffen

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, in der Innenstadt ein zusammenhängendes, feinmaschiges Wegenetz für Fußgänger zu schaffen, so dass sich die Menschen lange und gerne hier aufhalten, um einzukaufen, Cafés und Restaurants zu besuchen, zu bummeln, zu flanieren und zu verweilen. Die wichtigsten Maßnahmen sollten im Rahmen der Innenstadt-Allianz umgesetzt werden (Kapitel 5.5).

¹⁰⁹ Freie und Hansestadt Hamburg, Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt, Hrsg. (2014): Innenstadt-konzept Hamburg 2014, S. 99.

Den Kern der Innenstadt besser mit der Hafencity verknüpfen

In dem Vor-Ort-Papier „Ein Quartier wird zum Scharnier – Die Perspektive des Fleetviertels für Hamburg“ hatte die Handelskammer schon 2006 konkrete Vorschläge gemacht, wie die Verbindungen in die Hafencity gestärkt, wie Plätze belebt und wie zusätzlicher Wohnraum geschaffen werden können.

Die Domplatz-Achse, die die wichtigste Verbindung zwischen der Mönckebergstraße und der Hafencity darstellt, wurde 2011 neu gestaltet. Der Straßenzug Schmiedestraße – Alter Fischmarkt – Brandstwierte stellt sich damit wesentlich attraktiver dar als vor der Umgestaltung. Dennoch wird die Achse ihrer Bedeutung als zentrale Verbindungsstraße zwischen der Kern-City und der Hafencity derzeit nicht gerecht:

- Die Fußwege sind in einigen Abschnitten weiterhin sehr schmal, vor allem in Höhe der Kreuzung Brandstwierte/Zippelhaus.

An den beiden Kreuzungen

- Schmiedestraße/Rathausstraße/Speersort (auf der Südseite der Kreuzung),
- Alter Fischmarkt/Brandstwierte/Kleine Reichenstraße/Große Reichenstraße (auf der Nordseite der Kreuzung),

fehlen die Fußgängerüberwege. Sie könnten ohne nennenswerte Einschränkungen für den Pkw-Verkehr geschaffen werden und würden die Verbindung zwischen Rathaus und Kontorhausviertel für Fußgänger deutlich verbessern.

Auch wenn die Straße erst vor wenigen Jahren neu gestaltet wurde, sollte die Stadt den Mut haben, hier punktuelle Verbesserungen vorzunehmen.

Die Willy-Brandt-Straße stellt die stärkste Zäsur zwischen dem Kern der Innenstadt und der Hafencity dar;

hier setzt das Leitprojekt zur Integration der Hafencity in die Innenstadt (Kapitel 5.2) an.

Das Fleetviertel stärker zum Scharnier entwickeln

Das Fleetviertel sollte zukünftig eine stärkere Scharnierfunktion einnehmen. Die Vorschläge des Handelskammer-Standpunktepapiers „Ein Quartier wird zum Scharnier – Die Perspektive des Fleetviertels für Hamburg“ aus dem Jahr 2006, das hierzu konkrete Vorschläge unterbreitet hat, sind bisher nur ansatzweise realisiert worden.

Mit einer zunehmenden Nutzungsmischung aus Wohnen, Gewerbe und weiteren publikumsaffinen Nutzungen können verschiedene Achsen herausgebildet werden, die die Besucher von der Hafencity in die Innenstadt und andersherum führen. Neben der Domplatz-Achse sollten folgenden Achsen entwickelt werden:

- Holzbrücke/Mattentwiete,
- der Katharinenweg über die Kleine Johannisstraße/Brodschragen/Grimm,
- Rödingsmarkt.

Die Achse über die Kleine Johannisstraße ist die direkte fußläufige Verbindung zwischen dem Rathaus und der Katharinenkirche. Im Rahmen der Neugestaltung des Commerzbank-Areals sollte diese Achse daher attraktiv gestaltet werden. Außerdem würde eine zusätzliche Fußgängerampel von der Domstraße über die Willy-Brandt-Straße die Verbindung für Fußgänger deutlich verbessern.

MASSNAHMEN ZUR REALISIERUNG

Eine städtebauliche Verknüpfung zwischen dem Kern der City und der Hafencity schaffen

Durch die große Erweiterung der Innenstadt um die Hafencity muss die städtebauliche Verknüpfung erweitert werden.

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, die wichtigsten fußläufigen Verbindungen zwischen dem Kern der Innenstadt und der Hafencity durch eine attraktive Gestaltung und publikumsbezogene Nutzungen aufzuwerten.

5.5 Mit einer Innenstadt-Allianz 2021 eine vielfältige, urbane Innenstadt schaffen

Die Initiativen der Wirtschaft, allen voran das Citymanagement Hamburg und der Trägerverbund Projekt Innenstadt e.V., engagieren sich seit Langem für die Hamburger Innenstadt. Bei vielen Projekten arbeiten sie eng mit der Stadt Hamburg zusammen.

Angesichts des intensiver werdenden Wettbewerbs der Metropolen kommt es jetzt darauf an, dass die Stadt und die Wirtschaft enger als bisher zusammenarbeiten und sich auf konkrete Projekte und ihre Realisierung verständigen.

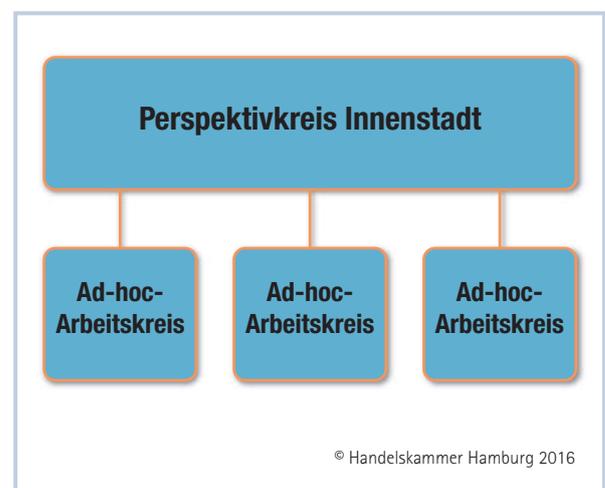
Alle Akteure der gesamten Innenstadt müssen dazu in einen gemeinsamen Dialog treten, um ein organisches Wachstum der Innenstadt zu ermöglichen. Hierzu regen wir eine Innenstadt-Allianz 2021 an, in der öffentliche und private Institutionen mitwirken. Wir schlagen die folgende Gremienstruktur aus einem regelmäßig tagenden Perspektivkreis und Ad-hoc-Arbeitskreisen, die nur zwei- oder dreimal tagen, vor. Die Handelskammer kann hier die Moderation übernehmen beziehungsweise koordinieren.

Ein Perspektivkreis Innenstadt, in dem Vertreter der Bürgerschaft, der Bezirksversammlung, der Fachbehörden und des Bezirksamts Hamburg-Mitte, des Citymanagements und des Trägerverbunds Projekt Innenstadt, der Hafencity Hamburg GmbH, der Handelsverbände sowie Unternehmen aus der Innenstadt mitwirken, verständigt sich auf die wesentlichen Projekte, die bis 2021 umgesetzt werden sollen. Der Perspektivkreis sollte regelmäßig tagen.

Die Ad-hoc-Arbeitskreise haben eine vorbereitende Funktion. Sie tagen zwei- oder dreimal. Dabei konzentrieren sie sich auf einzelne Quartiere, Straßen oder Plätze. Hier sollten auch Unternehmen und Grundeigentümer aus dem Quartier mitwirken können. Diese Arbeitskreise sollten sich darauf verständigen,

- wie der öffentliche Raum gestaltet werden sollte,
- wie dieser, etwa durch Außengastronomie, Veranstaltungen und Märkte, genutzt werden sollte und welche Qualitätsstandards hier angewandt werden sollten,
- wie Baustellen eingerichtet werden sollen, damit Beeinträchtigungen möglichst vermieden werden können.

Abbildung 35: Organisationsstruktur der Innenstadt-Allianz 2021



Hier können sich die Ad-hoc-Arbeitskreise an den Vereinbarungen zwischen dem Bezirksamt Hamburg-Mitte und den BIDs orientieren (Kapitel 4.5.7).

Ad-hoc-Arbeitskreise bieten sich vor allem für Quartiere an,

- die eine wichtige Scharnierfunktion übernehmen,
- in deren Umfeld für die nächsten Jahre mit umfassenden Umgestaltungen zu rechnen ist,
- die als Knotenpunkte eines engmaschigen Wegernetzes weiterentwickelt werden.

Hierzu zählen beispielsweise

- der Gerhart-Hauptmann-Platz und das Alstertor als Scharnier zwischen der Mönckebergstraße und der Binnenalster,

- die Mohlenhofstraße und der Burchardplatz als Verbindung zwischen der Mönckebergstraße und der Hafencity,

Die Maßnahmen, auf die sich die Ad-hoc-Arbeitskreise verständigen, werden verbindlich für die öffentliche Verwaltung und deren Genehmigungspraxis, indem der Perspektivkreis Innenstadt entsprechende Vereinbarungen zwischen der Politik, der Verwaltung und der Wirtschaft trifft.

Eine wichtige Grundlage für die Innenstadt-Allianz 2021 bilden das Innenstadtkonzept des Senats und das vorliegende Standpunkt Papier.

Der Senat und das Bezirksamt Hamburg-Mitte können die Innenstadt-Allianz unterstützen, indem sie den Perspektivkreis Innenstadt bei Bebauungsplänen und größeren Bauprojekten in die frühzeitige Bürgerbeteiligung einbeziehen. So kann der Perspektivkreis

Tabelle 14: Organisationsstruktur der Innenstadt-Allianz 2021

Gremium	Perspektivkreis Innenstadt	Ad-hoc-Arbeitskreise
Aufgabe	Vereinbarungen zwischen Stadt und Wirtschaft über konkrete Projekte zur Aufwertung der Innenstadt treffen und die Umsetzung begleiten	Vorbereitende Funktion: Projektideen zur Aufwertung einzelner Straßen, Plätze und Quartiere der Innenstadt erarbeiten
Räumlicher Bezug	Innenstadt	Einzelne Quartiere, Straßen oder Plätze
Beteiligte	Bürgerschaft Bezirksversammlung Fachbehörden Bezirksamt Hamburg-Mitte Citymanagement Trägerverbund Projekt Innenstadt HafenCity Hamburg GmbH Handelsverbände Unternehmen aus der City	Bürgerschaft Bezirksversammlung Fachbehörden Bezirksamt Hamburg-Mitte Citymanagement Trägerverbund Projekt Innenstadt HafenCity Hamburg GmbH Unternehmen aus dem Quartier
Moderation	Handelskammer Hamburg	Handelskammer Hamburg
Arbeitsweise	tagt zwei- bis dreimal im Jahr, auf Dauer angelegt	ad hoc; tagt zwei- bis dreimal

seine Anregungen zur Gestaltung und Nutzung des öffentlichen Raums, die Rückwirkungen auf Hochbauprojekte haben, frühzeitig vorbringen.

POSITION

Eine Innenstadt-Allianz 2021 ins Leben rufen

Der Aktionskreis Innenstadt aus öffentlichen und privaten Akteuren bündelt das Engagement für die Innenstadt. Die Beteiligten verständigen sich auf Projekte, die bis 2021 umgesetzt werden sollen.

Die Stadt Hamburg stellt hierfür angemessene Finanzmittel zur Verfügung.

6 Die Forderungen der Wirtschaft auf einen Blick

Smart und nachhaltig – neue Anforderungen an die Stadtentwicklung

Elektromobilität. Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, im Bereich der umweltfreundlichen Mobilität und zur Einhaltung der EU-Grenzwerte für Luftschadstoffe weiterhin auf eine Verbesserung des betrieblichen Mobilitätsmanagements und alternative Antriebsarten wie die Elektromobilität zu setzen. Die Zusammenarbeit mit den Kammern im Rahmen der Luftgütepartnerschaft ist dabei ein gutes Beispiel. Die Inhalte des Masterplans Ladeinfrastruktur für Elektromobilität sollten rasch umgesetzt und der Ausbau nachhaltiger Mobilitätsangebote in der Innenstadt weiter vorangetrieben werden. Fahrverbote wie zum Beispiel durch die Einführung einer Umweltzone sind abzulehnen.

Metropolfunktionen weiter ausbauen

Neue Metropolfunktionen für die Innenstadt gewinnen. Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, Konsulate, Hochschulen, Hotels mit Kongress- und Tagungseinrichtungen sowie staatliche Einrichtungen für die Innenstadt zu gewinnen beziehungsweise deren Ansiedlung zu unterstützen, um eine noch höhere Kontaktdichte zu erzeugen. Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, insbesondere Firmenzentralen und Leitungskompetenzen von Unternehmen mit ausgeprägter internationaler Orientierung für die Innenstadt zu gewinnen beziehungsweise deren Ansiedlung zu unterstützen, damit Hamburg unabhängiger von entfernten Entscheidungen wird.

Die Innenstadt stärker als Hochschulstandort profilieren. Im Rahmen einer stärkeren Profilierung und Vermarktung Hamburgs als Innovations- und Wissenschaftsstandort sollte die Bedeutung der privaten Hochschulen hervorgehoben werden: Es gilt, den Spitzenplatz der Stadt Hamburg bei der universitären Ausbildung an privaten Hochschulen und die damit

einhergehende Prägung des Hochschulstandorts durch die privaten Hochschulen nach außen stärker zu kommunizieren. Um den Beitrag und das Potenzial der Hochschulen für die innerstädtische Entwicklung besser auszuschöpfen, sollte die Stadt verstärkt Anknüpfungspunkte zu den Hochschulen suchen, auch bei Projekten und Initiativen ohne unmittelbaren Hochschulbezug (z. B. Hinweise auf Hochschulen bei Stadtführungen, studentische Arbeiten im öffentlichen Raum ausstellen). Solche Ansätze können die Verbindung zwischen den Hochschulen und der Stadt und damit die Wahrnehmung der Innenstadt auch als Campus ausbauen.

Impulse für Coworking Spaces setzen. Um die Freiberufler, Kreativen und kleinere Start-ups weiter in Hamburg zu vernetzen, sollten die Rahmenbedingungen für Coworking Spaces in der Innenstadt verbessert werden. Bei anstehenden Projektentwicklungen sollte die Stadt Hamburg Grundeigentümer, die mit den Betreibern von Coworking Spaces kooperieren möchten, hierbei unterstützen.

In die Zukunft Hamburgs investieren: Das CCH revitalisieren. Die Hamburger Wirtschaft unterstützt die derzeit laufende Revitalisierung des Congress Center Hamburg (CCH), die Hamburg in die Lage versetzt, auch in Zukunft auf dem stark umkämpften Messe- und Kongressmarkt zu bestehen.

Eine pulsierende, urbane
Innenstadt weiterentwickeln –
die Nutzungsmischung fördern

Den Rahmen für mehr Nutzungsmischung schaffen. Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, die planungsrechtlichen Voraussetzungen für multifunktionale Quartiere zu schaffen beziehungsweise weiterzuentwickeln.

Die Hamburger Innenstadt verdichten. Um die Nutzungsmischung in der Innenstadt zu stärken, muss die Stadt Hamburg baurechtliche Maßnahmen ergreifen, die die Nutzungsdichte erhöhen. Hierzu zählt, die vorhandenen Gebäude aufzustocken, insbesondere durch den Bau von Wohnungen. Gleichzeitig müssen die vorhandenen Sichtachsen aufgenommen und erhalten werden, damit das Stadtbild Hamburgs gewahrt bleibt.

In die 1b-Lagen investieren. Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, gemeinsam mit der Wirtschaft verstärkt in die 1b-Lagen zu investieren und sie als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandorte weiterzuentwickeln.

Flächen für innovative und inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte. In einem Modellprojekt sollte die Stadt Hamburg Ladenflächen in öffentlichen Immobilien temporär zur Verfügung stellen, die von Existenzgründern als Labor für neue Geschäfte genutzt werden können. Dabei muss ein fairer Wettbewerb gewährleistet werden.

Den städtebaulichen Ordnungsrahmen für den Einzelhandel weiterentwickeln. Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, die Innenstadt sowie die Bezirks- und Stadtteilzentren zu stärken. Hierzu gehört, dass neue Einzelhandelsangebote auf diese Standorte konzentriert werden. Dies muss im Zentrenkonzept, das derzeit überarbeitet wird, verankert werden.

Neue Märkte für neue Produkte. Die Stadt ist aufgefordert, geeignete Flächen zu identifizieren und bereitzustellen, um neue Märkte in der Innenstadt zu etablieren. Dies würde die B-Lagen in der Innenstadt beleben und jungen Unternehmen Raum für ihre Produkte geben.

Verstärkte städtische Investitionen in die Innenstadt. Wenn die Innenstadt als Ganzes von der durch das Überseequartier ausgelösten Anziehungskraft profitieren soll, ist die Stadt Hamburg aufgefordert, verstärkt auch in den Kern der Innenstadt zu investieren. Weiterhin ist es notwendig, das südliche Überseequartier stärker mit den umliegenden Quartieren und mit der Kern-City zu verknüpfen.

Gleiche Rahmenbedingungen für alle Unternehmen in der Innenstadt. Für den Einzelhandel in der gesamten Innenstadt müssen die gleichen Regelungen zu Ladenöffnungszeiten und verkaufsoffenen Sonntagen (derzeit vier pro Jahr) gelten. Auch eine bauliche Verbindung des Überseequartiers mit dem benachbarten Kreuzfahrtterminal kann keine längeren Ladenöffnungszeiten und keine zusätzlichen verkaufsoffenen Sonntage für das Überseequartier rechtfertigen.

Gesamtpakete für eine Kreuzfahrt und für einen Hamburg-Aufenthalt vermarkten. Die Hamburg Tourismus GmbH ist aufgefordert, gemeinsam mit den Reedereien attraktive Gesamtpakete für eine Kreuzfahrt und für einen vor- oder nachgelagerten Hamburg-Aufenthalt zu entwickeln und zu vermarkten.

Einen Gastronomie-Schwerpunkt in der Innenstadt schaffen. Ein Platz in der Innenstadt, der sich für einen Gastronomie-Schwerpunkt eignet, sollte ausgewählt und auf die Rahmenbedingungen im Detail untersucht werden. Die Innenstadt-Allianz 2021 könnte diese Aufgabe übernehmen. Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, auf der Basis dieser Empfehlungen die Genehmigungen für Außengastronomie zu erteilen.

Kultur fördern. Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, ein vielfältiges kulturelles Angebot in der Stadt und insbesondere in der Hamburger Innenstadt zu fördern und zugleich für gute Rahmenbedingungen für das bürgerschaftliche Engagement zu sorgen.

Neue Wohnungen in der Innenstadt schaffen. Neue Wohnungen tragen wesentlich zur Belebung der Innenstadt bei. Die Stadt sollte daher bei Neubauten und bei der umfassenden Erneuerung von Gebäuden die Möglichkeit eröffnen, neuen Wohnraum zu schaffen. Dies kann beispielsweise durch Befreiungen von den Festsetzungen des Bebauungsplans erfolgen. Bei der Entwicklung von Quartieren sollte die Stadt einen geeigneten Anteil an Wohnflächen an der gesamten Geschossfläche definieren.

Internationales und überregionales Marketing für die Innenstadt ausbauen

Marketing für die Shopping-Metropole Hamburg intensivieren. Das Hamburg-Marketing sollte auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene verstärkt auf die vielfältigen Shopping-Angebote in der Hamburger Innenstadt und in den Szenevierteln aufmerksam zu machen.

Erreichbarkeit und Orientierung – die Basis für eine vielfältige Innenstadt verbessern

Die Erreichbarkeit für Pkw und Busse sicherstellen und verbessern. Die Beeinträchtigungen für den Pkw- und für den Busverkehr bei Baustellen sollten deutlich reduziert werden. Bei Kurzbaustellen sollten, soweit möglich, die Zeiten, die für den Einzelhandel besonders wichtig sind – Freitage, Samstage und die Vorweihnachtszeit – von Baustellen freigehalten werden.

Das Busnetz weiter ausbauen. Das Busnetz sollte anforderungsgerecht erweitert und optimiert werden, wobei stets der zu erwartende Kostendeckungsgrad zu berücksichtigen ist. Mit einer neuen Metrobuslinie 7 können die nordöstlichen Stadtteile St. Georg, Winterhude, Barmbek und Bramfeld besser mit der Innenstadt verbunden werden.

Parken am Straßenrand – maximale Parkdauer auf zwei Stunden ausdehnen. Die maximale Parkdauer auf Stellplätzen am Straßenrand sollte von einer auf zwei Stunden ausgedehnt werden, um mehr als nur kurze Erledigungen zu ermöglichen.

Erreichbarkeit mit dem Reisebus verbessern. Die Fachbehörden und das Bezirksamt Hamburg-Mitte sind aufgefordert, ausreichend Reisebusparkplätze zu schaffen, die für die gesamte Verweildauer der beförderten Gäste durch die Reisebusse genutzt werden können. Das Ein- und Aussteigen der Reisenden kann weiterhin an verschiedenen Stellen in der Innenstadt

erfolgen. Für die Reisebusparkplätze bieten sich Flächen in der Nähe des Wallrings an, die nahe zur Innenstadt liegen, gleichzeitig aber die direkte Nachbarschaft möglichst wenig beeinträchtigen. Hierfür bieten sich beispielsweise Flächen rund um die Amsinckstraße an.

Ausbau des Fußgängerleitsystems. Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, das Fußgängerleitsystem um zusätzliche Hinweisschilder zu ergänzen. Alle Schilder sollten auch für englischsprachige Besucher verständlich sein. Dazu bieten sich international verständliche Piktogramme wie auf den Flughäfen an, die den ausländischen Gästen die Orientierung erleichtern. Dabei sollten die Mobiltelefone der Passanten zukünftig auch mit den Hinweisschildern durch eine App oder QR-Code verknüpft werden.

Verbindungen in benachbarte Stadtteile schaffen und verbessern. Die Wegeverbindungen zwischen der Innenstadt und den benachbarten Quartieren sind insbesondere in Richtung Hammerbrook an die aktuellen Entwicklungen anzupassen. Bei der Neugestaltung des Deichtorplatzes sind daher die Belange der Fußgänger stärker zu berücksichtigen.

Öffentliche Räume – innovativ gestalten

Neue Ideen für die Stadtmöblierung. Im Rahmen der Innenstadt-Allianz 2021 werden neue Konzepte für eine zukunftsfähige Stadtmöblierung entwickelt. Wir regen dazu an, dass von der Stadt Hamburg ein Wettbewerb mit neuen Ideen durchgeführt wird.

Wasserlagen neu inszenieren. Wir fordern die Stadt Hamburg auf, in die Gestaltung der Uferzonen zu investieren und die Instandhaltung zu intensivieren. Hierfür regen wir an, die Wasserlagen in ein ganzheitliches Beleuchtungskonzept einzubinden und somit das Alleinstellungsmerkmal Hamburgs neu zu inszenieren.

Facility Management für den öffentlichen Raum.

Das Bezirksamt Hamburg-Mitte ist aufgefordert, ein Anliegenmanagement einzurichten, das Beschwerden der Anlieger, der Gewerbetreibenden und der Grundeigentümer aufnimmt und die benannten Defizite kurzfristig behebt.

Barrierefreie Innenstadt. Die Stadt Hamburg sollte bei der Fortschreibung des Landesaktionsplans vermehrt quantitative Ziele setzen und konkrete Jahreszahlen nennen, bis einzelne Projekte umgesetzt werden sollen. Insbesondere die Anzahl öffentlicher Toiletten, abgesenkter Bordsteine sowie Leitsysteme für blinde Menschen sollten in der Innenstadt weiter ausgebaut werden.

Den BIDs mehr Rückenwind verleihen. Um sicherzustellen, dass das Maßnahmen- und Finanzierungs-konzept in BIDs wie vorgesehen realisiert werden kann, regen wir an, dass die Stadt Hamburg den BID-Aufgabenträgern das volle BID-Budget garantiert und frühzeitig auszahlt.

Schlüsselprojekte für die Innenstadt – auch in Zukunft eine städtische Aufgabe. Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, auch in Zukunft in die Innenstadt zu investieren, insbesondere in Schlüsselprojekte, große Infrastrukturvorhaben und die Gestaltung der Wasserlagen.

BIDs organisieren die Bewirtschaftung von Plätzen in der Innenstadt. In einem Modellprojekt übernimmt ein BID für mehrere Jahre die Bewirtschaftung eines Platzes in der Innenstadt. In Betracht kämen hierfür insbesondere kleinere Plätze, sodass die Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs und der Gemeingebrauch nicht nennenswert beeinträchtigt würden. Auch Demonstrationszüge wären hiervon nicht betroffen. In einem solchen Modellprojekt wäre der BID-Aufgabenträger für die Ausgestaltung von Kulturveranstaltungen, das Aufstellen von Tischen und Stühlen wie bei der Aktion „Auf die Plätze ...!“, die Bewirtschaftung und die regelmäßige Reinigung des Platzes verantwortlich. Das BID und das Bezirksamt Hamburg-Mitte vereinbaren

vorab die Dauer und die genaue räumliche Abgrenzung der Veranstaltungen, die Ausgestaltung der Veranstaltungen, die nicht in erster Linie einen kommerziellen Charakter haben sollten, die Höhe der Sondernutzungsgebühren und die Laufzeit der Vereinbarungen (mehrere Jahre). Die Sondernutzungsgebühren sollten gegenüber den üblicherweise vom Bezirksamt Hamburg-Mitte erhobenen deutlich reduziert werden, weil die Veranstaltung nicht der Gewinnerzielung, sondern der Belebung der Innenstadt dient und weil sich für das Bezirksamt der Verwaltungsaufwand deutlich reduziert.

Betteln in der Innenstadt. Betteln sollte geduldet werden, solange es nicht aggressiv und organisiert geschieht. Das aggressive Betteln sollte von der Polizei sanktioniert werden. Ebenso sollte das Betteln im Bereich der Außengastronomie untersagt werden. Vor allem sollte die Polizei das „organisierte Betteln“, bei dem Bettler genötigt werden, ihre Einnahmen abzugeben, stärker ahnden. Eine Allgemeinverfügung des Kreisverwaltungsreferats der Bayerischen Landeshauptstadt München kann dabei als Orientierung dienen; das stille Betteln sollte – anders als in München – überall möglich sein. Alle Sanktionsmaßnahmen sollten mit dem Runden Tisch St. Jacobi abgestimmt werden.

Polizeipräsenz in der Innenstadt. Die Präsenz der Polizei und anderer uniformierter Ordnungskräfte in der Innenstadt kann aggressives Verhalten, Diebstahl und andere Straftaten oder Ordnungswidrigkeiten deutlich reduzieren. Zugleich steigt bei den meisten Besuchern das Sicherheitsempfinden.

Die Auswahl und Ausgestaltung von Veranstaltungen in der Innenstadt. Die Stadt Hamburg sollte sich auf Kultur- und Sportveranstaltungen konzentrieren, die mit einer hohen überregionalen und internationalen Ausstrahlung verbunden sind und deren Besucher diese Veranstaltungen erfahrungsgemäß oft mit anderen Aktivitäten in der Innenstadt verbinden. Ein Veranstaltungs-Leitfaden definiert Qualitätskriterien für alle Veranstaltungen. Deren Einhaltung evaluiert das

Bezirksamt Hamburg-Mitte. Die Hamburg Marketing GmbH sollte eine Analyse der wirtschaftlichen Effekte der Veranstaltungen beziehungsweise Veranstaltungsformate anfertigen und die Ergebnisse in den Eventausschuss einbringen. Bei der Auswahl und Terminierung von Veranstaltungen wird die City-Wirtschaft so wenig wie möglich beeinträchtigt. Größere, mit starken Beeinträchtigungen für die City-Wirtschaft verbundene Veranstaltungen sollten unter Beachtung bestehender externer Rahmenbedingungen (z. B. „Hamburger Format“ bei Sportveranstaltungen nach der Dekadenstrategie Sport) möglichst sonntags (nicht jedoch an verkaufsoffenen Sonntagen) stattfinden.

Leitprojekte

Die Hamburger Innenstadt zu einem Vorreiter der Digitalisierung machen

Freies W-LAN in der gesamten Innenstadt. Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, in der Innenstadt eine ausreichend dimensionierte Breitbandinfrastruktur, kostenloses und frei zugängliches W-LAN in den stark frequentierten Straßen, ein breit gefächertes, im Internet verfügbares Angebot an Informationen und Funktionen zu schaffen. Bis 2018 sollte der W-LAN-Zugang in allen stark von Fußgängern frequentierten Straßen und Plätzen und in den von Studierenden genutzten Lernorten möglich sein.

Mit digitaler Technik die Orientierung verbessern.

Der Senat ist aufgefordert, ergänzend zum Fußgängerleitsystem, eine Innenstadt-App mit allen Straßen und Wegen zu schaffen und mit QR-Codes an den Stelen und Wegweisern des Fußgängerleitsystems die Verknüpfung von realen und virtuellen Angeboten herzustellen.

Online-Plattform City Hamburg. Die Handelskammer Hamburg regt den Aufbau einer einheitlichen Onlineplattform für den Einzelhandel, die Gastronomie sowie

für touristische und Freizeitanbieter in der Hamburger Innenstadt an, auf der alle hier ansässigen Unternehmen ihre Angebote und Sortimente präsentieren können.

Die Hafencity in die Innenstadt integrieren – Willy-Brandt-Straße untertunneln

Die Willy-Brandt-Straße untertunneln – die städtebauliche Verknüpfung zwischen Hafencity und Einkaufscity wiederherstellen und Raum für Unternehmensansiedlungen und Wohnen schaffen. Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, die städtebauliche Verknüpfung von Kern-City und Hafencity im Bereich der heutigen Willy-Brandt-Straße wiederherzustellen. Dazu sollte sie zeitnah Planungen aufnehmen, um die Willy-Brandt-Straße zwischen dem Deichtorplatz im Osten und dem Rödingsmarkt im Westen zu untertunneln. Entlang der städtebaulich besonders bedeutsamen Achsen sollten attraktive Flächen für den Einzelhandel entstehen. Mit der Untertunnelung müssen gleichzeitig bebaubare Flächen geschaffen werden, die Raum für Unternehmensansiedlungen, kleinteiligen Einzelhandel und Wohnen bieten. Das vorliegende Papier weist nach, dass sich der Tunnelbau durch die Verwertung der neu geschaffenen Grundstücke und ihres Umfelds weitgehend finanzieren lässt.

Das Umfeld des Hauptbahnhofs aufwerten

Den Hauptbahnhof zum Entree der Metropole machen. Die Westseite des Hauptbahnhofs – die der Innenstadt zugewandte Seite – könnte mit einer attraktiven Außengastronomie von einem Durchgangsraum zu einem Platz mit hoher Aufenthaltsqualität werden. Als Standort für einen gastronomischen Betrieb böte sich das derzeitige Areal der Bahnhofsmission an, wenn die eine adäquate Ersatzfläche erhielte. Kurzfristig umsetzbar wären häufigere Reini-

gungen der Plätze beiderseits des Hauptbahnhofs, sodass die Besucher einen guten ersten Eindruck von Hamburg erhielten.

Den Hauptbahnhof der gestiegenen Frequenz anpassen. Die Deutsche Bahn ist aufgefordert, den Hauptbahnhof der gestiegenen Frequenz anzupassen. Hierzu sind eine Verbreiterung des Südsteigs, die Erneuerung der Bahnsteige und der Treppen (zum Teil bereits umgesetzt), eine bessere Beleuchtung der Treppen und eine regelmäßige Wartung der Rolltreppen zu den Bahnsteigen unverzichtbar.

Ein Fahrradparkhaus am Hauptbahnhof bauen. Wegen der großen Zahl von Fahrrädern, die im Umfeld des Hauptbahnhofs abgestellt werden, kommt auch hierfür ein Fahrradparkhaus in Betracht. Der Senat ist aufgefordert, ein Konzept zu erstellen und umzusetzen.

Ein feinmaschiges Wegenetz entwickeln

Ein zusammenhängendes, feinmaschiges Wegenetz schaffen. Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, in der Innenstadt ein zusammenhängendes, feinmaschiges Wegenetz für Fußgänger zu schaffen, sodass sich die Menschen lange und gerne hier aufhalten, um einzukaufen, Cafés und Restaurants zu besuchen, zu bummeln, zu flanieren und zu verweilen. Die wichtigsten Maßnahmen sollten im Rahmen der Innenstadt-Allianz umgesetzt werden.

Eine städtebauliche Verknüpfung zwischen dem Kern der City und der Hafencity schaffen. Durch die große Erweiterung der Innenstadt um die Hafencity muss die städtebauliche Verknüpfung erweitert werden. Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, die wichtigsten fußläufigen Verbindungen zwischen dem Kern der Innenstadt und der Hafencity durch eine attraktive Gestaltung und publikumsbezogene Nutzungen aufzuwerten.

Innenstadt-Allianz 2021 – gemeinsam für eine lebendige Innenstadt

Eine Innenstadt-Allianz 2021 ins Leben rufen. Der Aktionskreis Innenstadt aus öffentlichen und privaten Akteuren bündelt das Engagement für die Innenstadt. Die Beteiligten verständigen sich auf Projekte, die bis 2021 umgesetzt werden sollen. Die Stadt Hamburg stellt hierfür angemessene Finanzmittel zur Verfügung.

7 Literatur

- Blotevogel, Hans Heinrich; Danielzyk, Rainer (2009): Leistungen und Funktionen von Metropolregionen. In: Knieling, Jörg (Hrsg.): Metropolregionen. Innovation, Wettbewerb, Handlungsfähigkeit. Forschungs- und Sitzungsberichte der Akademie für Raumforschung und Landesplanung 231. Hannover, S. 22–29.
- Bruns-Berentelg, Jürgen; Walter, Jörn; Meyhöfer, Dirk, Hrsg. (2012): HafenCity Hamburg. Das erste Jahrzehnt. Stadtentwicklung, Städtebau und Architektur. Hamburg
- Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung, Hrsg. (2011): Weißbuch Innenstadt. Starke Zentren für unsere Städte und Gemeinden. Berlin
- Comfort Holding GmbH, Hrsg. (2015): Comfort High Street Report. Düsseldorf
- Freie und Hansestadt Hamburg, Baubehörde, Landesplanungsamt, Hrsg.; Architekten-Arbeitsgemeinschaft Robert und Trix Haussmann; Patschan-Werner-Winking (1987): Gestaltungsrahmen Mönckebergstraße – Spitalerstraße. Hamburg
- Freie und Hansestadt Hamburg, Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt, Hrsg. (2014): Innenstadtkonzept Hamburg 2014. Hamburg
- Freie und Hansestadt Hamburg, Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen; Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2016): 10 Jahre Business Improvement Districts in Hamburg. Hamburg
- HafenCity Hamburg GmbH, Hrsg. (2011): Themen, Quartiere, Projekte. Oktober 2011. Hamburg (und ältere Ausgaben)
- Hamburgische Bürgerschaft, Drucksache 16/3909 vom 29. Februar 2000; GHS Gesellschaft für Hafen- und Standortentwicklung mbH, Hrsg. (2000): Hafencity Hamburg. Der Masterplan. Arbeitshefte zur Hafencity 4. Hamburg
- Handelskammer Hamburg, Hrsg. (1999): Vision für die Metropole. Leitlinien für die Hafen-City in Hamburg. Hamburg
- Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2000): Metropolregionen im Wettbewerb. Zentralitätsfunktionen Hamburgs stärken. Hamburg
- Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2003): Metropole der Dynamik. Hamburgs Weg in die europäische Spitze. Hamburg
- Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2006): Ein Quartier wird zum Scharnier. Die Perspektive des Fleetviertels für Hamburg. Hamburg
- Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2011): Die Welt zu Gast in Hamburg – Eine Zehn-Jahres-Strategie für den Hamburg-Tourismus. Hamburg
- Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2012): Handelskammer-City-Monitor. Hamburger Innenstadt – Einzelhandelsstandort Nr. 1 im Norden Deutschlands. Hamburg
- Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2014): Handelskammer-City-Monitor. Hamburger Innenstadt – Einzelhandelsstandort Nr. 1 im Norden. Hamburg
- Handelskammer Hamburg, Hrsg. (2014): Stadtmobilität in Hamburg 2030. Eine lebenswerte Stadt in Bewegung. Hamburg

- Habich, Johannes, et. al., Bearb. (2009): Hamburg, Schleswig-Holstein (Handbuch der deutschen Kunstdenkmäler), 3., durchgesehene und erg. Aufl., München
- Höhn, Alfred; Hasse, Felix; Wiegandt, Claus-Christian; PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft; Universität Bonn, Geographisches Institut, Arbeitsbereich Stadt- und Regionalforschung, Hrsg. (2015): Deutschlands Städte werden digital. Frankfurt am Main
- Kossak, Egbert (1993): Hamburg. Stadt im Überfluss. Optionen für die wachsende Stadt. Hamburg
- Kossak, Egbert (2012): 1 100 Jahre Stadtbild Hamburg. Mythos, Wirklichkeit, Visionen. Hamburg
- Lange, Ralf (2009): Ein Hamburger Boulevard – 100 Jahre Mönckebergstraße. In: Hamburgische Architektenkammer, Hrsg.: Architektur in Hamburg, Jahrbuch 2009. Hamburg, S. 144–149
- Lange, Ralf (2015): Das Hamburger Kontorhaus: Architektur Geschichte Denkmal. München/Hamburg
- Libbe, Jens (2014): Standpunkt: Smart City: Herausforderungen für die Stadtentwicklung. In: Difu-Berichte 2/2014, <http://difu.de/search/site/smart%20city> (abgerufen am 9. Juni 2015)
- Maak, Karin (1985): Die Speicherstadt im Hamburger Freihafen. Eine Stadt an Stelle der Stadt. Hamburg
- Möller, Ilse (1999): Hamburg. Gotha
- Rebentisch, Gerhard (1993): Zwischen Licht und Schatten – Hamburg als Einkaufsort. In: Bericht 1993 der Handelskammer Hamburg. Hamburg
- Schädel, Dieter, Hrsg. (2006): Wie das Kunstwerk Hamburg entstand. Von Wimmel bis Schumacher. Hamburger Stadtbaumeister von 1841–1933. München/Hamburg
- Scharmanski, André (2014): Global Cities – Die Schaltzentralen der Weltwirtschaft im Fokus der Büroinvestoren. Focus No. 11, Hamburg
- Schneider, Ursula; Krieger, Sven (1994): Hamburger Innenstadt: Von der vorindustriellen Kaufmannsstadt zur modernen City. Hamburg
- Schote, Heiner (2013): Business Improvement Districts – Private Investitionen in gewachsene Einzelhandelslagen. In: Klein, Kurt, Hrsg.: Handelsimmobilien. Theoretische Ansätze, empirische Ergebnisse. Geographische Handelsforschung 19, Mannheim, S. 249–285
- Seufert, Manfred (2012): Levantehaus – Tradition und Moderne. Hamburg
- Soggia, Silvia (2009): City Nord. Europas Modellstadt der Moderne. Hamburg
- Literatur über den Wirtschaftsstandort Hamburg finden Sie in der Commerzbibliothek der Handelskammer Hamburg.

8 Verzeichnis der Abbildungen, Tabellen und Best-Practice-Beispiele

Abbildungen

1	Die Hamburger Innenstadt im Überblick	7
2	Anteil der Innenstädte am Einzelhandelsumsatz der Gesamtstadt	10
3	Bedeutung der Hamburger Innenstadt als Sitz von Unternehmen nach Wirtschaftszweigen	12
4	Steuerungsfunktionen der Hamburger Innenstadt	14
5	Innovationsfunktionen der Hamburger Innenstadt	17
6	Die symbolische Funktion der Hamburger Innenstadt	21
7	Stadtbildprägende Gebäude und Gebäudeensembles in der Innenstadt	24
8	Umweltfreundliche Mobilität in der Hamburger Innenstadt	30
9	DGNB-zertifizierte Gebäude in der Hamburger Innenstadt	31
10	Bauprojekte in der Hamburger Innenstadt	46
11	Einzelhandelsumsatz und -zentralität	48
12	Branchenstruktur des Einzelhandels in der Hamburger Innenstadt 2010 und 2013	49
13	Das Überseequartier in der Hafencity – Ergebnisse einer Unternehmensbefragung	55
14	Entwicklung der Übernachtungen in Hamburg 2005 bis 2015	57
15	Die Top-20-Städte destinationen in Europa	57
16	Touristische Ziele und Infrastruktur in der Hamburger Innenstadt	62
17	Entwicklung des Wohnungsbestands in der Hamburger Innenstadt seit 2002 und Prognose bis 2017	64
18	Wohnen in der Hamburger Innenstadt	65
19	Fahrgäste im öffentlichen Personennahverkehr in der Hamburger Innenstadt	70
20	Weiterentwicklung des öffentlichen Personennahverkehrs in der Hamburger Innenstadt	73
21	Kfz-Verkehr und Parkhauskapazitäten in der Hamburger Innenstadt	76
22	Business Improvement Districts (BIDs) in der Hamburger Innenstadt	93
23	Öffentliche Räume in der Hamburger Innenstadt	95
24	Großveranstaltungen in Hamburg 2016 – Streckenverlauf	101
25	Ergebnisse der Unternehmensbefragung „Veranstaltungen in der Hamburger Innenstadt“	103
26	Lage der wichtigsten Einzelhandelsstandorte in der Innenstadt	110
27	Städtebauliches Konzept zur Neubebauung der Flächen im Korridor der Willy-Brandt-Straße	112
28	Perspektive	114
29	Systemschnitt Tunnel und Bebauung Willy-Brandt-Straße	116
30	Historischer Stadtgrundriss von 1868	117
31	Grundstücke für die Gegenfinanzierung	119
32	Erschließungskonzept für die Untertunnelung der Willy-Brandt-Straße	122
33	Schematische Darstellung der Fahrstreifen und Fahrbeziehungen am Deichtorplatz	123
34	Wegenetz im Passagenviertel und im Bereich Mönckebergstraße/Kontorhausviertel	129
35	Organisationsstruktur der Innenstadt-Allianz 2021	131

Tabellen

1	Bedeutung der Innenstadt als Sitz zentraler staatlicher und privatwirtschaftlicher Steuerungsfunktionen	11
2	Bedeutung der Hamburger Innenstadt als Standort von Innovationsfunktionen	16
3	Entwicklung der Bevölkerung und der Altersstruktur in Hamburg 2015 bis 2035	22
4	Die wichtigsten Meilensteine der Innenstadtentwicklung	25
5	Merkmale der Kern-City und der Hafencity	28
6	Aktuelle mischgenutzte Projekte in der Hamburger Innenstadt	45
7	Das Einkaufen als Hauptmotiv für einen Innenstadt-Besuch	47
8	Besucherzahlen der Museen und Theater in der Innenstadt (2013)	60
9	Rahmendaten des Wohnungsmarkts in der Hamburger Innenstadt	64
10	Verkehrsmittelwahl in Hamburg und in der Hamburger Innenstadt	68
11	Seit 2000 von der Stadt Hamburg und von Privaten geschaffene Plätze und Uferbereiche in der Hamburger Innenstadt	84
12	Business Improvement Districts (BIDs) in der Hamburger Innenstadt	91
13	Finanzierungsmodell Tunnel Willy-Brandt-Straße	120
14	Organisationsstruktur der Innenstadt-Allianz 2021	132

Best-Practice-Beispiele

Gestaltungsrahmen Mönckebergstraße – Spitalerstraße	23
Modellprojekt City-Logistik in der Innenstadt	29
Sony-Center Berlin	38
Pop-up Mall „Boxpark“ in London	52
Markthallen „Tornvehallerne“ in Kopenhagen	52
Binnenalster-Filmfest	61
Weihnachtliches Hamburg	63
VisitCopenhagen.com	67
Service für Reisebusunternehmen in der Adventszeit	77
Stadtrad Hamburg	78
Legible London	80
Spielplatz Grasbrookpark	83
BID Neuer Wall	92
BIDs in New York City: Wohnungseigentümer zahlen einen symbolischen Beitrag	93
Gestaltungskatalog „Tisch und Stuhl auf Münsters Pflaster“	96
„Auf die Plätze ...!“ Tische und Stühle am Neuen Wall	96
Runder Tisch St. Jacobi	98
Switchh – Intelligente Vernetzung der Verkehrsträger	109
Untertunnelung der Landshuter Allee in München	111
Die Radstation am Münsteraner Hauptbahnhof	127

Weitere Informationen und die Broschüre zum Download finden Sie
im Internet unter www.hk24.de/city.

