



TRÄGERVERBUND PROJEKT INNENSTADT E. V.



STANDPUNKTE

BÜNDNIS FÜR DIE INNENSTADT

*Forderungen an Bürgerschaft und Senat,
Bezirksversammlung und Bezirksamt Hamburg-Mitte*

Vorwort

Die Innenstadt ist ein bedeutender Wirtschaftsstandort, ein wichtiger Identifikationsort für viele Hamburger und eines der herausragenden Ziele für Städtetouristen. Der Einzelhandel, eine der prägenden Branchen der City-Wirtschaft und für viele der wichtigste Besuchsanlass, erfährt im Zuge der Digitalisierung einen tiefgreifenden Strukturwandel: Durch die digitalen Medien ist das Einkaufen von jedem Ort aus und rund um die Uhr möglich, so dass sich die enge Verbindung zwischen Handel und Innenstadt zusehends auflöst.

Die Innenstädte müssen daher mehr bieten als bisher: eine hohe städtebauliche Qualität, eine hohe Verweilqualität und ein Einkaufserlebnis, das mit Kultur, mit Events und gastronomischen Angeboten verknüpft wird. Hier hat Hamburg in den vergangenen zwei Jahrzehnten viel erreicht, zum Beispiel mit der Neugestaltung des Jungfernstiegs, den Business Improvement Districts (BIDs) und Kulturveranstaltungen wie dem Binnentalster-Filmfest.

Der Kern der Innenstadt steht vor großen Herausforderungen: Die Hafencity – eine europaweit einzigartige Innenstadterweiterung – setzt bei der Nutzungsmischung und bei der Gestaltung der öffentlichen Räume neue Maßstäbe, die nicht alle Quartiere im Kern der Innenstadt


erreichen. Die neue Einzelhandelsagglomeration des Überseequartiers, das voraussichtlich 2022 eröffnet werden wird, ist einerseits eine neue Attraktion für Hamburg, wird aber andererseits die Wettbewerbssituation im Einzelhandel nachhaltig verändern: Es ist eine Chance, die es zu nutzen gilt, und zugleich eine Herausforderung, die Politik, Verwaltung und Wirtschaft nur gemeinsam bewältigen können.

Die Handelskammer Hamburg, das City Management Hamburg, der DEHOGA Hamburg Hotel- und Gaststättenverband e.V., der Handelsverband Nord e.V., der Tourismusverband Hamburg e.V., der Trägerverbund Projekt Innenstadt e.V. und der Verband der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V. fordern die Bürgerschaft und den Senat, die Bezirksversammlung und das Bezirksamt Hamburg-Mitte daher auf, sich gemeinsam mit der Wirtschaft für eine lebendige Innenstadt einzusetzen.

In diesem Papier, das an das Standpunktepapier „Wirtschaftsstandort Innenstadt“ (2016) und das Eckpunktepapier „Shoppingmetropole Hamburg 2030“ der Handelskammer Hamburg (2018) anknüpft, sind die Forderungen zu zehn Handlungsfeldern, die die Qualität und Attraktivität der Innenstadt ausmachen, zusammengefasst.



André Mücke
Vizepräsident
Handelskammer Hamburg



Prof. Norbert Aust
Vorstandsvorsitzender
Tourismusverband
Hamburg e.V.



Andreas Bartmann
Präsident
Handelsverband Nord e.V.



Ludwig Görtz
Vorsitzender
Trägerverbund Projekt
Innenstadt e.V.



Franz J. Klein
Präsident
DEHOGA Hamburg
Hotel- und Gaststätten-
verband e.V.



Marc Tiefenthal
Vorstandsvorsitzender
City Management
Hamburg



Volker Tschirch
Geschäftsführender
Vorsitzender Verband
der Mittel- und Großbetriebe
des Einzelhandels Nord e.V.



Abb. 1. Die Hamburger Innenstadt im Überblick

Der grün dargestellte Wallring beschreibt in einem Halbkreis nördlich der Norderelbe die Stadt Hamburg, wie sie sich bis zum 17. Jahrhundert entwickelt hatte; dieses Gebiet und die Hafencity, die seit 2002 entsteht, bilden heute die Hamburger Innenstadt.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
1 Das Wichtigste in Kürze	6
2 Handlungsfelder	7
2.1 Aufmerksamkeit für die Innenstadt schaffen	7
2.2 Erreichbarkeit gewährleisten	7
2.3 Orientierung schaffen – analog und digital	8
2.4 Wegeverbindungen schaffen	9
2.5 Vorreiter in der City-Logistik werden	9
2.6 Nutzungsmischung voranbringen	10
2.7 Öffentliche Räume aufwerten	10
2.8 Standards für öffentliche Räume weiterentwickeln	13
2.9 Regeln für ein Miteinander weiterentwickeln	13
2.10 Investitionsprogramm für die Innenstadt auflegen	13
Impressum	16

Das Wichtigste in Kürze

Die Handelskammer Hamburg, das City Management Hamburg, der DEHOGA Hamburg Hotel- und Gaststättenverband e.V., der Handelsverband Nord e.V., der Tourismusverband Hamburg e.V., der Trägerverbund Projekt Innenstadt e.V. und der Verband der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V. fordern die Bürgerschaft und den Senat, die Bezirksversammlung und das Bezirksamt Hamburg-Mitte auf, sich gemeinsam mit der Wirtschaft für eine lebendige Innenstadt einzusetzen.

Hierzu sollten sie in zehn Handlungsfeldern aktiv werden:

- 1. Aufmerksamkeit für die Innenstadt schaffen**
- 2. Erreichbarkeit gewährleisten**
- 3. Orientierung schaffen – analog und digital**
- 4. Wegeverbindungen schaffen**
- 5. Vorreiter in der City-Logistik werden**
- 6. Nutzungsmischung voranbringen**
- 7. Öffentliche Räume aufwerten**
- 8. Standards für öffentliche Räume weiterentwickeln**
- 9. Regeln für ein Miteinander weiterentwickeln**
- 10. Investitionsprogramm für die Innenstadt auflegen**

Handlungsfelder

1. Aufmerksamkeit für die Innenstadt schaffen

Wie wir uns die Innenstadt vorstellen ...

Die Innenstadt prägt das Bild der Metropolregion. Sie ist der Ort, den viele Menschen „auf dem Schirm“ haben und mit dem sie sich identifizieren. Sie besuchen die Innenstadt, um die vielfältigen Einzelhandels- und Gastronomieangebote zu nutzen oder ins Theater zu gehen, und sie zeigen sie mit Stolz ihren Besuchern.

Mit einem zeitgemäßen Kommunikationsmix über hamburg.de und mit den Internetangeboten der Hamburg Marketing GmbH und der Hamburg Tourismus GmbH macht Hamburg regelmäßig auf die Innenstadt und ihre Angebote aufmerksam: vom Shopping über die Gastronomie bis zum Kulturprogramm.

... und was wir von Politik und Verwaltung erwarten:

Die vielfältigen Angebote in der Innenstadt und in den Szenevierteln sind ein fester Bestandteil der Kommunikationsstrategie der Hamburg Marketing GmbH. Bei den Marketingmaßnahmen muss der Erfolgsbaustein „Shoppingmetropole“ mit seinen vielfältigen Angeboten angemessen berücksichtigt werden.

Info-Kasten I

Internetangebote von Hamburg Marketing GmbH und Hamburg Tourismus GmbH

<https://www.hamburg-tourism.de/hamburg-where-the-heart-is/shop-where-the-heart-is/>
<https://www.hamburg-tourism.de/erleben/shoppen/>
<https://www.hamburg-tourism.de/erleben/events/weihnachten-in-hamburg/>

2. Erreichbarkeit gewährleisten

Wie wir uns die Innenstadt vorstellen ...

Eine attraktive Innenstadt ist gut erreichbar: mit öffentlichen Verkehrsmitteln, dem PKW, dem Fahrrad und zu Fuß. Das stellt angesichts des nach wie vor steigenden Verkehrsaufkommens bei allen Verkehrsträgern eine besondere Herausforderung dar. Umso mehr gilt: Alles, was stört – Baustellen, Straßensperrungen oder umgeleitete Buslinien – sollte die Ausnahme und nicht die Regel sein.

... und was wir von Politik und Verwaltung erwarten:

Die Stadt sorgt für einen sehr hohen Standard bei der Erreichbarkeit der Innenstadt. Dazu gehören

- die neue U5 mit mehreren Stationen in der Innenstadt,
- eine deutlich höhere Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit insbesondere bei der S-Bahn,
- der möglichst rasche, großzügige Ausbau des Hauptbahnhofs und seines Umfelds, denn der Hauptbahnhof hat eine zentrale Funktion für den ÖPNV in Hamburg, als Zwischenstation für Reisende und ist zugleich das bedeutendste Entrée zur Innenstadt,
- ein Verkehrskonzept für die Mönckebergstraße, unter anderem mit einer Überprüfung der Frequenz der Linienbusse, um die Attraktivität für die Fußgänger zu erhöhen (siehe auch Handlungsfeld 7),
- attraktive Wege für Radfahrer, die auch abseits der Velo-Routen angeboten werden, zum Beispiel durch das Kontorhausviertel als Alternative zur Mönckebergstraße, und genügend Stellplätze für Fahrräder,
- eine bessere Koordinierung der Baustellen, die so weit wie möglich zeitlich und räumlich begrenzt und zeitlich entzerrt werden sollten; sofern eine Baustelle, Sperrung oder Umleitung unvermeidbar ist, informiert die Stadt rechtzeitig alle Anlieger und die Institutionen der City-Wirtschaft,
- ausreichend breite Fuß- und Radwege auch bei Baustellen; beispielhaft ist die „verbindliche Regelung für Baustelleneinrichtungen“ des Bezirksamts Hamburg-Mitte für das BID Neuer Wall.

Angesichts des anhaltenden Bevölkerungs- und Beschäftigungswachstums in Hamburg kann die Verkehrssituation – gerade auch in Bezug auf die Erreichbarkeit der Innenstadt – nur durch massive Investitionen in den ÖPNV verträglich bleiben bzw. werden. Um die Qualität des ÖPNV zu verbessern, kommt es maßgeblich auf höhere Kapazitäten an. Fahrbahnen, Radwege und Fußwege sollten ebenso wie Ladezonen freigehalten werden; hierzu müssen Verstöße konsequent sanktioniert werden.

An Tagen, die für die City-Wirtschaft wichtig sind, vor allem an Wochenenden mit überdurchschnittlich vielen Touristen („Brückenwochenenden“), an Sonntagen mit Sonntagsöffnungen und in der Vorweihnachtszeit, sollte die Stadt möglichst auf größere Baustellen oder Schienenersatzverkehr verzichten.

3. Orientierung schaffen – analog und digital

Wie wir uns die Innenstadt vorstellen ...

Die „digitale Stadt Hamburg“ verfolgt das Ziel, technische Innovationen nutzbar zu machen. Die Innenstadt geht dabei als Vorreiter voran: mit wegweisenden Anwendungen zum Nutzen der Bewohner und Besucher sowie der City-Wirtschaft.

Die Besucher einer Metropole erwarten, dass sie sich analog und digital leicht orientieren können. Hierzu braucht Hamburg ein sehr gut gestaltetes analoges Fußgängerleitsystem und ergänzende digitale Angebote, zum Beispiel eine App, wo die Besucher finden, was sie suchen, und Inspirationen bekommen, um Neues zu entdecken. Ein elektronisches Parkleitsystem lenkt die PKW-Fahrer in die Parkhäuser oder auf freie Parkplätze im Straßenraum.

Schon heute besteht im öffentlichen Raum in Teilen der Innenstadt – ebenso wie in einzelnen Bezirks- und Stadtteilzentren – ein kostenloser WLAN-Zugang für Besucher.

... und was wir von Politik und Verwaltung erwarten:

Die Stadt schafft in zentraler Lage eine zeitgemäße Touristen-Information als Anlaufpunkt für Besucher, wo Hamburg sie willkommen heißt und wo sie sich ihren Erwartungen entsprechend mit Informationen über die Stadt versorgen können.

Die Stadt entwickelt das Fußgängerleitsystem, das über Sehenswürdigkeiten und Services (z. B. öffentliche Toiletten) informiert, kontinuierlich weiter.



Abb. 2. Die Innenstadt wird lebendig durch ihre Besucher: die Mönckebergstraße (Foto: Otto Wulff BID GmbH)

Die Stadt erleichtert ihren Besuchern den Zugang ins Internet. Dazu gehören

- ein kostenfreier WLAN-Zugang im öffentlichen Raum der gesamten Innenstadt; hierzu bedarf es guter Rahmenbedingungen für Private, insbesondere indem die Stadt weiter auf Gebühren für das Anbringen und die dauerhafte Nutzung der Router an öffentlichem Eigentum verzichtet, um so den weiteren Ausbau des Netzes durch Private zu befördern,
- ein guter WLAN-Zugang in öffentlichen Verkehrsmitteln,
- die kontinuierliche Weiterentwicklung des analogen Fußgängerleitsystems,
- ein elektronisches, dynamisches Leitsystem für Parkplätze in den Parkhäusern und im Straßenraum.

4. Wegeverbindungen schaffen

Wie wir uns die Innenstadt vorstellen ...

Mit der Entwicklung der Hafencity wächst die Innenstadt, sie reicht von der Binnenalster bis zur Norderelbe. Die Hamburger und die Besucher erleben sie als eine Innenstadt, deren Quartiere durch attraktive Wege miteinander verbunden sind.

... und was wir von Politik und Verwaltung erwarten:

Alle Innenstadtquartiere müssen untereinander durch ein attraktives Fußwegenetz verbunden werden, in Nord-Süd- ebenso wie in Ost-West-Richtung. Dazu gehören attraktive Wege

- zwischen dem Kern der Innenstadt und der Hafencity:
 - die Achse vom Großen Burstah zum Kesselhaus,
 - der Katharinenweg: Rathausmarkt – Kleine Johannisstraße – Grimm – Katharinenkirche,
 - die Domachse (Petrikirche – Brandstwierte – Hafencity), u. a. mit breiteren Fußwegen im Bereich Brandstwierte/Zippelhaus, sowie die
 - Nord-Süd-Achsen durch das Kontorhausviertel mit dem Burchardplatz als zentralem Scharnier,
- zwischen Rathausquartier und Kontorhausviertel, u. a. mit einer bequemerer Querung der Domachse für Fußgänger (insbesondere im Bereich Rathausstraße – Speersort und Große Reichenstraße – Kleine Reichenstraße),
- von der Mönckebergstraße zur Binnenalster,
- auf einer Steganlage am Nikolaifleet,
- auf dem Alsterwanderweg.

5. Vorreiter in der City-Logistik werden

Wie wir uns die Innenstadt vorstellen ...

Die Innenstadt ist ein wichtiger Warenumserschlagplatz. Die steigenden Anforderungen der Unternehmen und der Kunden an die Warenverfügbarkeit spiegeln sich im Wachstum des Lieferverkehrs wider, den die Innenstadt zu bewältigen hat. Hamburg hat zwar sehr gute Erfahrungen mit Modellprojekten der City-Logistik gemacht, die Belastungen durch Fahrzeuge, die – nicht selten wegen zugesperrter Ladezonen – in „zweiter Reihe“ oder auf Gehwegen abgestellt werden, nehmen jedoch deutlich zu.

... und was wir von Politik und Verwaltung erwarten:

Die Stadt ist aufgefordert, erfolgreiche Modellprojekte weiterzuführen und zugleich mit den Unternehmen der City-Logistik mehrere unternehmensneutrale Micro-Hubs in der Innenstadt oder in Innenstadtnähe (z. B. in Parkhäusern oder unterhalb von Plätzen) zu schaffen, die sich gut ins Stadtbild einfügen. So kann die Zahl der Lieferfahrzeuge in den Geschäftsstraßen nachhaltig reduziert werden; zahlreiche Fahrzeuge können durch eine Belieferung mit E-Bikes oder zu Fuß ersetzt werden.

Die Stadt sollte sicherstellen, dass die Geschäfte vorwiegend außerhalb der Geschäftszeiten beliefert werden. Dazu müssen maximale Lärmimmissionen definiert werden; mittelfristig sollte die nächtliche Belieferung (22 bis 6 Uhr) ausschließlich mit E-Fahrzeugen erfolgen.

Ladezonen müssen für den Lieferverkehr auch tatsächlich zur Verfügung stehen. Die Stadt sollte (durch den Einsatz moderner Verkehrsleittechnik) eine konsequente Überwachung der Ladezonen sicherstellen und Falschparker sanktionieren. Ein System reservierbarer Ladezonen nach dem Vorbild von Modellprojekten sollte geprüft werden. Zudem müssen bestehende zeitliche Beschränkungen für den Lieferverkehr (zum Beispiel in der Mönckebergstraße und im Großen Burstah) durch eine effiziente Überwachung durchgesetzt werden.

6. Nutzungsmischung voranbringen

Wie wir uns die Innenstadt vorstellen ...

Eine attraktive Innenstadt ist vielfältig. Dazu gehören Einzelhandel, Gastronomie und insbesondere auch die Außengastronomie, ein umfassendes Freizeit-, Bildungs- und Kulturangebot, Büros, Arztpraxen, Co-Working-Spaces und Wohnungen. Auch wenn sich im Kern der Innenstadt (wo vielerorts durch die Bauleitplanung jahrzehntelang nur Einzelhandel und Büros zulässig waren) eine solche Nutzungsmischung nur nach und nach herausbilden wird: Die vielfältige und feinkörnige Nutzungsmischung, die bisher in der Hafencity entstanden ist, ist der Maßstab auch für den Kern der Innenstadt. Ein wichtiger Schritt war die Änderung des Baustufenplans Innenstadt (2011), der Wohnungen zuvor ausgeschlossen hatte; hiermit hat die Stadt die Schaffung von Wohnungen planungsrechtlich ermöglicht.

Für die Zukunft kommt es darauf an, die Innenstadt zu einer lebendigen 24-Stunden-Stadt zu entwickeln.

... und was wir von Politik und Verwaltung erwarten:

Die Stadt schafft die Rahmenbedingungen für eine vielfältige und feinkörnige Nutzungsmischung. Sie ermöglicht dabei vor allem solche Nutzungen, die die Innenstadt in den Abendstunden beleben: Kultur und Gastronomie, Co-Working-Spaces und Wohnungen. Dazu gehören

- die Hamburgische Bauordnung, die Nutzungsänderungen im Gebäudebestand erleichtern sollte,
- eine Genehmigungspraxis, die dies befördern sollte.

Die Stadt sorgt für einheitliche Rahmenbedingungen bei den Ladenöffnungszeiten; eine Privilegierung einzelner Quartiere hätte eine massive Wettbewerbsverzerrung zur Folge.

7. Öffentliche Räume aufwerten

Wie wir uns die Innenstadt vorstellen ...

Eine attraktive Innenstadt lebt von attraktiven öffentlichen Räumen: mit einer hohen Aufenthaltsqualität, mit attraktiven Wasserlagen, mit einer zeitgemäßen und gepflegten Stadtmöblierung, zu der Bänke, Brunnen und Spielplätze gehören, und mit einer vielfältigen Außengastronomie.

... und was wir von Politik und Verwaltung erwarten:

Die Stadt gestaltet gemeinsam mit der Deutschen Bahn den Hauptbahnhof als leistungsfähigen Knotenpunkt für den Fern- und Nahverkehr. Sie gestaltet das Bahnhofsumfeld als attraktives und besucherfreundliches Entrée zur Innenstadt und nach St. Georg.

Die Stadt unterstützt weiterhin die privaten Initiativen zur Aufwertung der öffentlichen Räume, insbesondere in den Business Improvement Districts. Zugleich investiert die Stadt in die Qualität der Straßen und Plätze, unterhält und pflegt sie.

Dazu gehören

- die Aktualisierung des Innenstadtkonzeptes von 2014 und in dem Zusammenhang die Erarbeitung eines Masterplans für die Gestaltung der öffentlichen Plätze und Straßen in der Hamburger Innenstadt, der auch neue Wegeverbindungen und Potenziale für Außengastronomie berücksichtigt,
- die Weiterführung des Arbeitskreises Innenstadt,
- eine vertrauensvolle Zusammenarbeit der Stadt mit den BID-Initiatoren und Aufgabenträgern; rechtliche Fragen werden von den Fachbehörden zügig geklärt, die zugleich die erforderliche administrative Unterstützung leisten,
- innerhalb der nächsten drei Jahre die Neugestaltung des Gerhart-Hauptmann-Platzes sowie des Georgsplatzes als Entrée zur Innenstadt,
- eine umfassende Aufwertung des Rathausmarktes (einschließlich der Arkaden), auch in Bezug auf eine qualitätsvolle Nutzung dieses zentralen Platzes,
- die Aufwertung des Kontorhausviertels im Zusammenhang mit der Eröffnung des „Quartiers am Klosterwall“ (ehem. City-Höfe),
- ein attraktiver Spielplatz für Kinder (z. B. auf dem Gertrudenkirchhof),
- ein Verkehrskonzept für die Mönckebergstraße, das eine optimale ÖPNV-Erreichbarkeit sichert, eine hohe Aufenthaltsqualität schafft und eine vielfältige Außengastronomie ermöglicht (siehe auch Handlungsfeld 2),
- mehr – auch temporäre – Kunst im öffentlichen Raum.

Im Sinne eines wirtschaftlichen Umgangs mit Investitionsmitteln und der Anrainer sollten Leitungs-, Tiefbau- und städtebauliche Maßnahmen zeitlich koordiniert werden.

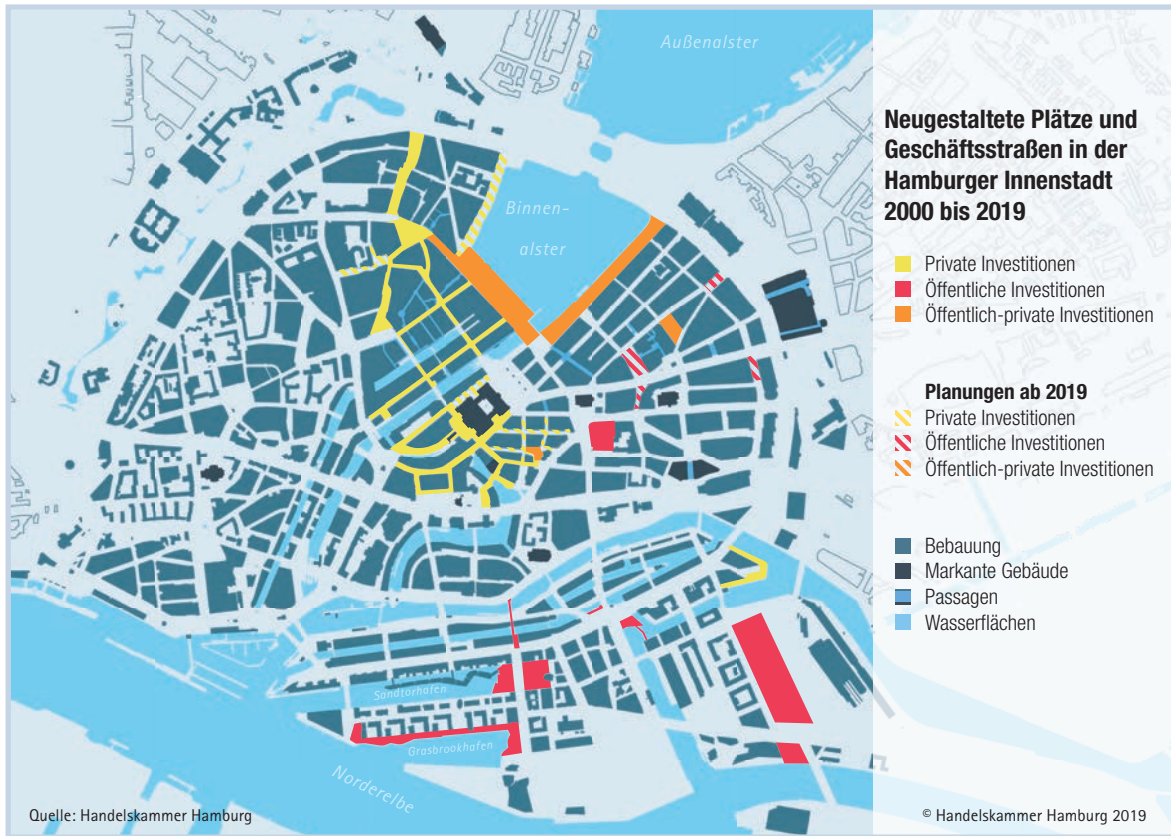


Abb. 3. Neugestaltete Plätze in der Hamburger Innenstadt 2000 – 2019 und Planungen



Abb. 4. Das Lessingdenkmal auf dem Gänsemarkt (im Rahmen des BIDs Quartier Gänsemarkt 2015/2016 neugestaltet; Foto: Otto Wulff BID GmbH)

Info-Kasten II

Öffentlich-private Partnerschaften

Im Rahmen von öffentlich-privaten Partnerschaften investieren die Wirtschaft und die Stadt Hamburg in die Qualität der öffentlichen Räume.

Schon 2004/2005 wurde der Jungfernstieg umfassend neugestaltet. Seit 2005 werden in den Business Improvement Districts (BIDs) ganze Quartiere neugestaltet; dieses private Engagement findet international Beachtung. Allein in den BIDs in der Innenstadt, die seit 2005 gegründet wurden, bringt die Wirtschaft für die Neugestaltung und Pflege des öffentlichen Raums sowie für Marketing- und Serviceleistungen insgesamt 53,4 Millionen Euro auf. In allen BIDs, in denen die öffentlichen Räume neugestaltet wurden, sind

- breitere Fußwege, mitunter auch zulasten des fließenden oder ruhenden PKW-Verkehrs, und
- eine höhere Aufenthaltsqualität

geschaffen worden.

Neben dem privaten Engagement sind die BID-Koordinationsstellen bei der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen und bei den Bezirksämtern ein wichtiger Erfolgsfaktor für die BIDs.

Der Senat hat sich zum Ziel gesetzt, die Wegeverbindungen zwischen dem Kern der Innenstadt und der Hafencity aufzuwerten, Plätze nezugestalten und Innenstadtquartiere zu beleben. Hierzu hat die Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen 2016 den Arbeitskreis Innenstadt gegründet, der viele dieser Projekte beraten und vorangetrieben, aber bisher noch keine im Stadtbild erkennbaren Veränderungen erzielt hat.

BID-Quartiere und -Initiativen in der Hamburger Innenstadt

● BID-Quartiere ● BID-Initiativen



Abb. 5. BID-Quartiere und -Initiativen in der Hamburger Innenstadt

8. Standards für öffentliche Räume weiterentwickeln

Wie wir uns die Innenstadt vorstellen ...

Öffentliche Räume sind attraktiv, wenn sie den Erwartungen der Menschen entsprechen. In der Hafencity werden Straßen und Plätze in einer sehr hohen Qualität geschaffen und unterhalten; dies sollte die Benchmark für die gesamte Innenstadt sein.

Die Innenstadt zeichnet sich aus durch ein gepflegtes Stadtmobiliar und Brunnen, die während des Sommers funktionieren. Dabei braucht die Innenstadt nicht unbedingt viele, aber gepflegte Müllbehälter und saubere öffentliche Toiletten.

Öffentliche Räume sind attraktiv, wenn auch die Veranstaltungen und Märkte den Erwartungen der Menschen entsprechen.

... und was wir von Politik und Verwaltung erwarten:

Die Stadt entscheidet über die Gestaltung und die Standorte von Stadtmobiliar, Brunnen und Müllbehältern. Dazu gehört auch eine ausreichende Zahl von barrierefrei zugänglichen, öffentlichen Toiletten, die für bestimmte Personengruppen (Kinder, Jugendliche, Auszubildende und Studierende sowie „randständige“ Menschen) kostenfrei nutzbar sein sollten. Auf die Leitlinien hierzu verständigt sich die Stadt mit der Wirtschaft.

Die Stadt hält die Sauberkeit im öffentlichen Raum stets auf hohem Niveau, u. a. auch durch den Einsatz der „Waste Watcher“. Gemeinsam mit den Betreibern sorgt die Stadt für saubere U- und S-Bahn-Stationen.

Die Stadt unterhält und pflegt die öffentlichen Räume im Kern der Innenstadt auf dem gleichen Niveau wie in der Hafencity. Bei größeren Projektentwicklungen sollten auch die Anrainer einen angemessenen Beitrag zur Gestaltung der öffentlichen Räume leisten.

Die Stadt ist aufgefordert, gemeinsam mit der Wirtschaft zeitgemäße Qualitätsstandards für Straßen und Plätze in der Innenstadt sowie für Märkte und Veranstaltungen zu erarbeiten – auch mit Blick auf deren städtebauliche und architektonische Qualitäten. Für die Einhaltung der Standards sorgt die Stadt.

In der Hamburger Innenstadt sollten vor allem Veranstaltungen mit überregionaler und internationaler Strahlkraft stattfinden, die dem Image Hamburgs als lebenswerte, vielfältige Metropole entsprechen und deren Besuch die Menschen häufig mit anderen Aktivitäten in der Innenstadt verbinden. Die Großveranstaltungen müssen in ihrer Zahl auf ein für die City-Wirtschaft verträgliches Maß beschränkt und zeitlich entzerrt werden. Die Beeinträchtigungen sollten durch kurze Auf- und Abbauphasen (auch nachts) so weit wie möglich reduziert werden.

9. Regeln für ein Miteinander weiterentwickeln

Wie wir uns die Innenstadt vorstellen ...

In der Innenstadt kommen viele verschiedene Menschen zusammen. Ihre Vielfalt macht sie zu einem spannenden und anregenden Ort. Zur Innenstadt gehören die Luxus-Shopper ebenso wie Obdachlose und Bettler. Sie alle, die hier leben, arbeiten oder ihre Freizeit verbringen, müssen ein gemeinsames Verständnis für das Miteinander entwickeln. Dazu gehören Toleranz, aber auch klare Regeln für den respektvollen Umgang miteinander.

... und was wir von der Politik erwarten:

Die Stadt sorgt für eine verstärkte Präsenz von uniformierten Sicherheitsbeamten, vor allem durch die Polizei. Sie sorgt für ein hohes subjektives Sicherheitsempfinden und für die Einhaltung der Regeln des Miteinanders. Dazu gehört, dass jeder betteln, aber dabei nicht aggressiv vorgehen oder andere bedrängen darf.

10. Investitionsprogramm für die Innenstadt auflegen

Wie wir uns die Innenstadt vorstellen ...

Eine attraktive Innenstadt erfordert das gemeinsame Engagement von Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Zivilgesellschaft.

... und was wir von der Politik erwarten:

Die Politik ist aufgefordert, ein Investitionsprogramm für die Innenstadt zu erarbeiten, das auch einen Masterplan für die Gestaltung der öffentlichen Plätze und Straßen umfasst (Punkt 7) und innerhalb von zehn Jahren umgesetzt werden kann.

Politik, Verwaltung und Wirtschaft treffen sich zweimal jährlich, um sich auf einen kurz- und mittelfristigen Aktionsplan zur zukunftsorientierten Weiterentwicklung der Innenstadt zu verständigen (mit konkreten Projekten und Zeitplan).

Darüber hinaus sollte die Stadt ausreichende finanzielle und personelle Ressourcen für das Bezirksamt Hamburg-Mitte und die Polizei bereitstellen, so dass sie die an sie gerichteten Erwartungen auch erfüllen können.

Info-Kasten III

Was die City-Wirtschaft für die Innenstadt leistet

- die Neugestaltung und Pflege der öffentlichen Räume in der Innenstadt:
 - im Rahmen einer öffentlich-privaten Partnerschaft bei der Neugestaltung des Jungfernstiegs (2006) sowie der beiden Plätze Dornbusch und Gertrudenkirchhof,
 - im Rahmen von Business Improvement Districts (BIDs); in die BIDs, die seit 2005 in der Innenstadt gegründet wurden, investieren die Anlieger insgesamt 53,4 Mio. Euro,
- freies W-LAN von MobyKlick auch für die Einzelhandels- und Gastronomie-Kunden,
- kulturelle Angebote wie das Binnenalster-Filmfest, das das City Management Hamburg organisiert, und die Kunstausstellungen des Vereins Lebendiger Jungfernstieg,
- Events für die Besucher der Innenstadt, u. a. die Weihnachtsparade und die Märchenschiffe in der Adventszeit sowie Welcoming-Aktionen, z. B. im Rahmen der Lions Convention (2013) und der Rotary International Convention (2019),
- den Shopping Guide „Shopping in Hamburg“ und die Website „Shopping in der City“ (<https://www.hamburg.de/shopping-in-der-city>) des City Managements,
- vom City Management Hamburg bereitgestellte Reisebusparkplätze in der Vorweihnachtszeit.

Schon heute fokussiert sich eine große Zahl von Institutionen und Vereinigungen auf die Weiterentwicklung der Hamburger Innenstadt:

In der Politik

- der City-Ausschuss der Bezirksversammlung Hamburg-Mitte,
- der Arbeitskreis Innenstadt der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen,

in der Wirtschaft

- das City Management Hamburg,
- die BIDs und Interessengemeinschaften auf Quartiersebene,
- der Trägerverbund Projekt Innenstadt e.V.

sowie – neben vielen anderen – die Hauptkirchen, die Elbphilharmonie, die Theater, der Runde Tisch St. Jacobi, in dem die Kirche, diakonische Einrichtungen, die Kaufmannschaft, soziale Initiativen sowie Politik und Verwaltung mitwirken, die Patriotische Gesellschaft von 1765 und die Initiative „Altstadt für alle!“

Info-Kasten IV

Kennzahlen zum Einzelhandel in der Hamburger Innenstadt

In der Hamburger Innenstadt rund um die Binnenalster befinden sich knapp 900 Einzelhandelsbetriebe; weitere befinden sich in der Neustadt und in der Hafencity (Nahversorgungskonzept 2017 Bezirk Hamburg-Mitte, S. 103).

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Einzelhandelsumsatz (Mrd. Euro)	1,81	1,86	1,85	1,87	1,89	1,91	1,96	1,98
Verkaufsfläche (m ²)	328.950	338.800	337.500	344.000	340.000	346.000	346.500	346.500
Flächenproduktivität (Euro/m ²)	5.502	5.491	5.481	5.436	5.559	5.520	5.642	5.706

Quelle: Comfort Hamburg GmbH

Der City-Einzelhandel repräsentiert, bezogen auf den Umsatz von 2018, 17,3 Prozent des gesamten Hamburger Einzelhandelsumsatzes (11,44 Mrd. Euro). Hier liegt Hamburg zwar oberhalb des Niveaus von Berlin (13,8 Prozent), aber deutlich unter dem von München (30,0 Prozent) oder Köln (22,7 Prozent).

Der Einzelhandel in der Innenstadt erzielt diesen Umsatz auf 346.500 m² Verkaufsfläche, was 12,9 Prozent der gesamten Einzelhandelsverkaufsfläche in Hamburg (2.684.000 m²) entspricht.

Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Hamburg 2011–2018

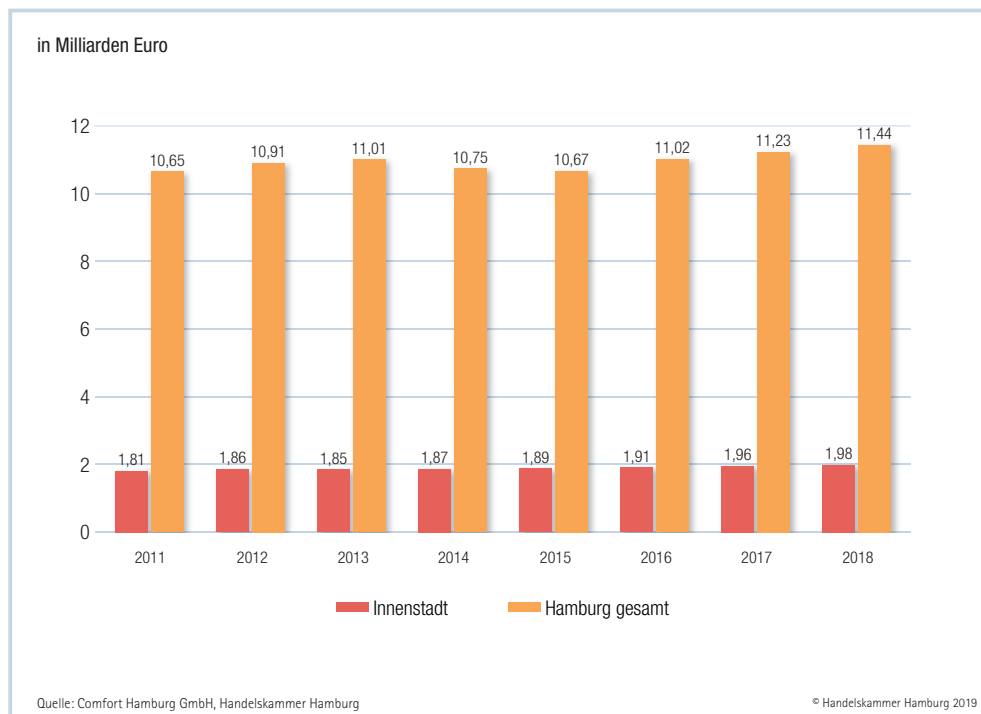


Abb. 6. Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Hamburg 2011 – 2018 (Mrd. Euro)

Das Wachstum des Einzelhandelsumsatzes gegenüber dem Vorjahr liegt nominal in einer Größenordnung von gut einem Prozent und damit etwa auf dem Niveau der Preissteigerung; real verharrt der Einzelhandelsumsatz auf dem Niveau von 2011.

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 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 der Handelskammer Hamburg, aus dem City Management Hamburg, der DEHOGA Hamburg Hotel- und Gaststättenverband e. V., dem Handelsverband Nord e. V., dem Tourismusverband Hamburg e. V., dem Trägerverbund Projekt Innenstadt e. V. und dem Verband der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e. V. sowie allen Beteiligten in den Geschäftsbereichen der Handelskammer für ihre Mitwirkung bei der Erarbeitung dieses Papiers.

Herstellung: Wertdruck GmbH & Co. KG

Oktober 2019