



HK

Handelskammer
Hamburg

ECKPUNKTE

SHOPPINGMETROPOLE HAMBURG 2030

*Einzelhandel, Innenstadt und Quartiere
fit machen für die Zukunft*

Einleitung

Der Einzelhandel befindet sich inmitten eines tiefgreifenden und sehr dynamischen Strukturwandels. Die Digitalisierung aller Wertschöpfungsstufen des Handels und der Logistik ermöglicht auf der Angebotsseite die Optimierung von Prozessen und neue, weitgehend digitale Handelskonzepte. Auf der Nachfrageseite schlägt sich die Digitalisierung in einer Machtverschiebung vom Anbieter zum Nachfrager nieder. Das Sondieren des Marktes und Kaufentscheidungen der Konsumenten resultieren nicht mehr länger nur aus Shoppingtouren durch die Ladengeschäfte eines bestimmten Standorts. Das bis vor wenigen Jahren dominierende analoge „Local Sourcing“ der Konsumenten weicht zunehmend einem digitalen „Global Sourcing“ mit unbeschränkter Sortimentsauswahl.

Das stellt vor allem die kleineren und mittelständischen Einzelhandelsunternehmen vor große Herausforderungen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Für die Stadt Hamburg und für die Wirtschaft steht viel auf dem Spiel. Die Einzelhandelsunternehmen sind nicht nur Arbeitgeber, Ausbilder und Steuerzahler, sondern sie sorgen auch für Frequenz in den Innenstädten und in den Bezirks- und Stadtteilzentren. Sie tragen damit maßgeblich zu pulsierenden, lebendigen Quartieren und zur Lebensqualität Hamburgs bei. Eine attraktive Handelsstruktur ist ein Reiseanlass für Touristen aus der Region, überregional und international. Und nicht zuletzt sichern die Mieteinnahmen aus den Einzelhandelsgeschäften im Erdgeschoss, dass die Hauseigentümer oder Projektentwickler in ihre Immobilien investieren und die Stadt damit zeitgemäß entwickeln und gestalten.

Wirtschaft, Politik und Verwaltung können die vielfältigen Herausforderungen, die mit dem tiefgreifenden Strukturwandel verbunden sind, nur gemeinsam bewältigen. Die Wirtschaft ist bereit, ihren Beitrag zu leisten. Die Handelskammer Hamburg fordert die Bürgerschaft und den Senat, die Bezirksversammlungen und Bezirksamter auf, sich für gute Rahmenbedingungen für die Unternehmen und gemeinsam mit ihnen für pulsierende, lebendige Innenstädte und Quartiere einzusetzen.

Handelskammer Hamburg

André Mücke
Vizepräsident

Christi Degen
Hauptgeschäftsführerin

KMU fit machen für den digitalen Wandel

Die fortschreitende Digitalisierung stellt gerade kleine und mittelständische Einzelhandelsunternehmen vor große Herausforderungen. Die Vielzahl an neuen Technologien und digitalen Diensten, die sich zudem sehr dynamisch entwickeln, ist für KMU nur schwer zu überblicken.

Die digitalen Entwicklungsgeschwindigkeiten sind sehr unterschiedlich: Es gibt sehr gut aufgestellte Unternehmen, die die Online- und Offline-Angebote im Sinne des Kundennutzens optimal miteinander verknüpfen. Aber auch alle anderen Einzelhändler stehen vor der Herausforderung, ihr Unternehmen im Internet optimal zu platzieren, damit sie ihre (potenziellen) Kunden über ihre Produkte und Services, über Öffnungszeiten, Erreichbarkeit und über ihre Alleinstellungsmerkmale informieren können. Hier besteht gerade bei KMU noch erheblicher Handlungsbedarf, von denen viele nur über eine kleine Internetpräsenz verfügen und ihre Services nur offline anbieten.

Die kleineren, inhabergeführten Geschäfte, die maßgeblich die Qualität der Innenstädte und der Quartiere bestimmen, werden in diesem Wettbewerbsumfeld nur mit Online- und Offline-Angeboten, die gezielt auf die Erwartungen ihrer Kunden zugeschnitten sind, bestehen können.

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, die kleinen und mittelständischen Unternehmen des Einzelhandels durch ein Förderprogramm gezielt dabei zu unterstützen, Geschäftsprozesse zu digitalisieren und die IT-Sicherheit zu verbessern. Die Förderung dient jeweils als Anschubfinanzierung. Vorbild für ein solches Förderprogramm wäre der „Digitalbonus“ des Freistaats Bayern.

Die Stadt Hamburg, die Investitions- und Förderbank (IFB Hamburg), die Verbände und die Handelskammer sind aufgefordert, einen Pool von Fachleuten zu benennen, die ein solches Förderprogramm entwickeln bzw. weiterentwickeln und gemeinsam über die Vergabe der Fördermittel entscheiden (Vergabeausschuss).

Best Practice

Digitalbonus Bayern

Mit diesem Förderprogramm gewährt der Freistaat Bayern kleineren und mittelständischen Unternehmen Zuschüsse in Höhe von 10 000 Euro („Digitalbonus“) bis zu 50 000 Euro („Digitalbonus plus“) und ergänzt dieses Programm durch Förderkredite für diese Unternehmen. Das Programm ist besonders für Firmen geeignet, die schon konkrete Pläne für einen Digitalisierungsschritt haben und eine Umsetzungsförderung benötigen. Gefördert werden Ausgaben für die Leistungen Dritter sowie notwendige Hard- und Software. Dank eines Online-Antragsverfahrens mit überschaubaren Datenanforderungen hat das Programm im Vergleich zu anderen Förderprogrammen relativ geringe bürokratische Hürden. Das Projekt wird gefördert durch die De-minimis-Beihilfe nach der Verordnung (EU) Nr. 1407/2013.
<https://www.digitalbonus.bayern>

Der Digitalbonus Bayern ist eine sehr gute Ergänzung des bundesweiten Förderprogramms „Go digital“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, das kleinere Unternehmen bei der Analyse, Erstellung und Umsetzung von Digitalisierungskonzepten unterstützt und bis zu 30 Beratertage fördert. Gerade Unternehmen, die zunächst Beratung benötigen, was wie im Unternehmen digitalisiert werden kann, können dieses Programm nutzen; die Antragstellung und -abwicklung wird von Beratungsunternehmen übernommen.

Ein flächendeckendes WLAN-Netz systematisch aufbauen

Ein kostenloser, einheitlicher mobiler Internetzugang gehört inzwischen zur selbstverständlichen Infrastrukturausstattung einer Metropole und wird von ausländischen und inländischen Gästen erwartet. Auch in Hamburg kann man an immer mehr Orten kostenfrei im WLAN surfen. In Hamburg gibt es derzeit

- private Netze mit Hotspots, die große Telekommunikationsanbieter wie die Deutsche Telekom oder Vodafone anbieten, mit denen sich ihre Kunden ins Internet einloggen können; diese Zugänge sind allerdings nur zeitlich begrenzt kostenlos, anschließend fallen Gebühren an.
- den kostenfreien, öffentlichen WLAN-Zugang „Moby Klick“, den die Unternehmen wilhelm.tel und willy.tel in Teilen der Hamburger Innenstadt im Bezirk Hamburg-Mitte bereithalten; Ziel ist, das Gebiet innerhalb des Rings 1 flächendeckend mit WLAN zu versorgen. Zudem kann in über 1 000 Bussen der Hochbahn und bis Ende 2018 sukzessive an allen Haltestellen im U-Bahn-Netz über kostenloses WLAN gesurft werden. Auch ausgewählte Bushaltestellen werden mit WLAN ausgerüstet.

Bereits im Standpunktepapier zur Bürgerschaftswahl 2015 forderte unsere Handelskammer, dass der Senat Investitionen tätigen sollte, um Hamburg zur ersten deutschen Großstadt mit freiem, kostenlosen WLAN in der Innenstadt werden zu lassen. Wir begrüßen, dass die Stadt das privatwirtschaftliche Projekt „MobyKlick“ unterstützt, indem sie die Masten der öffentlichen Beleuchtung und der Parkleitsysteme ohne eine Nutzungsgebühr für die Installation der Access Points zur Verfügung stellt. Des Weiteren wird die Infrastruktur für eine Stromversorgung der Access Points innerhalb des Rings 1 geschaffen. Zudem versucht die Stadt, die Genehmigungen für die Access Points möglichst unkompliziert zu gestalten.

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, die Rahmenbedingungen für ein kostenfreies, öffentliches WLAN im öffentlichen Raum neben dem Gebiet innerhalb des Rings 1 auch in den Bezirks- und Stadtteilzentren zu schaffen, entweder über eine ähnliche Konstruktion wie das privatwirtschaftliche Projekt „Moby Klick“ oder in eigener Regie. Zusätzlich zu den U-Bahn-Haltestellen sollte die Stadt darauf hinwirken, dass auch die S-Bahn-Haltestellen mit kostenfreiem WLAN ausgerüstet werden. Dazu

gehört weiterhin der Verzicht von Nutzungsgebühren für die Aufstellung von Routern und die Stromversorgung der Access Points.

Die Erteilung erforderlicher Tiefbaugenehmigungen für den Glasfaserausbau durch die Netzbetreiber muss durch ausreichende personelle Kapazitäten in den Bezirksämtern sowie stärker digitalisierte Genehmigungsverfahren beschleunigt werden. Das Pilotprojekt im Bezirk Hamburg-Mitte sollte nach positiver Evaluierung entsprechend auf die anderen Bezirksämter übertragen werden.

Die Innenstadt und die Bezirks- und Stadtteilzentren zu pulsierenden, lebendigen Quartieren weiterentwickeln

Pulsierende, lebendige und urbane Innenstädte und Quartiere sind eines der Kennzeichen der europäischen Städte. Sie sind geprägt durch

- eine intensive, feinkörnige Mischung aus vielen verschiedenen Funktionen (Nutzungsmischung aus Wohnen, Kultur, Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen und vielen anderen Wirtschaftszweigen),
- eine hohe bauliche Dichte,
- eine kommerziell und nicht-kommerziell erzeugte Lebendigkeit.

Zentrale Standorte wie die Innenstadt, die Bezirks- und Stadtteilzentren generieren positive externe Effekte

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

Die Stadt ist aufgefordert, die planungsrechtlichen Voraussetzungen für eine intensive, feinkörnige Nutzungsmischung in der Innenstadt und in den Quartieren zu schaffen oder weiterzuentwickeln, ohne deren Verwirklichung in einer dynamischen Welt durch zu starre Vorgaben zu behindern.

Marketing für die Shopping-Metropole Hamburg intensivieren

Die Freie und Hansestadt Hamburg betreibt über ihre Stadtmarketinggesellschaften regionales, überregionales und internationales Marketing für unsere Stadt. Das „Shopping“ gehört zu den Erfolgsbausteinen der Marke Hamburg, und das vielfältige Einzelhandelsangebot in der Innenstadt und in den Szenevierteln ist ein wichtiger Anlass, nach Hamburg zu reisen.

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

Eine gute Erreichbarkeit – Voraussetzung für lebendige Quartiere

Eine gute Erreichbarkeit – mit öffentlichen Verkehrsmitteln, mit dem Auto, dem Fahrrad und zu Fuß – und ausreichend verfügbare Stellplätze für Autos und Fahrräder sind eine grundlegende Voraussetzung für pulsierende, lebendige und urbane Innenstädte und Quartiere. Alle kommerziellen und nicht-kommerziellen Angebote funktionieren nur, wenn viele Menschen sie schnell und bequem erreichen können.

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, die Erreichbarkeit der Innenstadt und der Quartiere nachhaltig zu verbessern; das gilt gleichermaßen für die öffentlichen Verkehrsmittel, für den Auto- und den Fahrradverkehr und für das Zufußgehen.

Mit einer guten Baustellenkoordinierung können die Beeinträchtigungen deutlich reduziert werden. Hier geht es insbesondere darum,

- Baustellen soweit wie möglich zeitlich und räumlich zu begrenzen,
- Baustellen auf parallel verlaufenden Straßen soweit wie möglich zu vermeiden,
- in den sechs Monaten vor der Eröffnung des Überseequartiers (2022) möglichst keine Baustellen in der Innenstadt und in den innenstadtnahen Quartieren einzurichten und im ersten Jahr nach der Eröffnung soweit wie möglich zu begrenzen.

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, die Anlieger möglichst frühzeitig über alle Baustellen (auf Schiene und Straße einschließlich der Einschränkungen für Fußgänger) zu informieren.

Die Aufenthaltsqualität für Kunden im öffentlichen Raum nachhaltig verbessern

Innenstädte und Quartiere, gewachsene Geschäftsstraßen und Shopping-Center „leben“ von einer hohen Publikumsfrequenz. Dazu gehören abends und nachts gut beleuchtete Fußwege und Fußgängerüberwege, auf denen die Kunden und Besucher, ungestört vom PKW- oder Fahrradverkehr, unterwegs sein können.



Foto: Michael Zapp

Eine wichtige Basis dafür sind attraktive öffentliche Räume mit einer hohen Aufenthaltsqualität, zum Beispiel auch durch gastronomische Angebote. Mehr als bisher kommt es darauf an, dass die Straßen und Plätze, die Grünflächen und Wasserlagen zu Treffpunkten werden, zum „Third Place“, an dem die Menschen gerne ihre Zeit verbringen, und mit denen sie sich identifizieren.

Die Stadt Hamburg hat in jüngster Zeit mehrere Quartiere neugestaltet, u. a. die Alte Holstenstraße in Bergedorf, den Eppendorfer Baum, den Erdkampsweg in Fuhlsbüttel und den Mühlenkamp in Winterhude. Aktuell laufen u. a. die Vorbereitungen für eine Neugestaltung von Sand und Hölertwiete in Harburg.

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, auch in Zukunft in die Innenstädte und Quartiere zu investieren. Im Mittelpunkt sollten dabei eine gute Erreichbarkeit und eine hohe Aufenthaltsqualität stehen. Dazu gehören barrierefreie öffentliche Räume, Bänke und andere Orte zum Ausruhen und Verweilen und öffentliche Toiletten.

Sauberkeit im öffentlichen Raum erhöhen

Mit der 2017 erfolgten Bündelung aller Reinigungsleistungen bei der Stadtreinigung Hamburg hat sich die Sauberkeit im öffentlichen Raum spürbar erhöht. In

Einzelfällen werden die Reinigungen bedarfsorientiert durch private Initiativen, zum Beispiel in den Business Improvement Districts, ergänzt. Die Verfügbarkeit öffentlicher Toiletten hingegen ist noch ausbaufähig.

Die Stadt Hamburg bleibt aufgefordert,

- *die Sauberkeit im öffentlichen Raum weiter zu erhöhen; dazu gehört auch eine Sanktionierung derjenigen, die öffentliche Räume verunreinigen;*
- *für öffentliche Toiletten in der Innenstädte und in den Bezirks- und Stadtteilzentren zu sorgen.*

Sicherheit im öffentlichen Raum erhöhen

Seit dem Attentat auf den Weihnachtsmarkt am Berliner Breitscheidplatz am 19. Dezember 2016 werden auch in Hamburg publikumsintensive Veranstaltungen regelmäßig zusätzlich gesichert. Die Kosten für die Sicherheitsmaßnahmen, z. B. mobile Beton-Barrieren, müssen die Veranstalter tragen, die diese Kosten vielfach auf die gewerblichen Anbieter der Veranstaltung umlegen und die Standgebühren erhöhen.

Es ist zu befürchten, dass individuelle Einzelhandels- und Gastronomieanbieter jenseits des Massengeschmackes

die höheren Gebühren nicht aufbringen können. Gleichzeitig sind es aber genau diese Anbieter, die Erlebnisse und Emotionen, Authentizität, Stories und Kultur in besonderer Weise transportieren und so den Veranstaltungen ihr einzigartiges Profil verleihen.

Die Sicherheit im öffentlichen Raum ist ein hohes öffentliches Gut. Das Gewaltmonopol liegt beim Staat. Sicherheit ist darum eine Aufgabe der Daseinsvorsorge. Die Entwicklung des subjektiven Sicherheitsempfindens und der objektiven Sicherheitslage kann darum nicht in den Verantwortungshorizont der Veranstalter oder gewerblichen Anbieter verlagert werden.

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, bei den Sicherheitsmaßnahmen für Veranstaltungen die erhöhten Kosten für die Abwehr von Terroranschlägen zu übernehmen.

Unabhängig davon sollte das subjektive Sicherheitsempfinden in allen Innenstädten und Quartieren durch die verstärkte Präsenz von uniformierten Sicherheitsbeamten, u. a. der Bürgernahen Beamten, gestärkt werden.

In Quartieren, in denen es zu erheblichen Sicherheitsproblemen kommt, sollte der Alkoholverkauf zu bestimmten Zeiten eingeschränkt werden. So können generelle hamburgweite Verbote, die in die Gewerbefreiheit der Unternehmen eingreifen, verhindert werden. Die Bürgerschaft ist aufgefordert, hierfür die erforderlichen gesetzlichen Grundlagen zu schaffen.

Sonntagsöffnungen – Mehr Flexibilität für die Hamburger Bezirke

Mit der Einführung von Themensonntagen hat Hamburg einen eigenen Weg eingeschlagen, den „Sonntagsfrieden“ weiterzuentwickeln und jährlich bis zu vier Sonntagsöffnungen, wie sie das Ladenöffnungsgesetz vorsieht, auch künftig möglich zu machen.

Die Einführung von Themensonntagen bedeutet einen erheblichen zusätzlichen Aufwand bei der Vorbereitung von Veranstaltungen, die selbst einen beträchtlichen Besucherstrom auslösen und unter einem hamburgweit gültigen Motto stehen. Das stellt die professional aufgestellten Quartiersinitiativen (City- und Quartiersmanagement, BIDs und Einzelhandelsunternehmen) und die ehrenamtlich agierenden kleineren Interessengemeinschaften vor erhebliche Herausforderungen.

Die Handelskammer spricht sich aufgrund der Erfahrungen mit der Vorbereitung und Durchführung von Themensonntagen dafür aus,

- *den eingeschlagenen Weg der Themensonntage weiter zu verfolgen,*
- *dass zugleich aber auch weiterhin etablierte Veranstaltungsformate, die selbst einen beträchtlichen Besucherstrom auslösen, ein Anlass für eine Sonntagsöffnung sein können,*
- *dass sich die Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation (BWWI) sowie die Bezirksämter für die Festsetzung von Sonntagsöffnungen auf ein Verfahren verständigen, das leicht handhabbar und praxisnah gestaltet ist, so dass alle Quartiersinitiativen und Unternehmen den damit verbundenen Vorbereitungs- aufwand möglichst leicht bewältigen können; die Handelskammer bietet an, bei der Ausgestaltung dieses Verfahrens mitzuwirken,*
- *dass die Termine, an denen Sonntagsöffnungen möglich sind, möglichst frühzeitig, d. h. vor den Sommerferien für das darauffolgende Jahr, auf der Basis der Vorstellungen des Einzelhandels und der Quartiersinitiativen von der BWWI festgesetzt werden;*
- *dass die Festsetzung der Sonntagsöffnungen möglichst frühzeitig durch die Bezirksämter erfolgt, so dass alle beteiligten Unternehmen und Kooperationspartner sich frühzeitig auf die Sonntagsöffnungen (z. B. bei der Personalplanung) vorbereiten können.*

Die Einzelhandelsunternehmen und Quartiersinitiativen äußern seit langem den Wunsch nach mehr Flexibilität bei der Festsetzung der Sonntagsöffnungen in den Hamburger Bezirken.

Hierzu regen wir eine Novellierung des Ladenöffnungsgesetzes an mit dem Ziel,

- *dass der Senat pro Jahr drei einheitlich für ganz Hamburg geltende Termine, an den Sonntagsöffnungen möglich sind, verbindlich festsetzt, und*
- *dass jeder einzelne Bezirk einen weiteren Termin individuell festlegen kann; hierfür kann der Bezirk aus zwei möglichen Sonntagen auswählen, die vom Senat bestimmt werden.*



Die richtigen Veranstaltungen auswählen und weiterentwickeln

In der Innenstadt, am Hafenrand und in den Quartieren finden regelmäßig große und kleine Veranstaltungen statt, die viele Besucher anziehen. Insbesondere die Top-Veranstaltungen produzieren attraktive Bilder unserer Stadt, die rund um die Welt gehen und auf die Marke Hamburg einzahlen.

Große Veranstaltungen können aber auch erhebliche Beeinträchtigungen für die Unternehmen im Quartier mit sich bringen, vor allem für den Einzelhandel, der an diesen Tagen häufig nur eingeschränkt erreichbar ist, oder auch die Hotellerie, die Gastronomie und Kultureinrichtungen.

Um den stadtwirtschaftlichen Nutzen für Hamburg zu mehrern und gleichzeitig die Belastungen für die Wirtschaft möglichst zu begrenzen, ist bei neuen Veranstaltungen sorgfältig zu prüfen, ob diese zwingend an den sehr begehrten Standorten in der Innenstadt und am Hafenrand stattfinden müssen oder auf andere Standorte verlagert werden können, um dadurch die besondere Vielfalt Hamburgs zu vermarkten. Wünschenswert für die Innenstadt sind vor allem solche Veranstaltungen,

- die mit einer hohen überregionalen und internationalen Strahlkraft für Hamburg verbunden sind,
- die dem Image unserer Stadt als lebenswerter, vielfältiger Metropole entsprechen,
- deren Besucher diese Veranstaltungen erfahrungsgemäß oft mit anderen Aktivitäten in der Innenstadt verbinden (Einkaufen, Besuch von Gastronomie und Kulturveranstaltungen).

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.

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

Öffentliche und private Akteure in der Innenstadt- und Quartiersentwicklung – den richtigen institutionellen Rahmen schaffen

Quartiersinitiativen der Wirtschaft

In der Innenstadt und in vielen anderen Hamburger Quartieren schließen sich der Einzelhandel, die Hotellerie und Gastronomie, die Dienstleistungswirtschaft und viele Grundeigentümer und die Immobilienwirtschaft zu Interessengemeinschaften zusammen. Sie schaffen für die Besucher und Kunden einen „Zusatznutzen“ und machen das Einkaufen zum Erlebnis.

Im Rahmen von Business Improvement Districts (BIDs) investieren Grundeigentümer und Unternehmen in die Neugestaltung und Pflege öffentlicher Räume, in Marketingaktivitäten für ihr Quartier und in ein professionelles Quartiersmanagement.

Die Stadt Hamburg unterstützt die Quartiersinitiativen, u. a. in einigen Bezirks- und Stadtteilzentren durch eine Ko-Finanzierung des ökonomischen Quartiersmanagements (Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation) und durch die BID-Koordinatoren bei der Fachbehörde (Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen) und bei den meisten Bezirksämtern. Die Handelskammer Hamburg unterstützt die Quartiersinitiativen, z. B. bei der Gründung, bei zentralen Weichenstellungen und durch den Erfahrungsaustausch.

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, die Quartiersinitiativen auch in Zukunft tatkräftig zu unterstützen. Dazu gehören

- die finanzielle Förderung des ökonomischen Quartiersmanagements der Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation, von der weitere Quartiere und beispielhafte Projekte profitieren sollten, und
- die BID-Koordinatoren bei der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen und bei den Bezirksämtern.

Einzelhandelskonzepte regelmäßig aktualisieren – Investitionssicherheit für die Unternehmen schaffen

Die Stadt Hamburg überarbeitet das Zentrenkonzept für die Gesamtstadt. Für die Bezirke werden Einzelhandels- und Nahversorgungskonzepte erarbeitet. Sie definieren die zentralen Versorgungsbereiche

Best Practice

City- und Quartiersmanagement

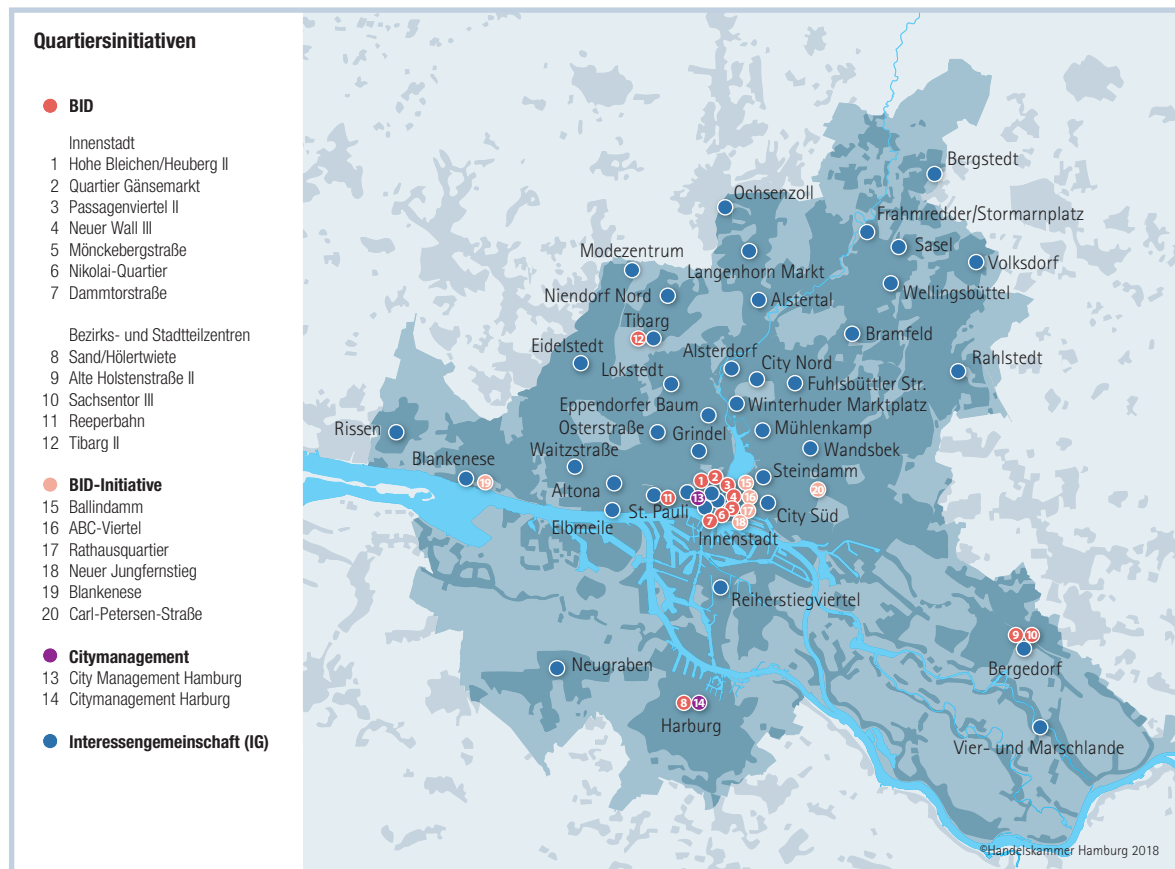
Ein City- oder Quartiersmanagement, das es unter anderem in der Hamburger und in der Harburger Innenstadt, in Wandsbek und in der Osterstraße gibt, übernimmt viele Aufgaben, von denen die Unternehmen vor Ort profitieren. Die City- und Quartiersmanager leisten einen wichtigen Beitrag, um die Quartiere nachhaltig weiterzuentwickeln:

- sie organisieren die Kommunikation innerhalb des Quartiers,
- sie sind Ansprechpartner für alle Anliegen der Gewerbetreibenden,
- sie sorgen für ein professionelles Marketing für das Quartier,
- sie vertreten die Interessen des Quartiers gegenüber Politik und Verwaltung.

- so weit, dass ortsansässige und ansiedlungswillige Unternehmen optimale Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der Zentren finden, um sich stets an neue Kundenwünsche anpassen zu können, und
- so eng, dass kompakte und attraktive Zentren erhalten bleiben oder sich entwickeln werden.

Dazu gehört, dass neue Einzelhandelsangebote auf die zentralen Standorte, d. h. auf die Innenstadt sowie die Bezirks- und Stadtteilzentren, konzentriert werden und dass großflächige Einzelhandelsbetriebe mit innenstadt-relevanten Sortimenten grundsätzlich nur an zentralen Standorten zugelassen werden. Die Stadt schafft damit einen städtebaulichen Ordnungsrahmen, der den ansässigen und den ansiedlungswilligen Unternehmen die erforderliche Investitionssicherheit gibt.

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, das Zentrenkonzept für Hamburg und die Einzelhandels- und Nahversorgungskonzepte für die Bezirke möglichst rasch zu beschließen und regelmäßig zu überarbeiten.



Polizei und Bezirksamter in die Lage versetzen, ihre Aufgaben wahrzunehmen

Pulsierende, lebendige und urbane Innenstädte und Quartiere sind nur möglich, wenn die Stadt Hamburg einen nennenswerten Beitrag leistet. Dazu gehört, dass die Bezirksamter Bau- und Sondernutzungsgenehmigungen erteilen und dass sie grobe Zuwiderhandlungen auch ahnden (z. B. bei nicht genehmigten Baustelleneinrichtungen oder ungepflegter Außengastronomie).

Das Zusammenleben vieler Menschen setzt zudem voraus, dass die Ordnungsbehörden und die Polizei für Sicherheit sorgen, und dass die öffentlichen Räume regelmäßig gereinigt werden.

Der berechtigte Wunsch vieler Menschen nach mehr Beteiligung bei Bau- oder Planungsverfahren und die vielen Konflikte, die dabei gerade in kompakten, nutzungsgemischten Quartieren auftreten können, bedürfen einer professionellen Moderation.

Die Bürgerschaft und der Senat sind daher aufgefordert, die Polizei, die Stadtreinigung Hamburg und die Bezirksamter so auszustatten, dass sie die vielfältigen Aufgaben effizient und effektiv wahrnehmen können.

Eine Situations- und Potenzialanalyse für den Einzelhandel erstellen

Der Einzelhandel – und hier vor allem die kleinen und mittelständischen Unternehmen – stehen vor großen Herausforderungen. Wenn die von verschiedenen Experten skizzierten Szenarien, nach denen ein nennenswerter Anteil der Unternehmen aufgeben muss, wird die massive städtebauliche und funktionale Defizite nach sich ziehen, die dann nur mit sehr hohem Aufwand oder gar nicht behoben werden können. Es besteht daher akuter Handlungsbedarf.

Die Stadt Hamburg ist aufgefordert, eine Situations- und Potenzialanalyse für den Einzelhandel zu erstellen. Dabei sollten die Fachbehörden (insbesondere die Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation sowie die Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen), die Bezirksamter, Handelskammer, die Handelsverbände und interessierte Unternehmen mit eingebunden werden. Hierzu gehört, eine Strategie zu entwickeln

- zur Stärkung der Innenstadt und der Quartiere und
- zur gezielten Unterstützung des (stationären) Einzelhandels durch digitale Technologien.

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: Heiner Schote, Sebastian Döll, Christoph Färber, Axel Hoops, Michael Kuhlmann, Jan-Oliver Siebrand
und Marcus Troeder

Wir danken allen engagierten Unternehmerinnen und Unternehmern aus dem Plenum, dem Präsidium und aus den Ausschüssen für Handel, für Digitale Wirtschaft, für Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft und für Tourismus und Gastgewerbe sowie allen Beteiligten in den Geschäftsbereichen der Handelskammer für ihre Mitwirkung bei der Erarbeitung dieses Eckpunktepapiers.

Herstellung: Wertdruck GmbH & Co. KG

Dezember 2018