

STANDPUNKTE

# HAMBURG 2040

**DIE HAMBURGER  
INNENSTADT AUF DEM WEG  
IN IHRE ZUKUNFT 2040**

## Inhaltsverzeichnis

<b>Executive Summary</b>	<b>3</b>
<b>Vorwort</b>	<b>8</b>
<b>I. Innenstädte im Wandel</b>	<b>9</b>
<b>II. Die Innenstadt der Zukunft</b>	<b>11</b>
<b>III. Herausforderungen für die Hamburger Innenstadt</b>	<b>13</b>
<b>IV. SWOT-Analyse</b>	<b>17</b>
<b>V. Zielbild, Handlungsfelder, Maßnahmen</b>	<b>19</b>
Zentrum des Handels stärken und Nutzungsmischung intensivieren	20
Erreichbarkeit für alle sicherstellen	22
Wohnstandort weiterentwickeln	23
Kulturelle Funktion stärken & Freizeitangebote für alle bieten	24
Orte/Anlässe für Aufenthalt & Austausch schaffen und verbessern	27
Attraktivität für Touristen erhöhen – Gastronomie stärken	30
Innovationen initiieren und nachhaltiges Vorbild sein	31
Professionelles Transformationsmanagement einsetzen	32
Für weitere notwendige Rahmenbedingungen sorgen	33
<b>VI. Funktionskonzept</b>	<b>34</b>
Das Herz der Metropolregion	36
Einkaufen & Flanieren	36
Geschichte erleben & Hamburg spüren	37
Kunst & Kultur	37
Ankommen/Tor zu Hamburg	37
BüroArbeit	37
Urbanes Wohnen & Arbeiten	38
BüroArbeit & Wohnen	38
Ausgehen und Genießen	38
Tor zur Welt & Maritimes Leben	38
Attraktives/freizeitorientiertes Bindeglied	38
<b>Quellen</b>	<b>40</b>

## Executive Summary

War die europäische Innenstadt im 20. Jahrhundert insbesondere durch die ihr zukommende Kernfunktion der zentralen Versorgung des mittel- und längerfristigen Bedarfs ihres jeweiligen Einzugsgebiets geprägt, so vollzieht sich mittlerweile ein tiefgreifender Wandel. Der klassische Einzelhandel hat zum großen Teil seine Leitfunktion als vordringlicher Anlass für einen Besuch der Innenstadt verloren. Es stellen sich grundsätzliche Fragen wie: Welche zentralen Funktionen werden die Innenstädte zukünftig haben? Werden sie in einem sich auflösenden funktional gegliederten Siedlungsraum noch eine zentrale Funktion haben können? Oder müssen die Cities selbst neue Funktionen und Qualitäten entwickeln? Die Corona-Pandemie wirkt hier als Beschleuniger von längerfristigen Entwicklungen und zeigt Veränderungsprozesse und Versäumnisse schonungslos auf.

Diesen Entwicklungen, Fragestellungen und Herausforderungen, sieht sich insbesondere auch die Hamburger Innenstadt, als das unbestrittene Zentrum Norddeutschlands, der wichtigste Identifikationsort der Metropolregion Hamburg und Ziel von Touristen und Tagesgästen, gegenüber. Die Hamburger Innenstadt muss gerade jetzt für die Zukunft gut aufgestellt werden, um als lebendiger, multifunktionaler und attraktiver Mittelpunkt der Metropolregion erhalten zu bleiben und gestärkt zu werden. Die Voraussetzungen des Gelingens sind gut, denn traditionell engagieren sich Bürgerschaft, Kaufleute, Immobilienbesitzer und Politik und Verwaltung für die Hamburger Innenstadt. Das zeigt sich beispielsweise an den zahlreichen Business Improvement Districts, in denen privates und öffentliches Engagement zum Wohle zentraler Standorte verbunden wird. Das ist in der Bundesrepublik Deutschland einmalig und hat Vorbildcharakter.

Mit dem vorliegenden Papier analysiert die Handelskammer Hamburg die aktuelle Situation der Hamburger Innenstadt, zeigt mittels einer SWOT-Analyse ihre Stärken

und Schwächen auf und identifiziert die Chancen und Risiken für einen zielgerichteten und umfassenden Transformationsprozess. Das formulierte Zielbild mit seinen acht Unterzielen, dient als Grundlage für die Benennung von Maßnahmen- und Projektvorschlägen und das darauf aufbauend entwickelte Funktionskonzept. Das Papier liefert eine breite Palette von Anregungen und soll als Grundlage zur Diskussion und für konkrete Verabredungen zwischen den Innenstadtakteuren dienen, um der Hamburger Innenstadt zurück zu alter Strahlkraft zu verhelfen, sie zukunftsfähig im Wettbewerb mit anderen Metropolen und zu einem positiven Standortfaktor für den Wirtschaftsraum Hamburg zu machen.

Die Hamburger Innenstadt steht vor einem umfassenden Transformationsprozess dessen dringende Notwendigkeit durch die negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie noch sichtbarer geworden ist. Die City muss, ganz im Sinne der Neuen Leipzig-Charta, vielfältiger, Nutzungsgemischter, grüner, gerechter, produktiver und damit attraktiver für Hamburger und auswärtige Besucher werden.

Die aufgezeigten Schwächen und Risiken lassen sich so mittels eines integrierten und ressortübergreifenden Gesamtkonzepts in Stärken und Chancen umwandeln. Das entwickelte Zielbild und die Maßnahmen und Ansätze in den Handlungsfeldern bilden mit dem vorgelegten Funktionskonzept den Rahmen einer positiven Transformation der Hamburger Innenstadt.

So könnte es der Innenstadt als dem Herz der Metropolregion gelingen, ihre alte Strahlkraft wiederzuerlangen, sie zukunftsfähig im Wettbewerb mit anderen Metropolen und zu einem positiven Standortfaktor für den Wirtschaftsraum Hamburg zu machen.

Der weitere Weg dorthin muss nun Gegenstand eines breiten Diskussionsprozesses mit allen Innenstadtakteuren sein. Die Handelskammer steht hierfür bereit.

## Zielbild zur Weiterentwicklung der Hamburger Innenstadt



### Zentrum des Handels stärken und Nutzungsmischung intensivieren

Da die jahrzehntelang gängige Praxis, nämlich Handel mit Handel zu ersetzen, nicht mehr erfolgsversprechend ist, muss die räumliche Trennung von Einkaufen, Arbeiten, Dienstleistungen, Wohnen, Produktion und Freizeitgestaltung überwunden werden, um der Innenstadt neue Funktionen zu geben. Notwendige Maßnahmen hierzu sind:

- Wettbewerbsfähigkeit des stationären Handels stärken.
- Mietenpoolmodelle zur Ermöglichung renditeschwacher Konzepte etablieren.
- Entwicklung von gemischten und experimentellen Nutzungskonzepten.
- Neuansiedlung und Integration urbaner Produktionen.
- Umsetzung eines Markthallenkonzeptes in einem zentralen Bereich.
- Verknüpfung von Onlinehandel und stationärem Handel durch intelligente Logistikkonzepte.
- Professionelles Nutzungsmix- und Leerstandsmanagement einsetzen.
- Heterogenität im Rahmen von Grundstücksausschreibungen und Umbaugenehmigungen regelhaft berücksichtigen.
- Strategie entwickeln, um Fachgeschäfte für den Standort Innenstadt zurückzugewinnen.

## Erreichbarkeit für alle sicherstellen

Für einen innerstädtischen Standort ist die Erreichbarkeit mit allen Verkehrsträgern von elementarer Bedeutung. Zukünftig wird es darum gehen, eine bequeme, schnelle und klimaneutrale Erreichbarkeit der Innenstadt sicher zu ermöglichen. Durch die Mobilitätskonzepte der Zukunft, werden Chancen auf neue Freiräume, Nutzungen und Qualitäten in der Innenstadt eröffnet. Notwendige Maßnahmen hierzu sind:

- Aufstellung eines übergeordneten Verkehrskonzepts für die Hamburger Innenstadt unter Berücksichtigung aller Verkehrsträger.
- Sicherstellung der Erreichbarkeit durch alle Verkehrsträger.
- Switch-Mobility und City-Logistik stärken.
- Gestalterische und funktionale Verbesserung von Wegebeziehungen.
- Verbesserung und Ausbau des Fußgängerleitsystems.
- Etablierung eines smarten Verkehrsleitsystems.
- Umgestaltung des Hamburger Hauptbahnhofs inkl. Bahnhofsumfeld.
- Baustellenmanagement verbessern.
- Ausgleich zwischen verkehrstechnischen und stadtgestalterischen Interessen sichern.
- Intermodalität stärken.
- Voraussetzungen für neue Mobilitätsformen (z.B. Luft-taxis) schaffen.

## Wohnstandort weiterentwickeln

Ein höherer Anteil von Wohnbevölkerung in einer Innenstadt trägt dazu bei, die Nachfrage nach Waren des täglichen Bedarfs, persönlichen Dienstleistungen und Gastronomie- und Freizeitangeboten zu stärken. Sie führt auch dazu, dass Straßen und Plätze auch in den Abendstunden belebt sind. Aufgrund ihrer Nähe zu vielen Arbeitsplätzen, der hervorragenden ÖPNV-Anbindung und der vielen herausragenden kulturellen Einrichtungen ist die Innenstadt ein attraktiver Wohnstandort, den es weiter zu stärken gilt. Notwendige Maßnahmen hierzu sind:

- Neues Wohnen in der Innenstadt etablieren.
- verbindliche Festschreibung eines maßvollen und verträglichen Anteils an Wohnnutzung.
- Aufstockungen geeigneter Gebäude.
- Intelligente Lärmschutzkonzepte umsetzen, um Mischnutzung zu ermöglichen.
- Wohnfolgeeinrichtungen vorrausschauend planen und bedarfsgerecht umsetzen.

## Kulturelle Funktion stärken & Freizeitangebote für alle bieten

Zukünftig muss die Hamburger Innenstadt für alle Generationen, Lebensstile und Bevölkerungsschichten einen hohen Freizeitwert bieten und dabei insbesondere auch kostenlose Freizeitangebote, Sportangebote und Verweilmöglichkeiten ohne „Verkehrszwang“ anbieten. Insbesondere einer attraktiven Bespielung von Plätzen und Straßen kommt eine hohe Bedeutung zu. Notwendige Maßnahmen hierzu sind:

- Innenstadt als Arena internationaler Sportveranstaltungen nutzen.
- Innovative und attraktive Jugend-/Kinderspielplatzkonzepten mit Alleinstellungsmerkmalen umsetzen.
- Potenziale für „Pocket-Parks“ prüfen.
- Offene, niedrigschwellige und innovative Sport- und Bewegungsangebote für alle etablieren.
- Entwicklung/Erweiterung der Kunsthalle und ihres Umfeldes.
- Interaktion der vorhandenen Kulturinstitutionen mit anderen Innenstadtakeuren befördern.
- Bücherhalle zur „Bibliothek des 21. Jahrhunderts“ weiterentwickeln.
- Entwicklung und Umsetzung des Science-Centers in der Innenstadt.
- Konzept eines „Haus der digitalen Welt bzw. Wirtschaft“ (Digitalmuseum) umsetzen.
- Klima- und Nachhaltigkeitszentrum aufbauen.
- Ansiedelung des Naturkundemuseums/Evolutioneums im Innenstadtbereich.
- Zusammenarbeit mit Kultur- und Kreativwirtschaft zur Schaffung neuer Besuchsansätze intensivieren.
- Schaffung und Vernetzung von unterschiedlichsten kulturellen Angeboten in allen Quartieren der Innenstadt.

## Orte/Anlässe für Aufenthalt & Austausch schaffen und verbessern

Öffentlichen Räumen haben im Stadtraum eine besondere Bedeutung und damit ist auch deren Gestaltung und Möglichkeit zur Nutzung essenziell. Die Anpassung von öffentlichen Räumen an die klimatischen Veränderungen ist unbedingt zu berücksichtigen, um Aufenthaltsqualität und Verweildauer zu optimieren. Neben der Gestaltung von öffentlichen Räumen, bedarf es auch der Schaffung von Anlässen, die einen Aufenthalt und Austausch in der Hamburger Innenstadt attraktiv machen.

Notwendige Maßnahmen hierzu sind:

- Aufenthaltsqualitäten öffentlicher Räume steigern und durch regelmäßige Pflege langfristig sichern.
- Binnenalster in ein Gesamtkonzept einbeziehen und bespielen.
- Potenziale der vorhandenen Flote stärker nutzen.
- kleinteilige Konzepte zur Bespielung von öffentlichen Räumen entwickeln.
- Schaffung von mehr nicht-kommerziellen Attraktionen im öffentlichen Raum (umsonst und draußen).
- Den Rathausmarkt durch Umgestaltung und Bespielung dauerhaft zu einem lebendigen Ort machen.
- Bürgerschaftshaus als öffentliches „Forum der Demokratie“ etablieren.
- Unterschiedliche Räume für verschiedenste Bedürfnisse schaffen.
- Einbindung der Eventbranche zur Weiterentwicklung von Ideen.
- Freiraummanagement vereinfachen (Sondernutzungs-genehmigungen und deren Gebühren).
- Historische Keimzelle Hamburgs sichtbar machen.
- BID-Projekte fortführen und neu aufsetzen.

### Attraktivität für Touristen erhöhen – Gastronomie stärken

Vielfältige touristische und gastronomische Angebote sind für eine Stadt wie Hamburg ein wichtiger Standortfaktor. Es gilt neue touristische Konzepte aufzubauen, etablierte Reiseanlässe weiterzuentwickeln und neue Großveranstaltungen in Hamburgs Innenstadt zu etablieren. Neue gastronomische Konzepte und Bereiche für die Außengastronomie beleben öffentliche Räume, schaffen Besuchsanlässe und laden zum Verweilen und Genießen ein. Notwendige Maßnahmen hierzu sind:

- Aufbau eines repräsentativen Hamburg Visitor Center an zentraler Stelle.
- Entwicklung und Umsetzung von App-geleiteten Rundgängen (z.B. „roter Faden“).

- Aufbau einer internationalen Digitalisierungsstrategie für den Tourismus.
- Stärkung der Rolle des Eventausschusses als beratendes Gremium.
- Informationen für Touristen (Digital, Beschilderung, Tourismusinformation etc.) konsequent mindestens zweisprachig anbieten.
- Zusätzliche Liniengenehmigungen und Haltestellen für Stadtrundfahrten in der Innenstadt prüfen.
- Zusätzliche Flächen im öffentlichen Raum für Außengastronomie.
- Erlebnisgastronomie und kreative/innovative Gastronomiekonzepte unterstützen.
- Potenziale von Messe und Kongresszentrum (CHH) in innenstadtnaher Lage mit hohen Besucherzahlen für die Innenstadt nutzen.

### Innovationen initiieren und nachhaltiges Vorbild sein

Als Aushängeschild der ganzen Metropolregion und als ein wesentlicher Träger der Marke Hamburg, muss die Innenstadt im besonderen Maße für Zukunftsthemen, wie beispielsweise das Ziel Hamburg bis 2040 zu einer klimaneutralen Metropole zu machen, stehen. Deshalb gilt es, Projekte mit Vorbildcharakter zu initiieren, mit denen sich Hamburg in den kommenden Jahren auf den Zukunftsfeldern positioniert. Notwendige Maßnahmen hierzu sind:

- Neuvermarktung der Innenstadt als Ort mit Erlebnischarakter.
- Positiven Wandel der Innenstadt als Impuls für die anderen Quartiere der polyzentralen Stadt Hamburg nutzen.
- Klimawende vorbildhaft „fahren“ und Nachhaltigkeit der Angebote von Beginn an mitdenken.
- Nachhaltigkeit als Alleinstellungsmerkmal aktiv vermarkten.
- Inkubatoren schaffen und wissenschaftliche Einrichtungen in der Innenstadt ansiedeln.

- Digitalisierung der Innenstadt vorantreiben.
- Gemischt genutzten Flächen zu verschiedenen Tageszeiten erproben und etablieren.
- Dachbegrünungs- und Solaranlagenprogramm aufsetzen.
- Projekt Klimahaus als „Edutainment“- Einrichtung umsetzen.
- Green-Building- und Green-City-Konzepte weiterentwickeln und umsetzen und so zur „European Green City“ werden.
- Notwendige Voraussetzungen für 3D-Druckverfahren bei Bauprozessen und urbanen Produktionen schaffen.
- Intensive Einbeziehung von Immobilienbesitzern.
- Etablierung einer Prozessstruktur die sich kontinuierlich mit Innovationen und notwendigen Anpassungen der Innenstadt beschäftigt (Change-Management).
- Trennung von Innenstadtmanagement und Vermarktung der Innenstadt zur Vermeidung von Interessenskonflikten
- Vereinfachung und Optimierung von Steuerungsstrukturen (beispielsweise Genehmigungsverfahren im öffentlichen Raum).
- Vermeidung von Doppel-/Polystrukturen, sondern Bündelung und Einbeziehung aller Stakeholder.

### Professionelles Transformationsmanagement einsetzen

Der Neuausrichtungsprozess der Hamburger Innenstadt bedarf eines professionellen Managements, welches die Gesamtentwicklung über alle Fachbereiche hinweg sicherstellt. Es muss die Aufstellung eines Masterplans für die Entwicklung der Innenstadt unter Berücksichtigung aller Funktionen vorantreiben und die Beteiligung/Einbindung aller Stakeholder sicherstellen. Es muss außerdem mit gezielten finanziellen Maßnahmen (Zwischenwerb von Immobilien oder Finanzierung von innovativen Konzepten) steuernd und korrigierend eingreifen. Notwendige Maßnahmen hierzu sind:

- Aufbau einer PPP-Gesellschaft zur Entwicklung der Innenstadt.
- Besetzung eines Gesamtsteuerungsgremiums mit Vertretern der Handelskammer.
- Professionelles Management von Nutzungsmix und Leerstand.
- Masterplan für die Innenstadt unter Einbeziehung aller Stakeholder.
- Priorisierung auf Grundlage einer umfassenden Analyse vornehmen.
- Stärkung des „Bündnisses für die Innenstadt“.
- Weiterentwicklung der vorhandenen BID-Strukturen.

### Für weitere notwendige Rahmenbedingungen sorgen

Neben den genannten Handlungsfeldern gibt es weitere Rahmenbedingungen, die für eine erfolgreiche Transformation der Hamburger Innenstadt notwendig sind. Sie sind nicht standortspezifisch und bedürfen daher Landes- oder bundespolitischer Initiative. Notwendige Maßnahmen hierzu sind:

- Beschleunigung von Bau- und Nutzungsgenehmigungen.
- Klare Zuständigkeitszuweisungen zwischen dem Senat, Fachbehörden, und Bezirksamt.
- Frühzeitige Kommunikation mit allen Stakeholdern und der breiten Öffentlichkeit und zu Wettbewerben für Zukunftsideen aufrufen.
- Bauplanungs- und Bauordnungsrecht überarbeiten und anpassen, um Transformationsprozesse zu beschleunigen und zu erleichtern.
- Ausbau der Betreuung von Randständigen in der City, um Interessenkollisionen vorzubeugen.
- Stärkere Fokussierung auf maritime Themen in allen Bereichen.
- Sondernutzungsgenehmigungen vereinfachen.

## Vorwort

Die Hamburger Innenstadt ist der wichtigste Ort der Identifikation mit der Metropolregion Hamburg. Die City ist die herausragende Shopping-Metropole für Menschen aus der Region und auswärtige Besucher. Garant dafür sind ihre attraktiven Einzelhandelslagen entlang der Mönckebergstraße und Spitalerstraße, des Jungfernstiegs und den Bereichen um den Neuen Wall und den Gänsemarkt. Hinzu kommen die Einzelhandelslagen in der HafenCity und zukünftig die im Bau befindliche Shopping-Mall im Überseequartier.

Damit nicht genug, machen die Anziehungskraft der Hamburger Innenstadt auch Theater, Museen und Top-Hotels, ein vielfältiges gastronomisches Angebot sowie zahlreiche Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung aus. Gerade dieser vielfältige Nutzungsmix ist es, der das Zentrum so unverwechselbar macht. Neben den eigenen Bürgern waren es vor der Corona-Pandemie jährlich fast 90 Millionen Tagesgäste (HHT 2015) und 7,6 Millionen Touristen (Statistikamt Nord 2020), die außer dem Hafen und weiteren Sehenswürdigkeiten die Hamburger Innenstadt besuchten.

Doch die Bedeutung des Einzelhandelsstandorts Innenstadt schwindet – nicht erst seit Corona: Hauptgrund hierfür sind die wachsenden Online-Bestellungen, die Einkäufe beim stationären Handel immer mehr verdrängen. Hinzu kommt die zunehmende Filialisierung in den vergangenen Jahrzehnten. Dadurch ist es zu einer gewissen Beliebtheit und Austauschbarkeit des Warenangebotes gekommen, womit ein Alleinstellungsmerkmal der Innenstadt verloren geht. Zusätzlich befördert durch die steigenden Immobilienpreise, verstärkt sich dieser Trend. Zu einem Bedeutungsverlust der City führt auch die Rückbesinnung einer steigenden Zahl von Konsumenten auf regional und nachhaltig erzeugte Produkte, individualisierte und unverwechselbare Einzelstücke oder fair gehandelte Textilien. Dabei handelt es sich besonders um Angebote in den Bezirks- und Stadtteilzentren, die in Hamburg traditionell einen höheren Anteil am stationären Einzelhandel haben als beispielsweise in Städten wie Köln oder München.

Die Folge dieser Entwicklung: Der klassische Einzelhandel hat zum großen Teil seine Leitfunktion als vordringlicher Anlass für einen Besuch der Innenstadt verloren.

Künftig wird es viel mehr als bisher darauf ankommen, dass die Innenstadt als Ort eines breiten Funktionsmixes, als Ort zahlreicher hoch attraktiver Quartiere wahrgenommen und von allen Bevölkerungsgruppen und Besucherschichten genutzt wird. Die Corona-Pandemie wirkt hier nur als eine Art Turbo, der einen ohnehin kaum aufzuhaltenden Prozess noch einmal deutlich beschleunigt. Ihre Auswirkungen auf das Arbeiten, die Freizeitgestaltung, den Tourismus und das Konsumverhalten erhöhen nun den Druck auf die Handelnden und Beteiligten erheblich. Ziel muss es sein, die Hamburger Innenstadt als lebendigen, multifunktionalen und attraktiven Mittelpunkt der Metropolregion zu erhalten und für die Zukunft gut aufzustellen.

Die Chancen hierfür stehen nicht schlecht: Denn bereits seit vielen Jahren bemühen sich Kaufleute, Immobilienbesitzer und Vertreter aus Politik und Verwaltung um neue Impulse für die Stadt. Mit seinen zahlreichen Business Improvement Districts zeigt Hamburg vorbildhaft für die ganze Republik, wie sich privates und öffentliches Engagement zum Wohle zentraler Standorte verbinden lassen. Erste Ansätze zu einer gezielten Stärkung der City-Logistik lassen hoffen, dass stationärer und virtueller Handel künftig mehr voneinander profitieren können und Multichannel-Konzepte, bei denen der stationäre Handel mit dem Onlinehandel verschmilzt, künftig verstärkt umgesetzt werden. Dabei gilt es, die negativen Auswirkungen der dadurch induzierten Verkehre mithilfe intelligenter Logistikkonzepte zu minimieren. Diese Aktivitäten sollten zielgerichtet fortgesetzt und weiter ausgebaut werden.

Mit dem vorliegenden Papier wollen wir aufzeigen, wie die Hamburger Innenstadt im Sinne der von der Handelskammer initiierten „Hamburg 2040“-Strategie in die Zukunft geführt werden kann und welche konkreten Impulse für die Neuausrichtung der Hamburger Innenstadt gesetzt werden können. Die Studie soll zusätzliche Ansätze, Ideen und Vorschläge für die Diskussion und die konkreten Verabredungen zwischen Kaufleuten, Immobilieneigentümern, Politik und Verwaltung liefern. Die Handelskammer möchte damit einen substanziellen Beitrag zur Rettung der Hamburger Innenstadt leisten und den weiteren Dialog mit allen Stakeholdern fördern.

## I. Innenstädte im Wandel

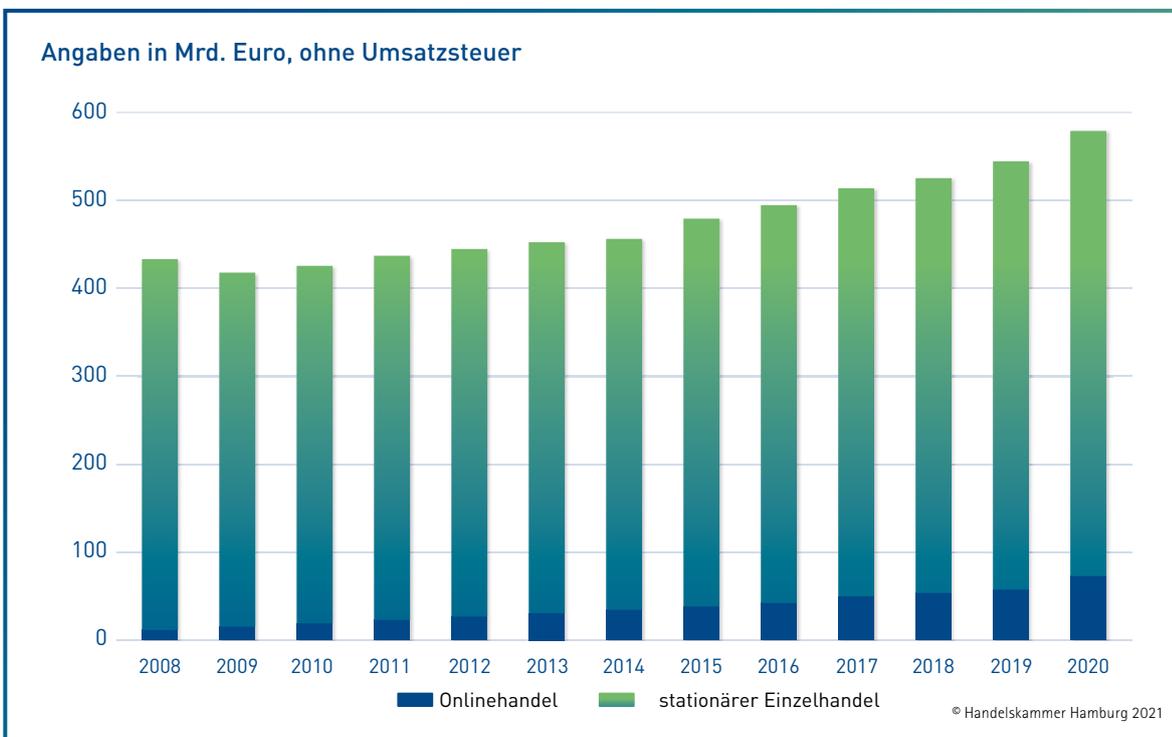
Eine wesentliche Funktion der Innenstädte des 20. Jahrhunderts war die zentrale Versorgung mit Waren des mittel- und längerfristigen Bedarfs aus ihrem Einzugsgebiet. Dies scheint heute, beschleunigt durch die Corona-Pandemie, nicht mehr zu tragen. Der Einzelhandel, d.h. der Handel zwischen Unternehmern und privaten Endverbrauchern, ist seit Jahren einem radikalen Strukturwandel unterworfen. Hier war dasselbe wie in anderen Wirtschaftsbereichen zu beobachten: Zunächst kam es im Markt zu Konzentrationsprozessen, heute ist die Situation insbesondere durch den stetig wachsenden Anteil des Online-Handels am Gesamtumsatz gekennzeichnet. Binnen zehn Jahren hat sich der Umsatz des Online-Handels von 15,6 Mrd. Euro im Jahr 2009 auf 58,5 Mrd. Euro im Jahr 2019 nahezu vervierfacht. Zwar ist im selben Zeitraum auch der stationäre Einzelhandel gewachsen, aber deutlich langsamer als der Online-Handel (um etwa 21 Prozent von ca. 403 Mrd. Euro in 2009 auf ca. 546 Mrd. Euro in 2019). Im Jahr 2020 ist der Umsatz des Online-Handels, bedingt durch die Corona-Pandemie, überproportional um rund 23 Prozent auf etwa 72 Mrd. Euro angewachsen. Der stationäre Einzelhandel konnte im selben Jahr ein Wachstum von etwa 3,6 Prozent

verzeichnen, wesentlicher Treiber war hier der stationäre Lebensmittel-Einzelhandel. Gemessen am Gesamtumsatz des Einzelhandels in Deutschland verfügt der Online-Handel noch immer über einen geringen Anteil der Gesamtumsätze. Dieser ist allerdings seit 2008 von etwa 2,9 Prozent auf etwa 12,5 Prozent im Jahr 2020 angewachsen (siehe Abbildung 1).

Stationärer Handel und Onlinehandel sind aber kein reiner Dualismus: Zunehmend ist eine Verschmelzung beider Welten zu beobachten: So haben etliche stationäre Händler sich mit Onlineshops ein zusätzliches Standbein aufgebaut, das einen zunehmend wichtigen Beitrag zum Umsatz beisteuert. Andererseits sind in den Innenstädten immer öfter Ladengeschäfte von Unternehmen und Marken zu finden, die bisher ausschließlich online zu finden waren.

Als Folge des Strukturwandels im Einzelhandel haben sich die innerstädtischen und traditionellen Einkaufsstraßen stark verändert. Große Kaufhäuser sind unter Druck geraten, inhabergeführte Geschäfte konnten dem Wettbewerb nicht mehr standhalten, eine umfassende

Abbildung 1: Impulsgeber für die Industrie in Hamburg



Quelle: IFH KÖLN; HDE; Statistisches Bundesamt; eigene Darstellung

Filialisierung in einigen Lagen hat zu einer gewissen Beliebtheit und Austauschbarkeit geführt. Immer kürzere Nutzungszyklen von Handelsimmobilien sowie einsetzende Trading-Down-Prozesse verursachen nicht nur eine Verschlechterung der Versorgung, sondern auch eine Verödung der angrenzenden öffentlichen Räume in den Innenstädten (DStGB 2020).

Insbesondere der Onlinehandel hat zu einem immer stärker steigenden Aufkommen von Paketen geführt. Zusammen mit heutigen Logistikkonzepten, die eine Belieferung oft mehrmals am Tag vorsehen, stellt die zunehmende Zahl von Sendungen gerade die Innenstädte vor einen Zielkonflikt, eine reibungslose Warenversorgung und eine hohe Aufenthaltsqualität miteinander zu verbinden.

Zusammenfassend lässt sich sagen: Aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung (nicht primäre Ursache, aber Katalysator der Veränderungen im Einzelhandel) und der durch die Corona-Pandemie insgesamt beschleunigten Umwälzungsprozesse funktioniert der Einzelhandel nicht mehr allein als attraktiver Magnet für unsere Innenstädte. (Difu 2020)

Die neuen Erfahrungen mit Home-Office-Modellen und die allgemeinen Veränderungen von Arbeitskultur und Mobilitätsverhalten könnten künftig zu einem Überangebot und Leerständen von Büroflächen in den Innenstadtlagen führen. Damit wird sich für viele Unternehmen mittel- und langfristig die Rentabilität der Unterhaltung ihrer Büros stellen. Immer mehr Unternehmen denken bereits darüber nach, ihren Mitarbeitern Co-Working-Hubs in Quartieren an der Peripherie der Metropolen oder im Umland einzurichten. Das erspart vielen Pendlern überdies längere Fahrtwege (Deutscher Städtetag 2021). Zudem verschiebt sich die Büroflächen-nachfrage von großen Flächen in klassischen Kontorhäusern zu kleinteiligeren Flächen. Gleichzeitig steigen

die Ansprüche der Nutzer an eine hochwertige Ausstattung der Büroflächen.

Daraus ergeben sich einige allgemeine Fragen: Welche zentralen Funktionen werden die Innenstädte zukünftig haben? Werden sie in einem sich auflösenden funktional gegliederten Siedlungsraum überhaupt noch eine zentrale Funktion haben können? Oder müssen die Cities selbst neue Funktionen und Qualitäten entwickeln?

Das Leitbild der Funktionstrennung sah in Hamburg nach dem Zweiten Weltkrieg vor, durch den Baustufenplan Innenstadt in der östlichen City und in großen Teilen der nördlichen Neustadt das Wohnen auszuschließen. Um die Wohnnutzung in der Hamburger Innenstadt wieder zu stärken, wurde der Baustufenplan Innenstadt 2011 geändert. Seitdem ist in vielen Bereichen der Innenstadt das Wohnen baurechtlich zulässig. Zudem gibt es inzwischen bei größeren Neubauvorhaben in der Hamburger Innenstadt, für die neues Planrecht gilt, meist einen von der Stadt geforderten Mindestanteil an Wohnungen. Damit ist es gelungen, die Wohnbevölkerung in den Stadtteilen Hamburg-Altstadt und Neustadt von 13 299 im Jahre 2009 auf 15 112 im Jahr 2019 zu erhöhen.

Auch neue kulturelle Einrichtungen haben sich seit der Jahrtausendwende in der Hamburger Innenstadt angesiedelt. Zu ihnen gehören das Bucerius Kunst Forum, das in unmittelbarer Nähe zum Rathaus vier Wechselausstellungen pro Jahr anbietet. In der HafenCity sind neben der Elbphilharmonie vor allem das Miniatur Wunderland, das Internationale Maritime Museum und das „Prototyp Automuseum“ zu nennen. Außerdem sind weitere private Einrichtungen wie das Museum der Illusionen und die von Unternehmen betriebenen Museen wie das Hachez Chocoversum und der Genussspeicher in der HafenCity dazu gekommen. Sie verbinden die Ausstellungen mit Erlebnisbereichen und der Möglichkeit, die Produkte vor Ort zu probieren und zu kaufen.

## II. Die Innenstadt der Zukunft

Der Ende 2020 verabschiedeten „Neuen Leipzig Charta“ folgend, liegt die Zukunft der Innenstädte in deren Umwandlung zu attraktiven und multifunktionalen Räumen mit einer breiten Nutzungsmischung (Bundesstiftung

Baukultur et al. 2020). Die Innenstadt der Zukunft muss aktuelle Trends und Entwicklungen sehr früh aufgreifen, um morgen attraktiv und lebenswert zu sein

### Multicodierte Stadträume und Stadtgestalter

Heute verwandelt sich das Paradigma der Funktionstrennung zunehmend in ein Grundmuster der Hybridisierung, Flexibilisierung und Diversifizierung urbaner Räume. Die Herausforderung besteht darin, die bestehenden Strukturen so weiterzuentwickeln und punktuell zu ergänzen, dass eine gemischte Nutzung von Stadträumen möglich wird. Viele innovative und kreative Ideen zu Umnutzungen, Weiterentwicklungen und nutzungsgemischten Konzepten, entstehen kommen heute von engagierten Bürgern. Sie werden zu Gestaltern des städtischen Raums und realisieren viele Projekte gemeinsam oder mit Hilfe von Crowdfunding-Modellen. (Architekturwelt 2017).



Quelle: GH-Punruh



Quelle: Airbus SE

### Neues Mobilitätsparadigma

Die Mobilität der Zukunft liegt in wachsenden Alternativen zum motorisierten Individualverkehr, der Weiterentwicklung des autonomen Fahrens, neuen Fortbewegungsmitteln (z.B. Lufttaxis) und innovativen „Letzte-Meile“-Konzepten im Lieferverkehr. Auch der sogenannten Seamless-Mobility kommt eine große Bedeutung zu. Durch die Analyse und Verknüpfung von Echtzeitdaten wird die Nutzung aller privaten und öffentlichen Mobilitätsangebote ohne Wartezeiten und unnötige Umstiege ermöglicht. Das im eigenen Besitz befindliche Fortbewegungsmittel verliert als Statussymbol zukünftig an Bedeutung. Eine pragmatische Flexibilität und eine vernetzte Hypermobilität setzen sich immer mehr durch. (Zukunftsinstitut 2021).

### Teilen und Partizipieren

Das im Internet bereits seit langem verbreitete Prinzip von Tauschen, Teilen und Partizipieren überträgt sich zunehmend auf den Stadtraum. Es entstehen Car-Sharing-Modelle, Co-Working Spaces, Urban-Gardening-Communities, Repair-Cafés uvm., die die Stadtgemeinschaft stärken und Nachbarschaften entstehen lassen. Für die urbane Gesellschaft der Zukunft ist es selbstverständlich, dass sie an den großen Herausforderungen, seien es Klimaschutz oder sozialer Zusammenhalt, beteiligt und eingebunden wird. (bpb 2018)



Quelle: istock.com

## Neue Ökologie und Regionalität

Das Umweltbewusstsein entwickelt sich weg von einer individuellen Lebenseinstellung hin zu einer gesellschaftlichen Bewegung. Das Thema Nachhaltigkeit wird zu einem Wirtschaftsfaktor. Das gilt für nahezu alle Lebens- und Wirtschaftsbereiche. Die zunehmende Fokussierung auf Achtsamkeit und Lebensqualität, der anhaltende Bio-Boom, Selbstversorgermodelle (Urban-Farming), die Rückbesinnung auf lokale Produkte und Produktionskreisläufe oder neue urbane Produktionsformen (Urban-Manufacturing) werden auch für die zukünftige Ausrichtung von Innenstädten ein wesentlicher Faktor sein. (Zukunftsinstitut 2021).



Quelle: Fridays-for-Future Deutschland



Quelle: Corinne Kutz

## Veränderung der Arbeitswelt

Die sich wandelnde Arbeitswelt wird maßgeblich durch die voranschreitende Digitalisierung, die Globalisierung, den demographischen Wandel und nicht zuletzt durch die Corona-Pandemie beeinflusst. Home-Office, Remote Work oder das Arbeiten in projektbasierten, dynamischen Teams führen zu einer besseren Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben. Klassische Werte der rationalen Leistungsgesellschaft wie feste Büroarbeitsplätze, starre Arbeitszeiten oder strenge Hierarchien treten zunehmend in den Hintergrund. Der Wandel der Arbeitswelt wird auch die Anforderungen an Stadträume verändern, „Third-Places“ bekommen eine zunehmende Bedeutung für die Gesellschaft. (Zukunftsinstitut 2021).

## Konnektivität und Digitalisierung

Das gesellschaftliche Vernetzungsprinzip wird durch die digitalen Kommunikationstechnologien grundlegend verändert. Digitale Orte, an denen Informationen zusammenlaufen, bekommen in der vernetzten Welt eine ganz neue Bedeutung. Dabei verschwimmen die Grenzen zwischen digitalen und physischen Inhalten fast vollständig. Konzepte und Trends wie die Smart City, Omnichanneling, Künstliche Intelligenz oder 3D-Druck wirken sich unmittelbar auf die Stadtgestalt, das Konsumverhalten, Dienstleistungen und Produktionsweisen aus. (Zukunftsinstitut 2021).



Quelle: iStock.com

### III. Herausforderungen für die Hamburger Innenstadt

Neben den eher allgemeinen, oben beschriebenen Veränderungsprozessen sieht sich die Hamburger Innenstadt zudem mit einigen standortspezifischen, stadträumlichen Herausforderungen konfrontiert. Als Innenstadt wird dabei im Rahmen dieses Papiers die Fläche innerhalb des Wallrings zzgl. der westlichen HafenCity und entlang des Hafens mit sehr unterschiedlichen Quartieren bzw. Bereichen definiert (siehe Abbildung 2). Die City gliedert sich in folgende Teilbereiche:

#### Östliche City

Das Zentrum des Einzelhandels der Hamburger City gliedert sich in einen östlich und einen westlich der Alster gelegenen Teil (östliche und westliche City). Die östliche City erstreckt sich vom Hauptbahnhof über die Mönckebergstraße/Spitalerstraße, den Rathausmarkt/die Bergstraße

bis zum Jungfernstieg. Sie umfasst auch die unmittelbar angrenzenden Straßenzüge und Plätze. In der östlichen City befinden sich überwiegend große Kaufhäuser, Modeketten und Einkaufspassagen mit vielfältigen Angeboten.

#### Westliche City

Bei der westlichen City handelt es sich um den Bereich des Jungfernstieges, die südlich angrenzenden Bereiche um den Neuen Wall und die Großen Bleichen und im Nordwesten um den Gänsemarkt und die Colonnaden bis zur Esplanade. Vor allem im Bereich Neuer Wall/Große Bleichen befinden sich eine Vielzahl von Einzelhandelsgeschäften aus dem Luxussegment und sogenannte Flagshipstores. Die westliche City verfügt allerdings auch über viele kleinere, inhabergeführte und spezialisierte Fachgeschäfte.

Abbildung 2: Abgrenzung der Hamburger Innenstadt



© Handelskammer Hamburg 2021

## Kontorhausviertel



Kontorhausviertel Burchardplatz, Quelle: moka-studio/BSW

Das Kontorhausviertel mit seinen markanten Gebäuden des Backsteinexpressionismus (seit 2015 UNESCO-Weltkulturerbe) liegt im östlichen Bereich der Innenstadt zwischen Steinstraße und Willy-Brandt-Straße. Außer einer kleineren „Wohninsel“ zwischen Steinstraße und Burchardplatz sowie Büros, Dienstleistungsbetrieben und spezialisierten Einzelhandelsgeschäften befinden sich dort zahlreiche Gastronomiebetriebe. Mit dem Burchardplatz verfügt das Kontorhausviertel über einen zentralen Ort mit großem Potenzial für eine intensivere Nutzung. Derzeit findet dort einmal wöchentlich ein Wochenmarkt statt.

## Südliche Altstadt

Die südliche Altstadt verläuft vom Rathausmarkt in südlicher Richtung über den Hopfenmarkt, das Nikolaifleet, den Bereich um St. Katharinen bis zum Zollkanal. In Ost-West-Richtung reicht der Bereich der südlichen Altstadt vom Meßberg bis zum Rödingsmarkt. In der südlichen Altstadt sind neben spezialisiertem Facheinzelhandel und einigen von Wohnnutzung geprägten Bereichen viele gastronomische Angebote, insbesondere im Rathausquartier vorhanden, die im Wesentlichen günstige Angebote für den Mittagstisch anbieten und auf die hohe Anzahl der Beschäftigten im Umfeld abzielen. Mit dem Neubau von etwa 130 Wohnungen im Katharinenquartier und weiteren Wohnungen auf der sogenannten Cremoninsel ist in den letzten Jahren die Wohnnutzung in der südlichen Altstadt verstärkt worden. Auf der Fläche eines Parkhauses in der Neuen Gröningerstraße sollen durch dessen Umbau in den nächsten Jahren etwa 70 Wohnungen sowie Räume für Kultur und Bildung, Kleingewerbe, Gastronomie und Co-Working-Spaces entstehen.

## Speicherstadt

Zwischen Baumwall und Oberhafen befindet sich mit der Hamburger Speicherstadt der weltgrößte historische Lagerhauskomplex. Sie entstand zwischen 1883 und 1927 und zählt zusammen mit dem Kontorhausviertel seit 2015 zum UNESCO-Weltkulturerbe. Ehemals diente die Speicherstadt den Hamburger Kaufleuten zur zollfreien Lagerung, Veredelung und Verarbeitung von Importgütern (z. B. Tee, Kaffee, Gewürze). Mit der Umstellung des Überseehandels von Stückgut auf Container verlor die Speicherstadt ihre Bedeutung und wurde 2004 aus dem Freihafengebiet (Zollgrenze) entlassen. Heute befinden sich in der Speicherstadt diverse touristische Attraktionen (Museen, Miniatur Wunderland, Hamburg Dungeon), Teppichhändler, Agenturen und die Hafenbehörde Hamburg Port Authority (HPA).

## Westliche HafenCity

Grundlage für die HafenCity ist der im Jahr 2000 von der Hamburgischen Bürgerschaft verabschiedete Masterplan. Er ist auf der Basis eines städtebaulichen Wettbewerbs im Jahr 1998 entstanden und sieht die schrittweise Verlagerung von Hafenbetrieben und die Umwandlung des innerstädtischen Hafensandes zu einer Erweiterung der Innenstadt bis zum Jahr 2025 vor. Zwischen 2008 und 2010 wurde dieser Masterplan überarbeitet, an inzwischen veränderte Rahmenbedingungen angepasst und als Masterplanüberarbeitung vom Senat 2010 beschlossen. In der westlichen HafenCity sind rund um den Sandtorhafen, Grasbrookhafen, Magdeburger Hafen und den Brooktorhafen überwiegend Nutzungsgemischte Quartiere (Wohnen, Arbeiten, Freizeit) mit touristischen Attraktionen wie der Elbphilharmonie und diversen Museen (z. B. Maritimes Museum) entstanden. Bis Ende 2023 sollen im südlichen Überseequartier neben Wohnungen, Büroflächen, Hotels und dem Kreuzfahrtterminal auch etwa 100.000 m<sup>2</sup> Flächen für Einzelhandel, Gastronomie, Kultur und Unterhaltung geschaffen werden. Damit wird die Struktur der heute bipolar organisierten Verteilung des Einzelhandels in der Hamburger City erheblich verändert. Statt sich wie bisher auf einen östlichen und westlichen Teil zu konzentrieren, entwickelt sich mit dem Überseequartier künftig ein dritter südlicher Pol.

## Nördliche & Südliche Neustadt

Westlich des Alsterlaufs (Alsterfleet/Bleichenfleet/Herrengrabenfleet) liegt das Quartier Neustadt, welches sich in einen nördlichen Bereich rund um den Großneumarkt bis zum Johannes-Brahms-Platz und in einen südlichen Bereich rund um St. Michaelis und bis an den Hafenanrand unterteilt. Getrennt werden die beiden Bereiche durch die Ludwig-Erhard-Straße. Im südlichsten Bereich direkt am Hafenanrand, auch Portugiesenviertel genannt, befinden sich zahlreiche Gastronomiebetriebe (insbesondere portugiesische und spanische Restaurants) und Wohnungen in überwiegend gründerzeitlichen Gebäuden.

In der nördlichen Neustadt wurde während der NS-Zeit nach dem flächenhaften Abriss des Gängeviertels in größerem Umfang Wohnungsbau betrieben. Die Wohnnutzung dominiert sowohl in der südlichen als auch in der nördlichen Neustadt. Ergänzt wird sie von Bürohäusern, die meist am Rande liegen, zahlreichen kleineren Geschäften, Galerien und Gastronomiebetrieben, sowie Bildungs- und Kinderbetreuungseinrichtungen.

## Einkaufscity und Hafencity



HafenCity, Sandtorhafen, Quelle: Mediaserver Hamburg/H.Hackbarth

Die Hamburger Innenstadt besteht aus einer Vielzahl sehr unterschiedlicher Quartiere und Bereiche mit einer diversifizierten Nutzungsstruktur. Im Kernbereich der Innenstadt, der Einkaufscity (östliche und westliche City) wurde in den vergangenen Jahrzehnten ein sehr starker Fokus auf das Einkaufen und die Büronutzung als Kernfunktionen gelegt. Andere Funktionen fanden weni-

ger Berücksichtigung oder gerieten lange Zeit immer weiter ins Hintertreffen. Gerade dieser Bereich ist es, der die zukünftige Transformation der Innenstadt vor besondere Herausforderungen stellt. Hinzu kommt, dass die Hamburger City aufgrund der polyzentralen Struktur Hamburgs mit starken Hauptzentren in den Bezirken, im Vergleich mit anderen Großstädten einen relativ geringen Anteil am Einzelhandelsumsatz der Gesamtstadt aufweist.

Mit der seit der Jahrtausendwende entstandenen westlichen HafenCity hat sich die Hamburger Innenstadt um die neu entstandenen Bereiche erweitert. Der östlichen und westlichen City ist dabei durch neue Flächen für Büronutzung und Einzelhandel Konkurrenz erwachsen. Andererseits sind insbesondere in der östlichen HafenCity viele neue Wohnungen in unmittelbarer Nähe zur Innenstadt entstanden. Deren Bewohner sind zusätzliche Nutzer der Angebote der City. Städtebaulich existiert in der akribisch geplante HafenCity in vielen Bereichen bereits heute eine zukunftsfähige Nutzungsmischung. Der neue Stadtteil verfügt über attraktive Freiflächen, Spielplätze und attraktive öffentliche Orte und wirkt dadurch für viele Besucher und gerade für junge Familien zeitgemäßer und spannender als die klassischen Innenstadtlagen.

## Besuchsanlässe

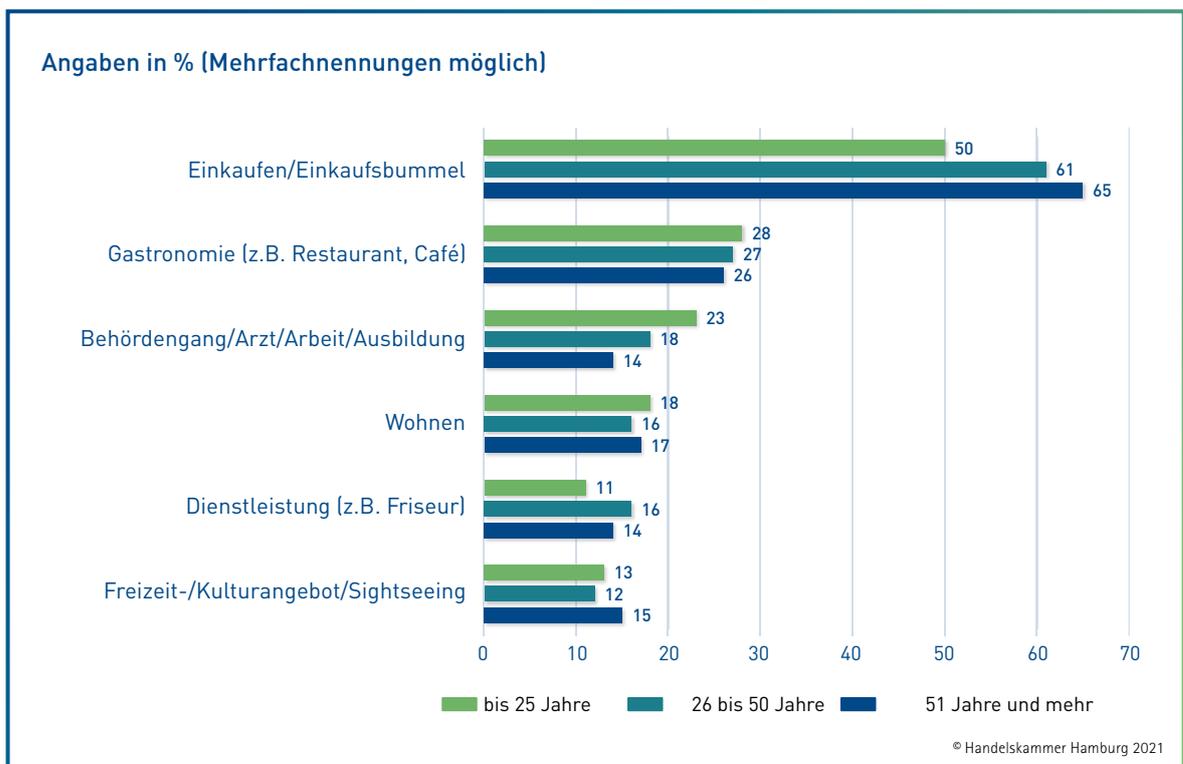
In seiner jüngst veröffentlichten Studie „Vitale Innenstädte 2020“ hat das Institut für Handelsforschung Köln (IFH) im September und Oktober 2020 in 109 deutschen Städten eine Passantenbefragung durchgeführt. Dabei wurde auch der primäre Anlass für den Besuch der jeweiligen Innenstadt abgefragt (siehe Abbildung 3). Bei einer Beteiligung von knapp 58 000 Passanten (Mehrfachnennungen waren möglich), zeigte sich: Das Einkaufen/der Einkaufsbummel ist noch immer der primäre Besuchsanlass. So gaben 65 % der über 50-Jährigen und 61 % der 26-50-Jährigen an, vor allem zum Einkaufen die Innenstadt aufzusuchen. Bei den jüngeren Menschen unter 25 Jahren lag dieser Wert mit 50 % dagegen deutlich darunter. Dabei bestand bei den Ergebnissen kein signifikanter Unterschied zwischen Großstädten bzw. Klein- und Mittelstädten. (IFH 2021)

Die Resultate der Befragung lassen den Schluss zu: Auch die Hamburger Innenstadt muss besonders für die jüngere Zielgruppe attraktiver werden, um zukünftig alle Generationen und sozialen Schichten gleichermaßen anzuziehen und Besuchsanlässe zu schaffen. Das könnte in erster Linie durch die Anpassung der Angebote an das sich verändernde Einkaufsverhalten jüngerer Konsumenten gelingen. Denn diese Zielgruppe schätzt beispielsweise ein höheres Maß an digitalen Unterstützungs- und Begleitangeboten im Rahmen des Kaufprozesses, während ältere Kunden eher persönliche Kundenbetreuung, Verfügbarkeit der Produkte und attraktive Werbeaktionen vorziehen (ZDE 2020). Auch die

Bedürfnisse von jüngeren Familien müssen in der Entwicklung der Innenstadt künftig eine noch größere Rolle spielen.

Darüber hinaus muss sich die Hamburger Innenstadt auch an die veränderten Rahmenbedingungen der Arbeits- und Lebenswelt anpassen. Zunehmend verflochten sich Wohnen, Arbeiten, die Versorgung und Freizeitgestaltung und damit das berufliche, soziale und private Leben. Das ideale (Innenstadt-)Quartier müsste dementsprechend räumlich und zeitlich maximale Flexibilität und eine Befriedigung der Bedürfnisse über 24 Stunden hinaus gewährleisten.

Abbildung 3: primärer Besuchsanlass der Innenstadt



Quelle: IFH KÖLN; eigene Darstellung

## IV. SWOT-Analyse

Mittels einer SWOT-Analyse werden die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der Hamburger Innenstadt zusammengefasst und aufgezeigt (siehe auch Abbildung 4). Diese bildet die zentrale Basis, auf der Ziele und Handlungsfelder für die Innenstadt ausgearbeitet werden.

### Stärken

Die Stärken der Hamburger Innenstadt sind vielfältig und sehr ähnlich denen vergleichbarer Metropolen. So ist die Hamburger Innenstadt ein touristischer Magnet und der bedeutendste Hotelstandort Hamburgs. Sie verfügt über ein großes und überregionales Kulturangebot und ein breites und teilweise spezialisiertes Einzelhandelsangebot. Die sehr gute Erschließung, insbesondere mit dem

ÖPNV, macht sie für Besucherinnen und Besucher einfach erreichbar und auch innerhalb der Hamburger Innenstadt sind durch ihre Kompaktheit die Voraussetzungen für kurze (fußläufige) Wegeverbindungen gegeben. Einen besonderen Reiz der Hamburger Innenstadt macht ihre Historie aus, hier lässt sich für Besucherinnen und Besucher die vielfältige hanseatische Geschichte und mit dem Kontorhausviertel und der Speicherstadt ein UNESCO-Weltkulturerbe erleben. Bei zahlreichen Hamburgerinnen und Hamburgern löst sie ein Heimatgefühl und ein hohes Maß an Identifikation aus. Die Verbundenheit und Identifikation vieler Hamburgerinnen und Hamburger mit ihrer Innenstadt ist eine weitere Stärke, die sich auch in dem hohen Maß von privatem Engagement (beispielsweise in den Business Improvement Districts) widerspiegelt.

Abbildung 4: SWOT-Analyse zur Hamburger Innenstadt



## Schwächen



fehlende Aufenthaltsqualität, Quelle: Ariane Gramelspacher

Das Einzelhandelsangebot der Hamburger Innenstadt gleicht in vielen Lagen dem in anderen Städten und Metropolen, aber auch dem Angebot in den Hamburger Bezirkszentren. Durch die starke Dominanz von Einzelhandel und Büronutzungen ist insbesondere die fehlende Belebung der Hamburger Innenstadt nach Laden- und Büroschluss eine echte Schwäche. Die dennoch vorhandenen unterschiedlichen Nutzungen sind dagegen schlecht verknüpft und können sich so nicht gut ergänzen. Die fehlende Verknüpfung der einzelnen Innenstadtbereiche wird von der Zerschneidung durch Verkehrsachsen (z. B. Willy-Brandt-Straße, Gleisstroß Hauptbahnhof, Wallring etc.) noch verstärkt. Attraktive Wegeverbindungen beispielsweise zwischen St. Georg und der Mönckebergstraße aber auch zur HafenCity oder den Wallanlagen sind kaum vorhanden und führen zu gefühlten langen Wegen innerhalb der Innenstadt. Außerdem bestehen Konflikte zwischen verschiedenen Verkehrsträgern (z. B. auf der Mönckebergstraße und dem Jungfernstieg). Für Touristinnen und Touristen sind zeitgemäße großräumige Orientierungssysteme für die gesamte Innenstadt nicht vorhanden. Viele Wasserflächen werden nur unzureichend genutzt (z. B. Nikolaifleet, Zollkanal, Binnenalster) und die Gestaltung öffentlicher Räume und Plätze lässt vielfach Aufenthaltsqualität vermissen und ist insbesondere unter klimatischen Gesichtspunkten (Kühlungsfunktion im Sommer durch Begrünung) verbesserungswürdig. Auch die Belebung von Plätzen durch deren dauerhafte Bespielung gelingt nur selten. Der Hauptbahnhof mit seinem gesamten Umfeld als dem zentralen Ankunftsort Hamburgs ist keine attraktive Visitenkarte für die Innenstadt und die Gesamtstadt. Nicht zuletzt mangelt es in der Innenstadt an niedrigschwelligem Orten, die als Foren und sogenannte Third Places für die Hamburger Stadtgesellschaft fungieren können.

## Chancen

Die vermehrte Einbindung und Nutzung der Wasserflächen insbesondere von Binnen- und Außenalster und der Innenstadtfleete sind ein großes Potenzial der Hamburger Innenstadt. Die Außenalster verbindet drei Bezirke und ermöglicht gute grenzüberschreitende Zusammenarbeit. Die hohe Identifikation vieler Hamburgerinnen und Hamburger mit ihrer Innenstadt ist eine große Chance, deren Potenzial noch konsequenter genutzt und auf alle Bevölkerungsgruppen ausgedehnt werden muss. Die vielen vorhandenen Netzwerke und privaten Initiativen können gemeinsam eine große Dynamik entfalten und Veränderungen anregen und aktiv begleiten. So entstehen neue und kreative Nutzungskonzepte (z. B. Genossenschaft Gröninger Hof), die auch durch möglicherweise sinkende Immobilienpreise und durch einen Fokus auf diese Nutzungskonzepte bei städtischen Vergaben begünstigt werden. Durch ein gezieltes Management kann die Diversität von Angeboten und damit Attraktivität langfristig gesichert werden. Der Fokus der Politik auf die Hamburger Innenstadt (aktueller Koalitionsvertrag) bietet die Chance zu einer nachhaltigen Veränderung, die wiederum auch als Muster für andere Quartiere funktionieren kann. Die vorhandenen städtebaulichen Potenziale (z. B. auf Stadtplätzen) können durch attraktive Randnutzungen (Gastronomie etc.) gehoben werden. Durch den konsequenten barrierefreien Ausbau des ÖPNV und die gute Anbindung in alle Stadtteile Hamburgs, kann die Innenstadt auch langfristig als Destination für alle attraktiv bleiben. Die Integration und die gute Verbindung der Stadtentwicklungsgebiete im Hafenschaff die Möglichkeit, dort entstehende Attraktionen in Verbindung mit der Innenstadt zu einem Gesamterlebnis zu verknüpfen.

## Risiken

Eine Fokussierung auf einzelne Nutzungen bei der Entwicklung neuer Konzepte für die Hamburger Innenstadt sollte nicht erfolgen. Reine Wohnnutzungen beleben die Quartiere ebenso wenig wie uninspirierte Gastronomiekonzepte und die Förderung der „To-Go-Mentalität“. Ein zunehmender Leerstand im Einzelhandel und damit verbundene Trading-Down-Effekte gilt es unbedingt zu verhindern. Einer Verödung und dem Verlust von Attraktivität und damit Beliebbarkeit und Austauschbarkeit muss entgegengetreten werden. Andererseits setzen Aufwertungsprozesse auch die Preisspirale bei den Immobilien-

preisen nach oben wieder in Gang. Hier ist sorgsam abzuwägen. Interessensgeleitete Einzelaktionen und ein starkes Festhalten am Status quo hemmen Innovationen und verhindern urbane Transformation. Interessengemeinschaften und andere Initiativen verlieren ihren Gestaltungsspielraum aufgrund geringerer Einnahmen. Eine langfristig erwartbare Abnahme von Bürobeschäftigten

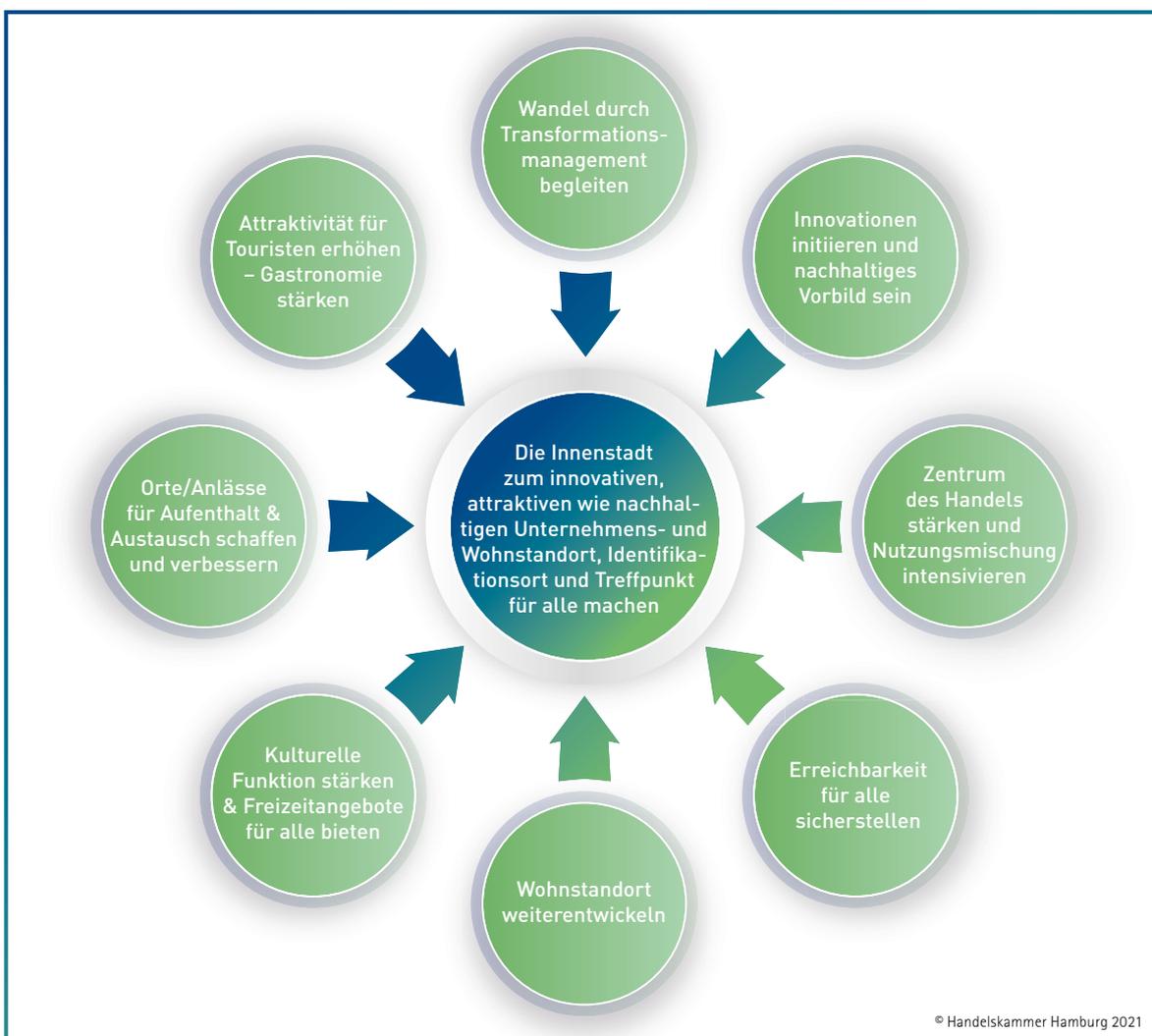
durch die vermehrte Nutzung von Homeoffice stellt die Innenstadt vor weitere Herausforderungen. Die Doppelstrukturen in der Zuständigkeit von Bezirk Hamburg-Mitte und dem Senat mit den jeweiligen Fachressorts sind ein potenzielles Hemmnis für eine dringend notwendige integrierte und schnelle Transformation der Hamburger Innenstadt.

### V. Zielbild, Handlungsfelder und Maßnahmen

Grundlegendes Ziel der Hamburger Wirtschaft für die Hamburger Innenstadt ist es, diese als attraktiven zentralen Unternehmensstandort, Identifikationsort und Treffpunkt aller Hamburgerinnen und Hamburger vom Single bis zur Großfamilie und für alle Altersgruppen von Kindern über Jugendliche und Erwachsene bis hin zu

Senioren zu machen und zum Magnet für Touristinnen und Touristen zu entwickeln. Um dieses Hauptziel herum wurden über eine breite Diskussion in den Gremien der Handelskammer acht Unterziele identifiziert, die zugleich die Handlungsfelder der konkret zu ergreifenden Maßnahmen benennen (siehe Abbildung 5).

Abbildung 5: Zielbild zur Weiterentwicklung der Hamburger Innenstadt



## Zentrum des Handels stärken und Nutzungsmischung intensivieren

Insbesondere die zentralen Einzelhandelslagen entlang von Mönckebergstraße/Spitalerstraße, dem Jungfernstieg und den Bereichen um den Neuen Wall und den Gänsemarkt haben eine lange Tradition und sind das Aushängeschild des Handels in der Hamburger Innenstadt. Sie auch langfristig attraktiv und vielfältig zu halten, muss Ziel jeglicher Innenstadtentwicklungen sein.

Die Standardisierung und Gleichförmigkeit von Einkaufslagen hat zu einem Attraktivitätsverlust geführt. Insbesondere im Textilbereich oder bei der Unterhaltungselektronik hat sich der Konsum zu einem bedeutenden Anteil in den digitalen Bereich verlagert. Eigentümer von leerstehenden Flächen können nicht mehr mit Nachmietern aus dem gleichen Segment rechnen. Die jahrzehntelang gängige Praxis, nämlich Handel mit Handel zu ersetzen, ist nicht mehr erfolgsversprechend. Innovative Handelskonzepte haben andere Flächenanforderungen und sind darüber hinaus nicht in der Lage und nicht bereit die in der Innenstadt bisher aufgerufenen Mietpreise zu zahlen. Von Vermieterseite bedarf es hier einer Bereitschaft zu einem höheren Maß an Preiselastizität, um eine Nutzungsmischung zu ermöglichen.

Die räumliche Trennung von Einkaufen, Arbeiten, Dienstleistungen, Wohnen, Produktion und Freizeitgestaltung muss überwunden werden, um der Innenstadt eine neue Funktion zu geben. Die Umsetzung einer gemischt genutzten Innenstadt ist praktisch eine große Herausforderung denn unterschiedliche Nutzungen haben auch immer spezifische Anforderungen an Raumkonzepte, an den öffentlichen Raum, an Emissionsschutz, an die verkehrliche Erreichbarkeit und vieles mehr. Hier bedarf es der Entwicklung von passgenauen Konzepten für die einzelnen Innenstadtquartiere, die in Abstimmung mit den jeweiligen Nutzerinnen und Nutzern, den Immobilieneigentümern sowie mit Politik und Verwaltung entwickelt werden müssen.

Zur Entwicklung und Sicherstellung Nutzungsgemischter Quartiere bedarf es neuer Modelle innerhalb der Quartiere. Ein professionelles Flächenmanagement in Verbindung mit einem gemeinsamen Mietenpool kann für attraktive Nutzungsmischungen sorgen. So können auch weniger renditestarke Nutzungen wie kulturelle Einrichtungen, urbanes Handwerk und urbane Produktion oder experimentelle und temporäre Geschäftsmodelle in den Innenstadtquartieren realisiert werden. Hierbei ist auch eine stärkere Einbeziehung der Wirtschaftsförderung unabdingbar. Diese muss sowohl im Rahmen der Ansiedlungspolitik als auch bei der Beratung von Unternehmen eine aktivere Rolle spielen.

Um den Kunden ein attraktives Einkaufserlebnis in der Hamburger Innenstadt zu bieten, müssen stationärer Einzelhandel und Onlinehandel zu neuen, serviceorientierten Angeboten verschmelzen und im Rahmen von Multi- und Omnichannelkonzepten die Stärken beider Handelswelten miteinander kombinieren. Hierzu sind Beratungs- und Förderangebote wichtig, die insbesondere inhabergeführte stationäre Einzelhändler bei der Umsetzung entsprechender Konzepte unterstützen. Aber auch physische Läden, in denen sich erfolgreiche Onlinehändler temporär oder dauerhaft den Kunden vor Ort präsentieren, können neue Kunden in die Geschäftsstraßen der Hamburger Innenstadt bringen.

Insbesondere hinsichtlich der Warenverfügbarkeit in den Geschäften muss der stationäre Einzelhandel gestärkt werden. Um das im Onlinehandel gängige Versprechen des Wareneinsatzes noch am Tag der Bestellung (Same-Day-Delivery) auch im stationären Einzelhandel einzulösen müssen die logistischen Voraussetzungen geschaffen werden, Ware, die temporär im Geschäft nicht verfügbar ist, innerhalb weniger Stunden nach Online-Vorbestellung durch den Kunden im Geschäft zum An- und Ausprobieren bereitzustellen. Neben komplett digitalisierten Warenwirtschaftssystemen, die den Warenbestand online in Echtzeit abbilden, erfordert dies durchdachte Konzepte, durch die negative verkehrliche Auswirkungen der Zustellverkehre minimiert werden.

In oder unmittelbar angrenzend an die Hamburger Innenstadt müssen Flächen für citynahe Logistikhubs und Mikrodepots bereitgestellt werden, aus denen die Ware kurzfristig vorzugsweise mit Lastenrädern, autonomen Paketrobotern oder anderen Verkehrsmitteln, die weitgehend frei von lokalen Emissionen sind, ausgeliefert werden können. Für solche Logistikflächen kommen insbesondere die innerstädtischen Parkhäuser der städtischen Sprinkenhof AG (z. B. an den Standorten Rödingsmarkt und Große Reichenstraße) in Frage. Mit der zunehmenden Verbreitung von Carsharing-Diensten und On-Demand-Services für die individuelle Mobilität erlaubt es die künftig absehbar sinkende Nachfrage nach Stellplatzflächen für private Pkw, in diesen Parkhäusern einzelne Etagen (vorzugsweise im Erdgeschoss) für Mikrodepots und Flächen für die Last-Mile-Logistik bereitzustellen. Die Flächen müssen dabei anbieterneutral allen Nutzern aus Handel und Logistik zu einheitlichen Konditionen zur Verfügung stehen (White-Label-Lösung).

Solche Logistikflächen können auch die Zustellung von getätigten Einkäufen zu einem Wunschtermin durch ei-

nen Lieferdienst an die Wunschadresse des Kunden erleichtern. Besucher der Innenstadt können so, ohne ihre Einkäufe zu schleppen ihren Innenstadtbesuch fortsetzen. Die Lieferung von Einkäufen im stationären Handel ist nicht nur ein bequemer Service, sondern trägt dazu bei, die Aufenthaltsdauer in der Innenstadt zu verlängern und den Einkauf mit dem Besuch von Cafés, Restaurants oder kulturellen Einrichtungen zu verbinden. Außerdem kann ein solcher Lieferservice dazu beitragen, die Nutzung des ÖPNV oder des Fahrrads für den Innenstadtbesuch zu fördern, wenn der umständliche Transport der Einkäufe entfällt.

### Maßnahmen und Handlungsansätze

- Mietenpools zur Quersubventionierung renditeschwacher, aber für den Nutzungsmix wichtiger Nutzungen etablieren. Hierzu ist Beratung und Bereitschaft der Immobilienbesitzerinnen und Immobilienbesitzer notwendig.
- Wirtschaftliche Ausgleichsmechanismen etablieren, um renditeschwächere, aber bereichernde Nutzungskonzepte zu ermöglichen (z. B. Vergünstigungen und Abschreibungsmöglichkeiten für Vermieterinnen und Vermieter, die bereit sind ihre Immobilien an weniger zahlungskräftige Mieterinnen und Mieter zu vermieten).
- Großflächige Leerstände durch aktives Leerstandsmanagement verhindern, beispielsweise mittels Pop-Up-Stores, Pop-Up-Galerien oder der Nutzung durch universitäre Einrichtungen (als „Schaufenster der Wissenschaft“ oder temporäre Seminarräume) in Zusammenarbeit mit Kunst-, Kultur,- und Bildungsinstitutionen.
- Professionellen Managements zur Steuerung des Nutzungsmixes und zum Leerstandsmanagement einsetzen (ggf. auch quartiersbezogen aber in enger Abstimmung mit Gesamtmanagement).<sup>1</sup>
- Flächen für experimentelle Konzepte im Einzelhandel bereitstellen mit der Möglichkeit bei erfolgreichem Marktstart permanente Verkaufsflächen anzumieten.
- Einzelhandelsflächen für experimentelle Konzepte im Einzelhandel bereitstellen.
- Bei der Standortsuche von Unternehmen sollte die Wirtschaftsförderung immer auch die Innenstadt in den Blick nehmen und geeignete Standorte auf Basis von Marktanalysen und Zielgruppenprofilen identifizieren.
- Neue gemischte Nutzungskonzepte entwickeln, insbesondere für die beiden Immobilien am Eingang der Mönckebergstraße (ehemals Karstadt Sport und Galeria Kaufhof).
- Unterschiedlicher Nutzungsarten durchmischen und Heterogenität im Rahmen von Grundstücksausschreibungen und Umbaugenehmigungen regelhaft berücksichtigen.
- Urbane Produktionen, z. B. kleinteilige Manufakturen in den Bereichen Lebensmittelherstellung oder Handwerk neu ansiedeln und integrieren.
- Markthallenkonzept als Frequenzbringer in einem zentralen Bereich wie beispielsweise der Mönckebergstraße umsetzen.
- Wettbewerbsfähigkeit des stationären Handels stärken.
- Strategie entwickeln, um Fachgeschäfte für den Standort Innenstadt zurückzugewinnen.
- Rückbau- oder Nachverdichtungsoptionen prüfen, um Freiraumqualitäten oder Nutzungsmischung zu ermöglichen.
- Beratungs- und Förderangebote bereitstellen, um die Integration von stationärem Einzelhandel und Onlinehandel zu ermöglichen.
- Anbieterneutrale Logistikflächen vorzugsweise in Parkhäusern für die Bereitstellung von Waren im stationären Einzelhandel nach dem Same-Day-Prinzip bereitstellen und die verkehrlichen Auswirkungen durch den Einsatz von emissionsfreien Zustelllösungen wie Lastenräder oder autonome Paketroboter minimieren.
- Unbeschwertes Einkaufen in Verbindung mit dem Besuch von Cafés, Restaurants und Kultureinrichtungen durch Lieferservice für Einkäufe an die Wunschadresse zum Wunschtermin ermöglichen.
- Sonntagsöffnungsverbot befristet aussetzen (beispielsweise für 12 Monate). Erlass/Reduktion Mehrwertsteuer für stationären Einzelhandel (Vorteil gegenüber Onlinehandel).

### Wichtige Projekte

#### Leerstandsmanagement

Ein aktives und professionelles Leerstandsmanagement, über welches beispielsweise die Stadt Wien (durch die Wirtschaftskammer Wien betrieben) verfügt, erfasst einmalig alle Flächen der Innenstadt mit spezifischen Merkmalen (Lage, Erreichbarkeit, Flächengrößen/-qualitäten etc.) in einer webbasierten Datenbank und ist damit in der Lage schnellstmöglich Leerständen entgegenzuwirken und zu einem Nutzungsmix beizutragen. Neben der Vermittlung zwischen Anbieterseite (Eigentümerinnen und Eigentümer von Immobilien) und Nachfragerseite (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen etc.), dient ein solches System dem Monitoring/der Standortbeobachtung und kann damit die Immobilienwirtschaft unterstützen ihr Angebot anzupassen und Politik/Verwaltung in die Lage versetzen, frühzeitiger steuernd einzugreifen. Darüber hinaus kann das Leerstandsmanagement temporäre Nutzungen wie beispielsweise durch Pop-Up-Stores/Pop-Up-Galerien oder durch Bildungseinrichtungen vermitteln und damit die Bespielung von Leerständen bis zur Neubelegung sicherstellen.

<sup>1</sup> Ein Unternehmen hat darauf verwiesen, dass mit den Business Improvement Districts bereits leistungsfähige Organisationen bestehen, die diese Aufgaben in ihrem jeweiligen Gebiet übernehmen könnten.

### Design am Rödingsmarkt

Lokale junge Designer, kleine Labels und handgefertigte Designprodukte sind kennzeichnend für Designmärkte, die zunehmend in Metropolen aus ehemals etwas in Vergessenheit geratenen Orten wieder Hotspots von Kreativität und Erlebnis werden lassen. Hier stehen meist die Designer selbst hinter den Verkaufsständen, die in bester Pop-Up-Manier auch nur für einen begrenzten Zeitraum angemietet werden können und verleihen ihren Produkten eine Persönlichkeit. Zusätzlich mit kulinarischen Angeboten, Drinks und Beleuchtung/Musik entsteht auf diesen Designmärkten oftmals schnell eine Festivalatmosphäre. Die Straße Rödingsmarkt eignet sich insbesondere im Bereich unter der Hochbahnbrücke dazu, einen solchen Designmarkt zu etablieren. Beispielsweise mit Teilen von Seecontainern könnten hier nach Auflösung der Parkplätze feste Stände und eine Design-Meile errichtet werden. In Verbindung mit dem technischen Bauwerk Hochbahnbrücke würde ein Umfeld geschaffen, in dem sich ein Designmarkt schnell zu einem Anziehungspunkt innerhalb der Hamburger Innenstadt entwickeln kann.

### Markthalle

Bereits seit dem Ende des 19. Jahrhunderts gibt es die Markthalle, in der Güter des täglichen Bedarfs witterungsunabhängig angeboten werden. Eine Zeitlang in Vergessenheit geraten, entspricht die Markthalle heute wieder dem Trend regionale Lebensmittel direkt vom Erzeuger und damit ohne lange Transportwege zu kaufen. Das Einkaufen wird in diesen Markthallen zum Aufenthalt und Erlebnis und das Angebot wird nicht selten durch Gastronomie, kleine Veranstaltungen (Kochkurse, Tastings etc.) ergänzt. Der Hamburger Innenstadt könnte eine solche Markthalle zusätzliche Frequenz und eine Angebotsergänzung bringen, die nicht nur einheimische, sondern auch Touristen anzieht. Die Immobile von GALERIA Karstadt Kaufhof an der Mönckebergstraße würde sich nach einem Umbau (Untergeschoss, Erdgeschoss und 1. OG) für eine solche Markthalle eignen und könnte zu einem neuen Publikumsmagnet am Eingang der Mönckebergstraße werden.



Best Practice: Markthalle Berlin-Tegel, Quelle: HGHI Holding GmbH

### Erreichbarkeit für alle sicherstellen

Die Erreichbarkeit eines innerstädtischen Standortes ist von elementarer Bedeutung. Deshalb ist sicherzustellen, dass die Hamburger Innenstadt auch zukünftig mit allen Verkehrsträgern gleichermaßen schnell, bequem wie ressourcenschonend erreichbar ist. Mögliche Anpassungen an sich veränderndes Mobilitätsverhalten müssen dabei einer langfristigen Strategie folgen, um Akzeptanz und Verlässlichkeit zu generieren.

Auch die Zukunft der Mobilität in der Innenstadt müssen wir schon heute mitdenken. In Zukunft wird es darum gehen, eine bequeme, schnelle und klimaneutrale Erreichbarkeit der Innenstadt sicher zu stellen. Die E- und Wasserstoffmobilität wird dabei genauso eine Rolle spielen, wie neue, heute kaum vorstellbare Verkehrsmittel (z. B. autonome Busse und Lufttaxis). Dies bietet Chancen auf neue Freiräume, Nutzungen und Qualitäten, etwa auch indem oberirdische Parkplätze noch viel stärker als bisher in unterirdische Parkhäuser und Quartiersgaragen verlagert werden. Auch das riesige noch schlummernde Potenzial, um die Warenlogistik der Innenstadt effizienter und weniger störend zu organisieren, wird aktiviert werden können.

Die Hamburger Innenstadt benötigt schon heute ein übergeordnetes Verkehrskonzept für die Zukunft, das sowohl den aktuellen Herausforderungen gerecht wird aber auch zukünftige Entwicklungen wie autonomes Fahren, Optimierungen in der Belieferung (Letzte Meile), Elektromobilität, zunehmenden Rad- und Fußgängerverkehr, die vermehrte Nutzung des ÖPNV etc. mitdenkt und die verkehrsinfrastrukturellen Voraussetzungen dazu bereits heute anstößt und entsprechend anpasst.

### Maßnahmen und Handlungsansätze

- Übergeordnetes Verkehrskonzepts für die Hamburger Innenstadt unter (gleichberechtigter) Berücksichtigung aller Verkehrsträger aufstellen.
- Erreichbarkeit der Hamburger Innenstadt durch alle Verkehrsträger sicherstellen: Belange des fließenden und ruhenden Verkehrs mit allen Verkehrsmitteln (Autos, Fahrräder, E-Bikes, E-Scooter) und von Fußgängern ausgleichend berücksichtigen und mit einer hohen Aufenthaltsqualität verbinden. Bereiche, die für eine weitere Verkehrsberuhigung geeignet sind, ohne die Erreichbarkeit für Beschäftigte, Kunden und Lieferanten einzuschränken, sollten im Konsens festgelegt werden.<sup>2</sup>
- Wegebeziehungen gestalterisch und funktional verbessern (insbesondere in die HafenCity, im Bereich öst-

<sup>2</sup> Im Rahmen der Diskussion des Standpunktes hat sich eine Minderheit der Unternehmen dafür ausgesprochen, den Anteil der Besucher, die die Innenstadt mit dem Pkw aufsuchen, durch eine Reduzierung der verfügbaren Pkw-Stellplätze zu begrenzen und im Gegenzug die Zahl der Abstellmöglichkeiten für Fahrräder stark auszuweiten.

- licher Wallring und in die westlichen Wallanlagen).
- Fußgängerleitsystems verbessern und ausbauen.
  - Smartes Verkehrsleitsystem etablieren unter Berücksichtigung aller Verkehrsträger (z. B. Umsteigeempfehlungen auf ÖPNV oder großräumige Umfahrungsalternativen bei großer Belastung) und Verkehrseinschränkungen in Echtzeit auf Navigations- und Mobilfunkgeräte übermitteln.
  - Hamburger Hauptbahnhofs und das nördliche und südliche Bahnhofsumfeld zügig umgestalten und ausbauen. Hierzu zählt insbesondere auch die Überdeckung der nördlichen und südlichen Gleisfelder, auf denen neuen Nutzungen etabliert werden müssen.
  - Baustellenmanagement in der Hamburger Innenstadt und auf Zulaufstrecken verbessern.
  - Abstimmung zwischen der Behörde für Verkehr und Mobilitätswende und der Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen beim Umbau von Straßen und Plätzen verbessern und einen Ausgleich zwischen verkehrstechnischen und stadtgestalterischen Interessen sichern.
  - Angebot von kostenlosen Parkplätzen oder ÖPNV-Tickets bei Besuch der Innenstadt (z. B. Einzelhandel, Gastronomie, Kunst- und Kultureinrichtungen).
  - Intermodalität durch Ausbau der Switch-Punkte und einfachen digitalen Zugang zu unterschiedlichen Mobilitätsformen über die Switch-App stärken.
  - Bedürfnisse der in der Innenstadt ansässigen Unternehmen und Einzelhändler (Belieferung, Kundenverkehr, Besucherverkehr) in der Verkehrspolitik stärker berücksichtigen.
  - Anforderungen der City-Logistik und der Erreichbarkeit der ansässigen Unternehmen in allen Planungen von Anfang an durch enge Einbindung der ansässigen Unternehmer und der Verkehrswirtschaft berücksichtigen.
  - Voraussetzungen für neue Mobilitätsformen wie Paketdrohnen und Lufttaxis schaffen. Hierbei insbesondere Identifizierung von möglichen Start- und Landepunkten auf öffentlich zugänglichen Dächern und Schaffung von Voraussetzungen zur schnellen Umsetzung, wenn die Technologie die entsprechende Marktreife erlangt hat und Anbieter auf den Markt treten.

### Wichtige Projekte

#### *Verbindung von Innenstadt, Speicherstadt und Hafencity*

Die Hafencity und die Speicherstadt liegen nur wenige Gehminuten von der Hamburger Innenstadt um die Mönckebergstraße entfernt. Sie sind in der Wahrnehmung vieler Touristen aber auch Einheimischer nur schwer zu erreichen. Das liegt einerseits an der stark frequentierten und breiten Willy-Brandt-Straße und andererseits sind die Wegeverbindungen entlang der Verbindungsachsen oftmals unattraktiv und die Anlässe diese zu gehen sehr gering. Hier bedarf es der Umgestaltung von öffentlichen Räumen aber insbesondere auch einer zusätzlichen Attraktion, die eine spektakuläre und at-

traktive Verbindung vom Jungfernstieg/der Mönckebergstraße in die Hafencity und darüber hinaus bis zum Hafencity Museum und den Musicaltheatern im Hafen schafft. Dies könnte beispielsweise mittels eines Skywalks, einer urbanen Seilbahn, einer Schiffsverbindung oder auch autonom fahrender Kleinbusse erreicht werden. Wichtig ist vor allem, dass die Verbindung (v.a. auch über die Willy-Brandt-Straße hinweg) einen Erlebnischarakter bekommt. Hier können sich dann weitere Attraktionen entwickeln, die die Hamburger Innenstadt und die Hafencity endgültig zusammenwachsen lassen.



Best Practice: Planetarium Linz, Quelle: Verein KeplerforumLinz



Best Practice: Skywalk Bangkok, Quelle: iStock.com

### Wohnstandort weiterentwickeln

Mit gut 15 000 in den Stadtteilen Hamburg-Altstadt und Neustadt verfügt die Innenstadt nur über eine relativ geringe Wohnbevölkerung. Dabei trägt die Wohnbevölkerung dazu bei, die Nachfrage nach Waren des täglichen Bedarfs, persönlichen Dienstleistungen und Gastronomie- und Freizeitangeboten zu stärken. Zudem sind Straßen in Wohnvierteln auch abends belebt. Eine Stärkung der Hamburger Innenstadt als Wohnstandort zahlt daher auf ihre Attraktivität ein. Wohnnutzungen konzentrieren sich in der Hamburger Innenstadt aber bisher weitgehend in der Neustadt bzw. in der Hafencity. In den letzten Jahren haben Ansätze zugenommen, das Wohnen auch im Bereich der Altstadt weiter zu stärken. Dies ist vor allem im Rahmen von größeren Neubauprojekten erfolgt. Eine echte Durchmischung der bisher von Büros

geprägten Quartiere der Altstadt mit Wohnnutzungen ist in vielen Bereichen bisher jedoch noch nicht gelungen und insbesondere für die Integration von Wohnungen in bestehenden Gebäuden gibt es bisher kaum Beispiele. Grundsätzlich ist die Innenstadt aufgrund ihrer Nähe zu vielen Arbeitsplätzen, der hervorragenden ÖPNV-Anbindung und der vielen herausragenden kulturellen Einrichtungen aber ein attraktiver Wohnstandort, den es weiter zu stärken gilt.

Neben neuen Wohnungen selbst müssen auch die notwendigen Wohnungsnahen Einrichtungen wie Kindertagesstätten, Schulen und Spiel- und Freizeitflächen auf eine zunehmende Wohnbevölkerung ausgelegt werden. Einrichtungen für Kinder spielen aber nicht nur für Familien, die in der Innenstadt wohnen eine wichtige Rolle: Kindertagesstätten in der Innenstadt sind auch für etliche Eltern, die in der Innenstadt arbeiten, wichtig. Die attraktiven Spielplätze in der HafenCity zeigen zudem, dass gut gestaltete Spielplätze für Familien einen eigenen Besuchsanlass darstellen können. Sie leisten auch einen Beitrag dafür die Aufenthaltsdauer von Familien in der Innenstadt zu verlängern.

#### Maßnahmen und Handlungsansätze

- Neues Wohnen in der Innenstadt etablieren.
- Maßvollen und verträglichen Anteil an Wohnnutzung bei Neubauten (und Umbauten wo rechtlich möglich) verbindlich festschreiben.
- Aufstockungen geeigneter Gebäude durch Änderung von Bebauungsplänen oder Befreiung von Festsetzungen des Bebauungsplans ermöglichen.
- Intelligente Lärmschutzkonzepte umsetzen, um ruhige Schlafräume von Wohnungen auch bei einer intensiven abendlichen Nutzung der Innenstadt zu gewährleisten.
- Wohnfolgeeinrichtungen vorrausschauend planen und bedarfsgerecht umsetzen.

#### Wichtige Projekte

##### Gebäudeaufstockungen

Die Aufstockungen von Gebäuden in der Hamburger Innenstadt bietet die Möglichkeit der weiteren Verdichtung und einer möglichen Schaffung von zusätzlichem Wohnraum. Da hier insbesondere bauordnungsrechtliche Vorschriften zu beachten sind, ist eine Aufstockung im Einzelfall zu prüfen. Die novellierten Hamburger Bauordnung erleichtert die Aufstockung durch einen Verzicht auf Fahrstühle und die Zulässigkeit von Holz als Baumaterial (besonders für Aufstockungen geeignet, da leicht und gut in Modulen zu bauen). Es wäre zu prüfen, ob eine zusätzliche Förderung von Aufstockungen einen entsprechenden Anreiz bei Eigentümern setzen würde. Bisher können diese bei Schaffung von Wohnraum nur im Rahmen der Regelförderung (z. B. KfW-Programm

„Energieeffizient Bauen“,<sup>153</sup>) gefördert werden und sind steuerlich begünstigt, da neben der normalen Abschreibung in Höhe von zwei Prozent der Gebäudekosten die Eigentümer vier Jahre lang jeweils fünf Prozent der Kosten als Sonderabschreibung ansetzen und damit die zu versteuernden Mieterträge mindern können. Eine Masterarbeit an der HafenCity Universität Hamburg von 2017 hat in Hamburg insgesamt ein Aufstockungspotential von bis zu 75 000 Wohneinheiten errechnet, wovon aber in der Hamburger Innenstadt aufgrund der bereits großen Gebäudehöhen aus bauordnungsrechtlicher Sicht nur ein verschwindend geringer Anteil genehmigungsfähig und realisierbar wäre. Als Pilotquartier für Aufstockungen könnte aber das Quartier um die Ferdinandstraße zwischen Spitalerstraße und Ballindamm dienen, in der die aktuellen Gebäudehöhen und die Struktur der vorhandenen Gebäude Aufstockungen überwiegend ermöglichen. Hier muss auch geprüft werden, ob für zusätzlichen Wohnraum eine Anpassung der Binnenalter-Gestaltungsverordnung erforderlich ist.

#### Kulturelle Funktion stärken & Freizeitangebote für alle bieten

Die Hamburger Innenstadt muss zukünftig für alle Generationen, Lebensstile und Bevölkerungsschichten einen hohen Freizeitwert bieten. Dabei müssen auch kostenlose Freizeitangebote, Sportangebote und Verweilmöglichkeiten ohne „Verkehrszwang“ gemacht werden.

Hamburg verfolgt die Strategie der Active-City, mit der die Vielfalt und Stärke des Hamburger Sports gefördert wird. Bis 2024 sollen im Rahmen eines Masterplans insgesamt 26 Projekte über die ganze Stadt verteilt umgesetzt werden. Ein Blick auf den Masterplan zeigt, dass die Hamburger Innenstadt dabei nicht berücksichtigt ist. Im Rahmen der Philosophie „Stadt als Sportstätte“ sollten auch in der Hamburger Innenstadt moderne, aktivierende Veranstaltungsformate und der niedrigschwellige Zugang zu Sportangeboten gefördert werden. Als attraktives Sport- und Freizeitangebot sollte in der Alster bzw. ihren Fleeten ein Flussschwimmbad eingerichtet werden, dass das Baden in aufbereitetem Wasser mitten in der Stadt ermöglicht. Das schafft Synergien mit Handel und Gastronomie.

Außerdem bieten Kunst und Kultur im öffentlichen Raum die Möglichkeit zu einem niedrigschwelligen Zugang für alle Bevölkerungsgruppen und zusätzlich einer attraktiven Bepflanzung von Plätzen und Straßen. Theateraufführungen, Konzerte, Tanzveranstaltungen, Installationen, (Vor)lesungen und Experimente sind nur Beispiele für die vielfältigen Möglichkeiten, die in allen

Quartieren der Innenstadt zukünftig verstärkt ihren Platz finden sollten.

Hamburg ist eine Musikstadt, deren Angebote im Bereich der klassischen und der Unterhaltungsmusik regelmäßig zahlreiche Hamburger und Besucher anziehen. Dieser Baustein der Marke Hamburg muss auch in der Innenstadt noch stärkere Berücksichtigung finden. Dazu sollte das Angebot von Clubs und Livemusikbühnen in der Innenstadt gestärkt werden. Innovative Konzepte müssen dabei Konflikte mit dem Ziel verhindern, das Wohnen in der Innenstadt zu stärken.

### Maßnahmen und Handlungsansätze

- Innenstadt als Arena internationaler Sportveranstaltungen nutzen.
- Innovative und attraktive Jugend-/Kinderspielplatzkonzepten mit Alleinstellungsmerkmalen umsetzen.
- Potenziale für „Pocket-Parks“ auf ungenutzten oder minder genutzten Freiflächen als Aufenthaltsraum, Spielfläche oder Sportfläche prüfen. Hierbei ist ein Unterhaltungs- und Pflegekonzept, mit dem ein attraktives Erscheinungsbild dauerhaft gewährleistet wird, unerlässlich.
- Offene, niedrigschwellige und innovative Sport- und Bewegungsangebote für alle Altersstufen (beispielsweise im öffentlichen Raum) etablieren.
- Entwicklung/Erweiterung der Kunsthalle und ihres Umfeldes über den Wallring hinweg in Richtung Spitalerstraße/Binnenalster/Ballindamm als Scharnier zwischen St. Georg, Alster, Binnenalster und Hauptbahnhof in Kooperation mit deren Direktor.
- Kulturinstitutionen (z. B. Thalia Theater, Staatsoper, Kunsthalle, Hauptkirchen etc.) verstärkt zu ihrer Umgebung öffnen und Interaktion mit anderen Innentadtakteuren und Einbindung in deren Veranstaltungen befördern.
- Bücherhalle am Hühnerposten zu einer „Bibliothek des 21. Jahrhunderts“ weiterentwickeln.
- Science-Centers in der Innenstadt entwickeln, das nicht nur Erwachsenen, sondern auch Kindern spielerisch an wissenschaftliche Phänomene und Fragestellung heranführt und zum Mitmachen und Anfassen einlädt.
- Konzept eines „Haus der digitalen Welt bzw. Wirtschaft“ (Digitalmuseum) umsetzen. Hier sollten nicht nur digitale Technologien anschaulich gemacht werden, sondern auch der Umgang mit Daten und deren Bedeutung in einer demokratischen Gesellschaft verdeutlicht werden.
- Sommer-Freiluftkino auf dem Schaarmarkt veranstalten mit Filmen und Opern-/Konzertübertragungen.
- Klima- und Nachhaltigkeitszentrum aufbauen.

- Ansiedelung des Naturkundemuseums/Evolutioneums im Innenstadtbereich.
- Zusammenarbeit mit Kultur- und Kreativwirtschaft zur Schaffung neuer Besuchsansätze und Veranstaltungsformate intensivieren.
- Schaffung und Vernetzung von unterschiedlichsten kulturellen Angeboten in allen Quartieren der Innenstadt.

### Wichtige Projekte

#### Erweiterung der Kunsthalle

Die Kunsthalle Hamburg benötigt zukünftig weitere Ausstellungsflächen da etwa 75% der bestehenden Sammlung derzeit nicht gezeigt werden (können). Das sagte Alexander Klar, Direktor der Kunsthalle, im August 2020 in einem Interview. Er könne sich eine Erweiterung von Kunsthalle und Galerie der Gegenwart in Richtung Binnenalster vorstellen und wünscht sich ein „ikonisches Museum des 21. Jahrhunderts“. Die Gleisstraße unmittelbar hinter Kunsthalle und Galerie der Gegenwart könnte eine potenzielle Fläche für einen solchen Erweiterungsbau sein. Eine Überbauung mit einem zeitgemäßen, funktionalen und gleichzeitig architektonisch herausragenden Museumsneubau, würde den Museumsstandort Hamburg weiter stärken und der hochkarätigen Sammlung der Hamburger Kunsthalle neue Ausstellungsflächen bieten.



Best Practice: V&A Dundee, Quelle: iStock.com



Best Practice: Kunstmuseum Stuttgart, Quelle: iStock.com

### *Bibliothek des 21. Jahrhunderts*

Im 21. Jahrhundert sind Bibliotheken nicht mehr nur simple „Aufbewahrungsorte“ für Bücher und kommunale Dienstleistungszentren, sondern werden mehr und mehr zu Treffpunkten und Orten des Austauschs und der Begegnung. Neue Bibliotheksbauten wie die Sendai Mediatheque von Toyo Ito im japanischen Sendai, die Seattle Public Library von Rem Koolhaas oder die Stadtbibliothek Stuttgart von Eun Young Yi, sind nur einige Beispiele für Bibliotheken, die aufgrund ihrer Gestaltung auch neue Nutzergruppen ansprechen und zu attraktiven öffentlichen Räumen geworden sind.

Die Zentralbibliothek der Hamburger Bücherhallen am Hühnerposten könnte mit einem spektakulären Erweiterungsbau als Überbauung der Gleistrassen oder im Bereich des Arno-Schmidt-Platz mitten im Hamburger Zentrum einen Impuls setzen und der Kunst- und Kulturmeile einen weiteren Baustein hinzufügen.



Best Practice: Sendai Mediatheque, Quelle: City Gallery Wellington



Best Practice: Stadtbibliothek Stuttgart, Quelle: iStock.com

### *Science-Center und Haus der digitalen Welt bzw. Wirtschaft*

Hamburg verfügt über viele Unternehmen im Technologie- und Mobilitätssektor, hat aber kein explizites technisches Museum. Der Einfluss von (Hoch-)Technologie

auf unseren Alltag nimmt stetig zu und die Mobilität befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel. Die Möglichkeit Technologie und Mobilität erlebbar und erfahrbar zu machen, könnte in einem Zentrum für Technologie und Mobilität gegeben werden. Das Science-Center sollte weniger ein Museum als eine Erlebniswelt zum Anfassen und Ausprobieren sein und sich mit unterschiedlichen Angeboten und Vermittlungsformen an alle Besucher wenden – vom vorgebildeten Besucher bis hin zu Kindern, die hier einen spielerischen Zugang zu Wissenschaft und Technik finden und das Science-Center zu einem „Muss“ für Familien machen. Zusätzlich könnte ein solches Zentrum Hamburger Unternehmen als Schaufenster dienen ihre Entwicklungen, Produkte und Forschung einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren und Hamburg auch international als Wirtschaftsstandort zu repräsentieren. Eine architektonisch herausragende und intelligente Überbauung der Gleistrasse im Bereich zwischen Ernst-Merck-Brücke und Hauptbahnhof mit einem direkten Anschluss an den nördlichen Bereich des Hauptbahnhofs würde der Hamburger Innenstadt einen weiteren baulichen und inhaltlichen Impuls geben.



Best Practice: Chongqing Science and Technology Center, Quelle: Chongqing International Communication Center

### *Naturkundemuseum/Evolutioneum*

Bereits von 1891 bis 1943 befand sich das Hamburger Naturkundemuseum in einem wilhelminischen Bau am Steintorwall (heute Saturn-Filiale). Nachdem im Juni 2020 die Gemeinsame Wissenschaftskonferenz des Bundes und der Länder entschieden hat das Centrum für Naturkunde der Universität Hamburg in die Förderung der Leibniz-Gemeinschaft aufzunehmen, ist es nun am Hamburger Senat die Vereinbarung aus dem Koalitionsvertrag zur Schaffung eines geeigneten Gebäudes für das Naturkundemuseum umzusetzen. Neben bereits diskutierten Standorten könnte ein Neubau als Überbauung der Gleistrassen zwischen Steintorbrücke und Altmannbrücke in

Kombination mit der Erweiterung des Hauptbahnhofs entstehen und an den traditionellen Standort anknüpfen.



Best Practice: Naturkundemuseum Berlin, Quelle: Naturkundemuseum Berlin

### Alsterbad

Flussbäder hatten in Hamburg eine lange Tradition. An der Alster und der Elbe gab es bis in das 20. Jahrhundert eine Reihe von Badeanstalten. Im 21. Jahrhundert sind Flussschwimmbäder in einer Reihe von Metropolen wieder populär geworden. Auch in der Hamburger Innenstadt sollte wieder ein Flussschwimmbad entstehen. Um hygienisch einwandfreies Wasser zu gewährleisten, sollte das Alsterbad in Form eines „schwimmenden“ Beckens mit aufbereitetem Wasser realisiert werden. Das Alsterbad sollte über Umkleidemöglichkeiten, eine Badeaufsicht und eine angeschlossene Gastronomie verfügen.



Best Practice: Stadtbad Kopenhagen, Quelle: iStock.com



Best Practice: Flussbad Zürich, Quelle: iStock.com

## Orte/Anlässe für Aufenthalt & Austausch schaffen und verbessern

Neben der Gestaltung von öffentlichen Räumen, bedarf es auch der Schaffung von Anlässen, die einen Aufenthalt und Austausch in der Hamburger Innenstadt attraktiv machen. Nur so können attraktive öffentliche Räume auch zu einem Mehrwert werden.

Öffentlichen Räumen haben im Stadtraum eine besondere Bedeutung und damit ist auch deren Gestaltung und Möglichkeit zur Nutzung essenziell. Die hohen Anforderungen, die an sie gestellt werden, bedingen eine durchdachte und sorgfältige Entwicklung und Gestaltung. Sowohl für die großen und zentralen Innenstadtbereiche (z. B. Jungfernstieg, Mönckebergstraße, Umfeld Hauptbahnhof) aber auch für kleinere Bereiche mit lokalem Quartiersbezug (z. B. Hopfenmarkt, Gertrudenkirchhof, Steinstraße, Kirchplätze, Großneumarkt etc.) sollten daher städtebauliche und freiraumplanerische Wettbewerbe durchgeführt werden. Immer mit der Maßgabe auch die Nutzbarkeit und die Möglichkeiten zu mehr Begegnung und Kommunikation auch jenseits kommerzieller Nutzungen zu berücksichtigen. In der Innenstadt sollten unterschiedliche Räume für Menschen mit unterschiedlichen Bedürfnissen bereitstehen – von ruhigen, grünen Plätzen für alle Innenstadtbesucher, die für einen kurzen Moment dem Trubel der belebten Straßen und Plätze entfliehen wollen, bis hin zu Spielplätzen für Familien mit Kindern, die sich hier während des Innenstadtbesuchs austoben können. Auch die Bedürfnisse von Jugendlichen, die in der Innenstadt ihre Freunde treffen wollen, müssen angemessen berücksichtigt werden. Dabei ist auch die Anpassung von öffentlichen Räumen an die klimatischen Veränderungen unbedingt zu berücksichtigen, um Aufenthaltsqualität und Verweildauer zu optimieren.

### Maßnahmen und Handlungsansätze

- Gestaltungsdefizite öffentlicher Räume erfassen, Priorisierungen für die Umgestaltung vornehmen, Gestaltungsziele definieren und durch gezielte Maßnahmen die Aufenthaltsqualitäten steigern.
- Regelmäßige Pflege vorhandener und neugeschaffener Einrichtungen und Begrünungen zur langfristigen Sicherstellung der Aufenthaltsqualität.
- Einbeziehung der Binnenalster als größtem öffentlichen Raum der Innenstadt in ein Gesamtkonzept und Bepflanzung, beispielsweise mittels einer Seebühne/eines Steges oder einer Wiedererrichtung der historischen „Kaiserinsel“ in zeitgemäßem Gewand im Rahmen von Theaterfestivals, Konzerten oder kulinarischen Events.

- Potenziale der vorhandenen Flotte in das Gesamtkonzept der öffentlichen Räume einbeziehen und diese stärker nutzen, z. B. für Boote und Waterbikes und schwimmende Beachclubs.
- Ganzjährige kulturelle Bespielung der Elbpromenade mit ihren amphitheaterähnlichen Stufenanlagen zwischen Baumwall und Landungsbrücken.
- Aufeinander abgestimmte, an die Jahreszeiten angepasste kleinteilige Konzepte zur Bespielung von öffentlichen Räumen entwickeln (Bühnen, besondere Orte für Kinder etc.).
- Dauerhafte und temporäre Märkte und Festivals auf öffentlichen Flächen erproben und bei Erfolg verstetigen. Beispiele solcher Formate können „Skandinavische Wochen“ sein, auf denen sich Hamburg als südlichste Stadt Skandinaviens präsentiert und Gastronomie, Design, Musik und Filme aus den skandinavischen Ländern präsentiert. Weitere denkbare Events sind ein „norddeutscher Markt“, welcher ökologische Lebensmittel und nachhaltige Produkte aus der Metropolregion präsentiert, ein BBQ-Festival, oder ein Comedy-Festival mit kostenlosem Eintritt, das sich über die begleitende Gastronomie finanziert. Auch eine Kooperation mit der Hochschule für Musik und Theater mit Aufführungen der Studenten könnte die Innenstadt beleben. Dabei müssen Experimente durch unkomplizierte Genehmigungsverfahren insbesondere für Sondernutzungen schnell möglich sein.
- Schaffung von mehr nicht-kommerziellen Attraktionen im öffentlichen Raum (umsonst und draußen).
- Den Rathausmarkt durch Umgestaltung und Bespielung dauerhaft zu einem lebendigen Ort machen.
- Bürgerschaftshaus als öffentliches „Forum der Demokratie“ etablieren.
- Im Rahmen der Klimaanpassung prüfen, welche Freiflächen, Dächer und Fassaden künftig begrünt werden können.
- Plätze für unterschiedliche Bedürfnisse schaffen – von der Ruheoase bis zum Spielplatz, auf dem sich Kinder austoben können. Neben klassischen Spielplätzen können auch Indoorspielplätze für Familien und Angebote wie Trampolinparks und E-Sportsarenen neue, innovative Angebote schaffen.
- Einbindung von Eventbranche zur Vertiefung der Ideen.
- Freiraummanagement vereinfachen (Sondernutzungs-genehmigungen und deren Gebühren).
- Historische Keimzelle Hamburgs sichtbar machen

## Wichtige Projekte

### Burchardplatz

Der Burchardplatz inmitten des UNESCO-Weltkulturerbes Kontorhausviertel, wird seiner Bedeutung als zentraler Platz des Viertels seit langem nicht mehr gerecht. Er wird als öffentlicher Parkraum genutzt und wird lediglich einmal pro Woche für fünf Stunden als Wochenmarkt genutzt. Der Burchardplatz hat großes Potenzial wieder zu einem belebten und beliebten Platz inmitten der Hamburger Innenstadt zu werden und als „Zwischenstopp“ in die Speicherstadt und HafenCity zu fungieren. Um dies zu erreichen, bedarf es einer gestalterischen Aufwertung des Platzes und der Herausnahme des ruhenden Verkehrs. Eine Neugestaltung des Platzes muss allerdings auch mit einem Konzept der Bespielung und einer inhaltlichen Idee einhergehen. Durch eine entsprechende Gestaltung mit einer „Konzertmuschel 2.0“ als Bühne für Jazz- und Swingkonzerte oder für Open-Air-Tanzveranstaltungen (z. B. Tango, Rock ,n' Roll etc.) und einer Ergänzung mit einem regelmäßig stattfindenden Kunst- und Antiquitätenmarkt, kann hier ein Besuchermagnet für Einheimische und Touristen entstehen.



Best Practice: Open-Air-Tango, Quelle: iStock.com



Best Practice: Jay Pritzker Pavillon Chicago, Quelle: iStock.com

### Seebühne Binnenalster

Die Hamburger Binnenalster bietet mitten in der Hamburger Innenstadt ein großes Flächenpotential, das bisher noch nicht vollständig genutzt wird. Mit der geplanten Umgestaltung der Bereiche um die Binnenalster sollte auch die Nutzung der Wasserfläche in den Fokus gerückt werden. Hier könnte eine Seebühne entstehen, auf der der Hamburger Jedermann neu aufgelegt werden könnte. Auch ein Festspiel/Musical mit maritimen Inhalten wie beispielsweise die Störtebeker Festspiele in Ralswiek auf Rügen oder auch Open-Air-Konzerte, wären zusätzliche Highlights im Hamburger Kulturkalender und würden insbesondere in den Sommermonaten eine deutliche Belebung der Innenstadt bewirken.



Best Practice: Seebühne Bregenz, Quelle: Bregenzer Festspiele, Anja Koehler

### Amazonas Mönckebergstraße

Attraktive Grünräume tragen erheblich zur Aufenthaltsqualität bei. Mit dem Projekt „Amazonas Mönckebergstraße“ könnte in diesem hoch verdichteten Bereich der Hamburger Innenstadt ein spektakulärer neuer grüner Stadtraum geschaffen werden. Für die Sanierung des Tunnels der U3 unterhalb der Mönckebergstraße und den barrierefreien Ausbau der Haltestellen an diesem Streckenabschnitt ist die Mönckebergstraße derzeit für den Verkehr gesperrt. Derzeit ist noch offen, ob nach Abschluss der Bauarbeiten an der U3 wieder Busse und Taxis durch die Mönckebergstraße fahren werden. Eine dauerhafte Verlagerung der Verkehre aus der Mönckebergstraße kann genutzt werden, um im Verlauf der Mönckebergstraße an Stelle der heutigen Fahrbahn einen Wasserlauf einzurichten. Diese kann so weit zurückgebaut werden, dass nur noch Rettungsfahrzeuge und die Feuerwehr sowie außerhalb der Kerngeschäftszeiten Lieferanten und Handwerker im Einbahnstraßenverkehr die Mönckebergstraße befahren können. Begleitend zum

Wasserlauf sollten in der Mönckebergstraße und in der Straße Lange Mühen zusätzliche Bäume gepflanzt und Grüninseln angelegt werden, die der Straße einen parkartigen Charakter verleihen. Durch zahlreiche Querungsmöglichkeiten kann sichergestellt werden, dass das bisher durch den hohen Busverkehr teilweise mühsame Queren der Straßenseiten künftig jederzeit einfach möglich ist. Der „Amazonas Mönckebergstraße“ würde nicht nur für eine hohe Verweilqualität in der Mönckebergstraße sorgen, sondern auch das Stadtklima positiv beeinflussen.



Best Practice: Cheonggyecheon-Fluss Seoul, Quelle: iStock.com

### Hopfenmarkt

Die Lage des Hopfenmarktes an der verkehrlich stark belasteten Willy-Brandt-Straße stellt eine Herausforderung für eine dringend erforderliche Neuordnung und gestalterische Qualifizierung des Platzes, insbesondere auch vor dem Hintergrund des geplanten Abrisses der Cremonbrücke, dar. Ihm kommt als „Sprungbrett“ von der Hamburger Innenstadt über die Speicherstadt in die HafenCity und als unmittelbarer Vorplatz des Mahnmahls St. Nikolai eine besondere Bedeutung zu. Ursprünglich war der Hopfenmarkt, der einmal den Hauptplatz der mittelalterlichen Neustadt darstellte, ein belebter Marktplatz. Bevor der Marktbetrieb 1911 auf den Deichtorplatz verlegt wurde, befanden sich auf dem Hopfenmarkt bis zu 900 Marktstände. Anknüpfend an diese Tradition, sollte auf dem Hopfenmarkt ein fester Spezialitäten- und Lebensmittelmarkt etabliert werden, der durch wechselnde Angebote (Foodtrucks, Saisonangebote etc.) ergänzt wird.

Im Bereich des Hopfenmarkts verlief der Wall der „Neuen Burg“, die seit 1024 errichtet wurde und 1188 zur Keimzelle der durch den schauenburgischen Grafen Adolf III. gegründeten Kaufmannssiedlung wurde. Diese gräfliche

Neustadt bildete das Gegenstück zur bischöflichen Siedlung am Domplatz. Der unter der Platzfläche erhaltene Wall der Neuen Burg kann künftig in einem archäologischen Schaufenster, in dem Besucherinnen und Besucher buchstäblich in die Hamburger Geschichte eintauchen können, präsentiert werden.



Best Practice: Viktualienmarkt München, Quelle: iStock.com

### Attraktivität für Touristen erhöhen – Gastronomie stärken

Eine zukunftsfähige und attraktive Innenstadt braucht eine starke Tourismusbranche. Es gilt, neue touristische Konzepte aufzubauen und etablierte Reiseanlässe weiterzuentwickeln. Zur Innenstadtverbesserung gehört aus touristischer Sicht bessere Verkehrsführungen, klare Besucherlenkung, Busparken und eine verbesserte Erreichbarkeit im Nahbereich (möglichst Klimaneutral durch mehr E-Taxis oder Lufttaxis). Hamburgs Marketing muss dahingehend ausgeweitet werden, sodass z. B. neue Großveranstaltungen in Hamburgs Innenstadt etabliert werden können. Das schafft Reiseanlässe und bringt Besucher. Eine attraktive Innenstadt bedeutet für die Veranstaltungswirtschaft auch, dass Hamburg sich als Standort nicht beliebig oder austauschbar, sondern einzigartig und unverwechselbar macht.

Vielfältige gastronomische Angebote sind für eine Stadt wie Hamburg ein wichtiger Standortfaktor. Neben anderen städtischen Quartieren tragen sie insbesondere im Innenstadtbereich zu einer Belebung der öffentlichen Räume durch Außengastronomie bei, schaffen Besuchsanlässe und laden zum Verweilen und Genießen ein. Die Kombination unterschiedlicher Gastronomiekonzepte bildet die Vielfalt der Stadt ab und richtet sich gleichermaßen an Touristinnen und Touristen wie auch an Hamburgerinnen und Hamburger.

### Maßnahmen und Handlungsansätze

- Aufbau eines repräsentativen Hamburg Visitor Center als Anlaufstelle für Touristen an zentraler Stelle (beispielsweise im Bereich des Rathausmarktes).
- Konzipierung und Umsetzung eines „roten Fadens“ entlang touristischer und historischer Highlights durch die Innenstadt (auch unterschiedliche thematische Fäden wie Architektur, Geschichte, Hamburgensien denkbar).
- Entwicklung und Umsetzung von App-geleiteten Rundgängen.
- Stärkung der Rolle des Eventausschusses als beratendes Gremium bzgl. der Flächennutzung
- Aufbau einer internationalen Digitalisierungsstrategie für den Tourismus zur Abbildung aller touristischen Angebote der Stadt, der Metropolregion und insbesondere der Hamburger Innenstadt.
- Informationen für Touristen (Digital, Beschilderung, Tourismusinformation etc.) konsequent mindestens zweisprachig anbieten.
- Zusätzliche Liniengenehmigungen und Haltestellen für Stadtrundfahrten in der Innenstadt prüfen.
- Prüfung von Potenzialen für mehr Außengastronomie (zusätzliche Flächen im öffentlichen Raum)
- Innovative Gastronomieangebote schaffen, z. B. in Form von Rooftop-Bars z. B. auf dem Dach des Karstadt-Hauses in der Mönckebergstraße.
- In der Innenstadt sollte eine „globale Genusswelt“ entstehen, in der Besucher die Küche aus den neun Partnerstädten Hamburgs auf fünf Kontinenten erleben können und gleichzeitig mehr über die Hamburger Partnerstädte erfahren.
- Unterstützung der Ansiedelung von Erlebnisgastronomie und kreativen/innovativen Gastronomiekonzepten.<sup>3</sup> Die damit verbundenen Genehmigungsverfahren müssen durch eindeutige Zuständigkeiten und kurze Bearbeitungsfristen vereinfacht werden.
- Definition eines Kriterien-Katalogs für Veranstaltungen im Innenstadtbereich und Überprüfung dieser Kriterien durch den Eventausschuss. Erhöhung der Bedeutung der Empfehlungen des Eventausschusses bei der Entscheidung durch den Flächengeber als zwingend zu berücksichtigendes Abwägungskriterium.
- Vermeidung von Interessenkollisionen zwischen den Interessen der Veranstaltungswirtschaft und der regulären Nutzer der Innenstadt (Gewerbetreibende und Kunden) durch regelmäßige Prüfung, ob Veranstaltungen zwingend in der Innenstadt durchgeführt werden müssen oder ob räumliche (Teil-)Verlagerungen möglich sind.
- Potenziale von Messe und Kongresszentrum (CHH) in innenstadtnaher Lage mit hohen Besucherzahlen für die Innenstadt nutzen.

<sup>3</sup> Einzelne Unternehmen haben sich in der Diskussion dafür ausgesprochen zu prüfen, ob eine finanzielle Unterstützung innovativer Gastronomiekonzepte in den ersten Jahren möglich bzw. notwendig ist.

## Wichtige Projekte

### Hamburg Visitor Center

In einem zentralen Bereich der Innenstadt (hier eignet sich insbesondere der Bereich um den Rathausmarkt) sollte eine zentrale, repräsentative und informative Anlaufstelle für Touristen aufgebaut werden. Im Visitor Center sollten sich Touristen, Tagesgäste und auch Hamburger durch persönliche Beratung, Informationsmaterialien und interaktive digitale Medien über sämtliche touristische Angebote informieren können. Das Visitor Center sollte darüber hinaus über ein Café verfügen. Als Reminiszenz an Hamburgs Hafen, könnte das Hamburg Visitor Center aus Seecontainern errichtet werden, die mit anderen Materialien kombiniert, ein architektonisches Highlight schaffen.



Best Practice: Ireland-Tourist-Center Dublin, Quelle: Mca Architects Ltd



Best Practice: Containermall Christchurch, Quelle: Creative Commons

### City Beach/Beachclubs/Biergärten

Beachclubs und Biergärten erfreuen sich insbesondere in den Sommermonaten einer großen Beliebtheit und sind auch in Innenstädten ein beliebter Anziehungs- und Treffpunkt. In der Hamburger Innenstadt existieren bisher kaum Beachclubs und Biergärten. Deshalb wäre beispielsweise die Einrichtung eines großen „Citybeaches“ an der Binnenalster und kleinerer Beachclubs und Biergärten entlang der Alsterfleete eine gute Ergänzung zu dem bisher vorhandenen gastronomischen Angebot und würde insbesondere jüngere Zielgruppen ansprechen und zu einem Besuch der Innenstadt anregen.

## Innovationen initiieren und nachhaltiges Vorbild sein

Die Hamburger Innenstadt ist das Aushängeschild der ganzen Metropolregion und ein wesentlicher Träger der Marke Hamburg. Sie muss daher im besonderen Maße für die Themen stehen, die besonders auf die Zukunftsstrategie Hamburgs einzahlen. Besonders hervorzuheben ist dabei das Ziel, Hamburg bis 2040 zu einer klimaneutralen Metropole zu machen, dass die Hamburger Wirtschaft im Dezember 2020 in der Standortstrategie „Hamburg 2040“ der Handelskammer formuliert hat. Deshalb gilt es, Projekte mit Vorbildcharakter zu initiieren, mit denen sich Hamburg in den kommenden Jahren auf diesen Feldern positioniert.

Neue Projekte, die in der Innenstadt initiiert werden, müssen stark innovativen Charakter bekommen. Die Innenstadt muss durch innovative Kultureinrichtungen belebt und zum Standort der Kreativwirtschaft gemacht werden und durch herausragende Sport-Großevents immer wieder neue Besucher anlocken und begeistern. Dabei spielt die Digitalisierung eine wichtige Rolle, sowohl dabei, Besuchern der Hamburger Innenstadt vorab Informationen über Attraktionen und Events bereitzustellen als auch während des Besuchs digitale Services bereitzustellen.

Innovative Formen der Zusammenarbeit müssen auch zwischen den Innenstadtakteuren gefunden werden. Ziel muss es sein, die Synergien zwischen den einzelnen Funktionen der Innenstadt zu verstärken, die Nutzungsvielfalt zu erhöhen und Genehmigungs- und Entscheidungsprozesse zu verschlanken und zu beschleunigen.

Die Innenstadt und die dort ansässigen Unternehmen müssen im besonderen Maße Teil der Bemühungen werden, Hamburg bis zum Jahr 2040 zu einer klimaneutralen Metropole zu machen. Dabei wird es vor allem darum gehen, aufzuzeigen wie durch gezielte Maßnahmen im Gebäudebestand, wie z. B. eine intensive Dach- und ggf. auch Fassadenbegrünung, die Ausrüstung mit Solaranlagen, die Verwendung ökologischer Baumaterialien bzw. eine Holzbauweise etc., CO<sub>2</sub>-Einsparungen erzielt und das Kleinklima verbessert werden können. Außerdem könnten in Zukunft 3D-Druckverfahren auch im Bauprozess und in der urbanen Produktion zum Einsatz kommen. Hierfür müssen die notwendigen Voraussetzungen geschaffen werden. Nutzungskonzepte sollten innovative Mischnutzungen aus Wohnen und Büros und, wo immer möglich, auch Ateliers und Räumen für urbane Produktion anstreben. Auch eine „Multikodierung“, d. h.

eine Mehrfachnutzung von Flächen z. B. tagsüber als Einzelhandelsfläche und abends als Bar oder Club sorgt für eine intensive Nutzungsmischung und belebt die Umgebung im gesamten Tagesverlauf. Nutzungsflexibilität sollte aber nicht nur im Tagesverlauf künftig häufiger möglich sein, sondern auch über den Lebenszyklus einer Immobilie hinweg. Dafür sollten Geschosshöhen, Grundrisse und die technische Gebäudeausrüstung von vornherein berücksichtigen, dass das Gebäude im Verlauf seines Lebens an unterschiedliche Nutzungen und heute noch gar nicht mit Sicherheit absehbare Trends angepasst werden kann.

Dabei sollten innovative Ansätze der Klimaanpassung nicht im Verborgenen bleiben oder nur Experten bekannt sein. Die Innenstadt sollte zum Standort des „Klimahauses“ werden, in dem nicht nur die Herausforderungen des Klimawandels und die globalen Auswirkungen von Veränderungen des Klimas veranschaulicht werden, sondern in dem auch Lösungen aufgezeigt werden, die jeder in seinem Alltag umsetzen kann, um einen Beitrag zum Kampf gegen den Klimawandel zu leisten. Partner dieser Einrichtung könnten Industrie und Energieversorger sein.

Auch die Mobilitätslösungen müssen vorbildgebend gestaltet werden und aufzeigen, wie das Erreichbarkeitsbedürfnis und der Ressourcenschutz miteinander verbunden werden können. Als nachhaltiger, lebendiger und vielfältiger Ort für Einkauf, Wohnen, Arbeit, Freizeit, Genuss und Erholung mit innovativen Veranstaltungskonzepten kann Hamburg Vorbild werden – für Hamburgs Quartiere in den sieben Bezirken, aber auch für andere Städte in Deutschland und im internationalen Wettbewerb der Metropolen. So kann die Innenstadt auf andere Standorte ausstrahlen und internationale Beachtung finden. Dabei ist die polyzentrale Struktur Hamburgs zu berücksichtigen und die Vernetzung der Innenstadt mit den Stadtteilen in den Bezirken mitzudenken, um keine neue Konkurrenz aufzubauen.

### Maßnahmen und Handlungsansätze

- Hamburg „branden“: Das Hamburg-Marketing muss die Hamburgs Innenstadt über ihre Rolle als Shopping-Standort und Tourismusziel hinaus, insbesondere als Ort mit Erlebnischarakter neu vermarkten. Die Marketingstrategie muss dabei lokale und digitale Ansätze verknüpfen und die Kernzielgruppen des Hamburg-Marketings individuell ansprechen. Dabei sollte die Marketingstrategie entsprechend den unterschiedlichen Profilen der Quartiere in der Hamburger Innenstadt individuell zugeschnitten werden.
- Positiven Wandel der Innenstadt als Impuls für die anderen Quartiere der polyzentralen Stadt Hamburg nutzen.

- Klimawende vorbildhaft „fahren“ und Nachhaltigkeit der Angebote von Beginn an mitdenken.
- Nachhaltigkeit als Alleinstellungsmerkmal aktiv vermarkten.
- Inkubatoren schaffen und wissenschaftliche Institute in Kooperation mit den Hamburger Hochschulen in der Innenstadt ansiedeln.
- Digitalisierung der Innenstadt vorantreiben.
- Gemischt genutzten Flächen zu verschiedenen Tageszeiten erproben und etablieren (Einkauf, Gastronomie, Kultur).
- Dachbegrünungs- und Solaranlagenprogramm aufsetzen
- Green-Building- und Green-City-Konzepte weiterentwickeln und umsetzen und so zur „European Green City“ werden.
- Notwendige Voraussetzungen für 3D-Druckverfahren bei Bauprozessen schaffen.
- Projekt Klimahaus als „Edutainment“- Einrichtung umsetzen.

### Professionelles Transformationsmanagement einsetzen

Für den Neuausrichtungsprozess der Hamburger Innenstadt bedarf es eines professionellen Managements, welches die Gesamtentwicklung über alle Fachbereiche hinweg sicherstellt. Eine „Innenstadt GmbH“ unter Aufsicht der Freien und Hansestadt Hamburg<sup>4</sup> wäre hierzu geeignet. Sie muss die Aufstellung eines Masterplans für die Entwicklung der Innenstadt unter Berücksichtigung aller Funktionen (Handel, Dienstleistung, Wohnen, Kultur, Wissenschaft, Tourismus, Gastronomie etc.) vorantreiben und die Beteiligung/Einbindung aller Stakeholder sicherstellen. Außerdem kann die Gesellschaft mit gezielten finanziellen Maßnahmen (Zwischenerwerb von Immobilien oder Finanzierung von innovativen Konzepten) steuernd und korrigierend eingreifen. Da viele Immobilieneigentümerinnen und Immobilieneigentümer (insbesondere private) vor Herausforderungen der Wiedervermietbarkeit ihrer Immobilien stehen, wäre eine der Aufgaben dieser Gesellschaft auch, diese zu beraten. Hierbei lassen sich gemeinsam innovative, langfristige und erfolgreiche Projekte realisieren.

### Maßnahmen und Handlungsansätze

- Stärkung des „Bündnisses für die Innenstadt“. Einbeziehung von Stakeholdern- aus dem Bereich der Kultur-, Freizeit-, Finanz-, Immobilien- und Dienstleistungswirtschaft.
- Besetzung eines Gesamtsteuerungsgremiums mit Vertretern der Handelskammer als der Gesamtinteressenvertreterin der Hamburger Wirtschaft.

<sup>4</sup> Ein Teil der Unternehmen hat in der Diskussion die Auffassung vertreten, dass die Freie und Hansestadt Hamburg nicht Mehrheitsgesellschafter einer solchen Innenstadt GmbH sein sollte.

- Erarbeitung eines umfassenden, integrierten, ressortübergreifenden, gestalterischen und konzeptionellen Masterplans für die Innenstadt unter Einbeziehung aller Stakeholder.
- Priorisierung und Umsetzungshorizonte auf Grundlage einer umfassenden Analyse/Bestandsaufnahme vornehmen.
- Aufbau einer PPP-Gesellschaft<sup>5</sup> zur Entwicklung der Hamburger Innenstadt (wie Hafencity GmbH oder IBA GmbH) mit entsprechenden Befugnissen als Gesamtkurator der Innenstadt. Sie sollte mit entsprechendem Budget als Grundstücksankäufer und Zwischenmieter tätig werden.
- Festlegung von Aufgabenteilung und Ressourcenbeschaffung/-akquise.
- Vereinfachung und Optimierung von Steuerungsstrukturen auf städtischer Ebene (beispielsweise für Genehmigungsverfahren im öffentlichen Raum).
- Vermeidung von Doppel-/Polystrukturen, sondern Bündelung und Einbeziehung aller Stakeholder in den jeweiligen fachlichen Bereichen und gemeinsame Vermarktungsstrategien.
- Beibehaltung, Ausbau und Weiterentwicklung der vorhandenen BID-Strukturen und des BID-Ansatzes als Manager der jeweiligen Quartiere (gemeinsame Abstimmung zur Gesamtstrategie innerhalb der BIDs).
- Etablierung einer Prozessstruktur die sich kontinuierlich mit Innovationen und notwendigen Anpassungen der Innenstadt beschäftigt (Change-Management).
- Einbeziehung und Diskurs von und mit Immobilienbesitzerinnen und Immobilienbesitzern.
- Digitalisierung der Innenstadt vorantreiben (auf allen Ebenen).

### Wichtige Projekte

#### *Innenstadt GmbH*

Zur Gesamtkuration und der Steuerung des Transformationsprozesse für die Hamburger Innenstadt sollte eine Innenstadt GmbH gegründet werden. Sie übernimmt nach Vorbild anderer Entwicklungsgesellschaften (z. B. Hafencity GmbH oder IBA GmbH) das Management für das Gesamtvorhaben Innenstadtentwicklung, entwickelt Schlüsselgrundstücke, übernimmt das Transformationsmanagement und entwickelt Leitprojekte. Sie arbeitet konstruktiv und unterstützend mit allen Innenstadttak-

teuren und den BID-Projekten zusammen und fördert damit den Gedanken des privaten, solidarischen Engagements im öffentlichen Raum. Außerdem kann die Gesellschaft im Rahmen einer Private-Public-Partnership (PPP) ein Mietenpooling entwickeln und umsetzen und damit die Nutzungsmischung in der Hamburger Innenstadt verbessern.

### Für weitere notwendige Rahmenbedingungen sorgen

Über die vorstehend beschriebenen Handlungsfelder hinaus, müssen weitere Rahmenbedingungen verändert werden. Dazu sind die nachfolgend aufgeführten Landes- oder bundespolitischen Initiativen nötig, die keinem Handlungsfeld eindeutig zugeordnet werden können.

#### Maßnahmen und Handlungsansätze

- Beschleunigung von Bau- und Nutzungsgenehmigungen durch die Einsetzung einer privatwirtschaftlich organisierten Sondergruppe (Beispiel Hafencity GmbH).
- Klare Zuständigkeiten zwischen dem Senat mit den unterschiedlichen Fachbehörden und dem Bezirksamt Hamburg-Mitte sowie der Hafencity Hamburg GmbH schaffen.<sup>6</sup>
- Frühzeitig mit Stakeholdern wie Eigentümern, aber auch der breiten Öffentlichkeit über die Entwicklung der Innenstadt kommunizieren und zu Wettbewerben für Zukunftsideen aufrufen.
- Bauplanungs- und Bauordnungsrecht überarbeiten und anpassen, um Transformationsprozesse zu beschleunigen und zu erleichtern, z. B. durch Stärkung der sog. Genehmigungsfiktion.
- Ausbau der Betreuung von Randständigen in der City durch ein professionelles Team, um Interessenkollisionen der unterschiedlichen City Nutzer miteinander vorzubeugen.
- Stärkere Fokussierung auf maritime Themen in allen Bereichen (Tourismus, Einkaufen, Freizeitgestaltung, Gastronomie, Sport, Marketing etc.).
- Sondernutzungsgenehmigungen unter Berücksichtigung der Erreichbarkeit vereinfachen.

<sup>5</sup> Ein Teil der Unternehmen hat sich dafür ausgesprochen, dass die Beteiligten an der Transformationsagentur als Leitlinie für deren Arbeit ein „Bündnis für die Innenstadt“ nach dem Vorbild des „Bündnisses für das Wohnen“ zwischen der Wohnungswirtschaft und dem Senat schließen und darin verbindliche Ziele vereinbaren.

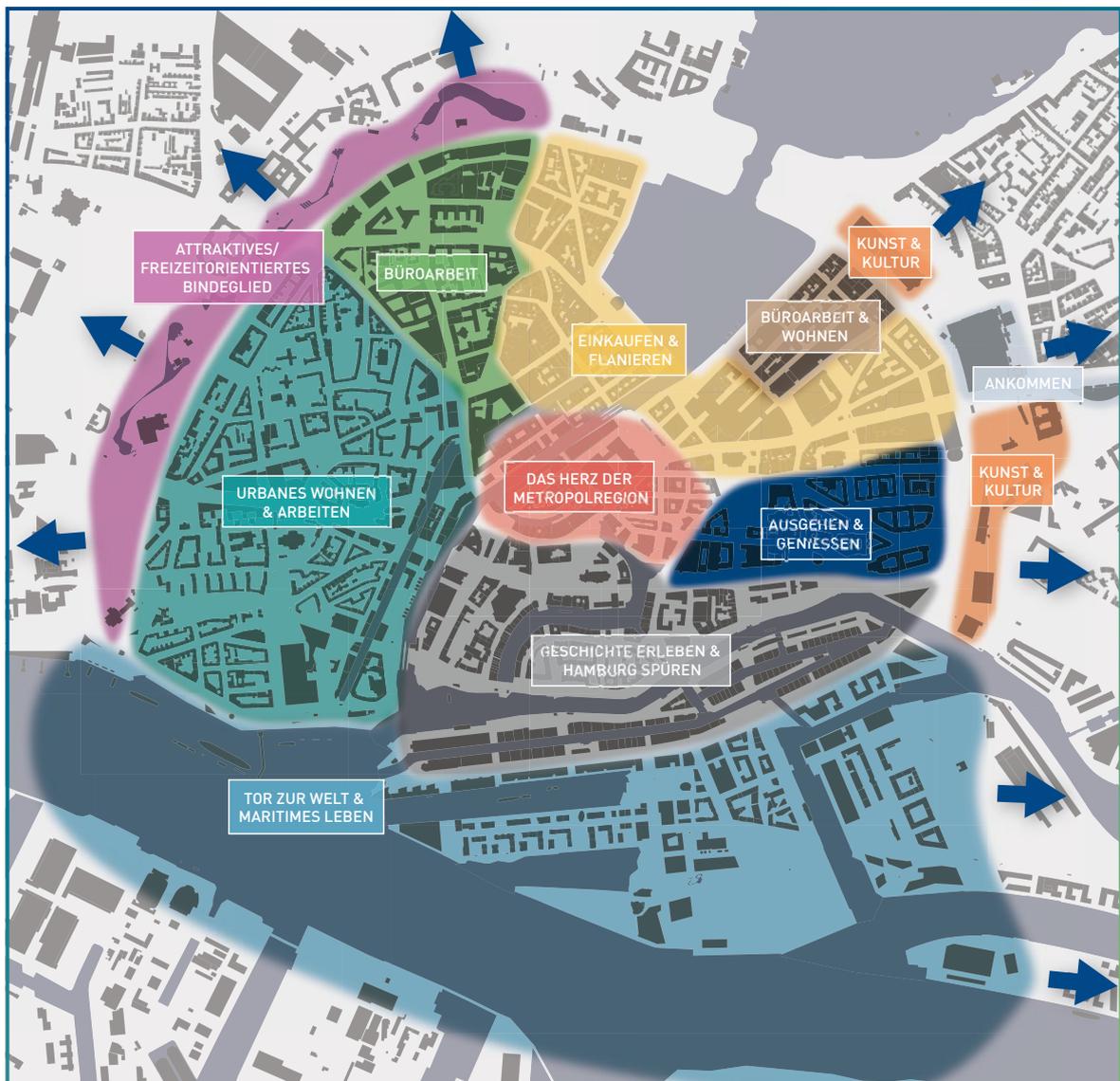
<sup>6</sup> Einzelne Unternehmen haben sich in der Diskussion dafür ausgesprochen, die Position eines Staatsrates für die Innenstadt beim Senat zu schaffen, der die Kompetenzen und Zuständigkeiten bündelt. Zudem haben einzelne Unternehmen angeregt, die Innenstadt mit der (westlichen) Hafencity aus dem Bezirk Hamburg-Mitte herauszulösen und als selbständige Verwaltungseinheit bzw. eigenständigen Bezirk dem Senat zu unterstellen.

## VI. Funktionskonzept

Das entwickelte Funktionskonzept baut auf den Ergebnissen der SWOT-Analyse und dem formulierten Zielbild mit den Handlungsfeldern auf. Es definiert elf Quartiere in der Hamburger Innenstadt mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten (siehe Karte „Funktionskonzept“). Diese Quartiere zahlen in unterschiedlicher Ausprägung auf die Unterziele/Handlungsfelder des Zielbildes ein (siehe Grafik „Einzahlung Quartiere auf Handlungsfelder“)

Die elf Quartiere sind im Folgenden hinsichtlich ihrer inhaltlichen Schwerpunkte im Gesamtgefüge der Hamburger Innenstadt beschrieben. Darüber hinaus sind für die einzelnen Quartiere konkrete ortsspezifische Maßnahmen aufgeführt, deren Umsetzung die jeweiligen Stadtviertel stärkt und insgesamt eine vielfältige, nutzungsgemischte und zukunftsfähige Gesamtentwicklung der Innenstadt ermöglicht (siehe Karte „Maßnahmen“).

### Funktionskonzept



**Einzahlung der Quartiere auf die Handlungsfelder**





### Das Herz der Metropolregion

Angelegt nach dem Großen Brand von 1842, ist der Rathausmarkt das Zentrum der Hamburger Innenstadt und war bis in die 1970er Jahre ein zentraler Verkehrsknotenpunkt im Hamburger Straßenbahnnetz. Er wird heute für Großveranstaltungen wie den Weihnachtsmarkt, Open-Air-Kino, Sportevents etc. genutzt. Der Bereich um den Rathausmarkt ist geprägt von Kontor- und Geschäftshäusern, in denen sich überwiegend Büros und Einzelhandelsgeschäfte befinden. Mit dem Rathaus, Sitz von Bürgerschaft und Senat, und der Handelskammer ist der Bereich das politische und wirtschaftliche Zentrum der Hansestadt und der gesamten Metropolregion.

<b>01</b>	Einrichtung eines modernen Hamburg Visitor Center am Rathausmarkt
<b>02</b>	Entwicklung eines Konzepts zur Sichtbarmachung von Zielen und Aufgaben von Politik und Verwaltung (z. B. als Haus der Bürgerschaft)
<b>03</b>	Umsetzung von zusätzlicher Außengastronomie am Rathausmarkt im Bereich Reesendamm (statt Bussen)

### Einkaufen & Flanieren

Der traditionelle Einkaufsbereich der Hamburger Innenstadt erstreckt sich in einem Halbkreis um die Binnenalster von der Spitalerstraße/Mönckebergstraße im Osten, über den Jungfernstieg und das Passagenviertel im Süden, bis hin zum Gänsemarkt und den Colonnaden im Westen. Hier sind nahezu alle nationalen und internationalen Handelsmarken vertreten, ergänzt durch spezialisierte und inhabergeführte Geschäfte, hochpreisige Anbieter und Luxusmarken. Außerdem gibt es einige Einkaufspassagen und eine Vielzahl gastronomischer Angebote.

<b>01</b>	Umsetzung eines Markthallenkonzepts (z. B. UG und EG des ehemaligen Gebäudes von Galeria-Kaufhof)
<b>02</b>	Bau einer Seebühne/eines Laufstegs auf der Binnenalster
<b>03</b>	Aufwertung und Belebung des Gerhard-Hauptmann-Platzes
<b>04</b>	Begrünung der Mönckebergstraße als „Amazonas Mönckebergstraße“
<b>05</b>	Verstärkte Nutzung von Fleeten für gastronomische Angebote (Biergärten/Beachclubs)

## Geschichte erleben & Hamburg spüren

In den Bereichen der Hamburger Altstadt rund um den Domplatz, den Hopfenmarkt und das Nikolaifleet ist die Historie Hamburgs allgegenwärtig. Auf dem Domplatz stand nicht nur über Jahrhunderte der mittelalterliche Mariendom, sondern unter dem Platz werden auch die Reste der als Keimzelle der Stadt geltenden frühmittelalterlichen Hammaburg vermutet. Das Nikolaifleet, früher Hauptmündungsarm der Alster in die Elbe, ist Ausgangspunkt der Entwicklung des Hamburger Hafens. Es verfügt über den letzten erhaltenen Fleetabschnitt mit der typischen althamburgischen Bebauung. Der Hopfenmarkt, unmittelbarer Vorplatz des Mahnmahls St. Nikolai, war einmal der Hauptplatz der mittelalterlichen Neustadt. Bevor der Marktbetrieb 1911 auf den Deichtorplatz verlegt wurde, hatte er mit bis zu 900 Marktständen als ein belebter Marktplatz und Treffpunkt gedient.

01	Umgestaltung des Hopfenmarktes und Etablierung eines dauerhaften Marktkonzepts (wie Münchener Viktualienmarkt oder Naschmarkt Wien)
02	Realisierung einer Außenstelle des Hafenmuseums mit direkter Wassertaxiverbindung in das Hafenmuseum
03	Schaffung von archäologischen Schaufenstern im Bereich Hopfenmarkt und Domplatz

## Kunst & Kultur

Der östliche Wallring, zwischen Alster und dem Oberhafen, hat sich seit Ende des 19. Jahrhunderts zu einer Kunst- und Kulturmeile entwickelt. Zwischen der Kunsthalle im Westen und den Deichtorhallen im Südosten sind noch der Kunstverein Hamburg, das Kultur- und Veranstaltungszentrum Markthalle, die Bücherhallen sowie das Museum für Kunst und Gewerbe angesiedelt. Durch ihre Lage entlang der Bahntrasse und die Durchschneidung durch große Straßenachsen, ist die Kunst- und Kulturmeile bisher nur schwer als Ganzes wahrnehmbar.

01	Überdeckung der östlichen und westlichen Gleisfelder für neue Nutzungen (z. B. Erweiterung Kunsthalle, Neubauten Evolutioneum, Science-Center und Haus der digitalen Welt).
02	Weiterentwicklung der Bücherhalle zu einer Bibliothek des 21. Jahrhunderts.
03	Räumliche Aufwertung des östlichen Wallrings und Verbindung der Kunst- und Kultureinrichtungen.

## Ankommen/Tor zu Hamburg

Mit über einer halben Millionen Reisenden pro Tag ist der Hamburger Hauptbahnhof der wichtigste Verkehrsknotenpunkt in Norddeutschland und der meistfrequentierte Fernbahnhof der Deutschen Bahn. Er ist Umsteigeknoten für die zahlreichen Pendler zwischen Fern- und Regionalbahnen, U- und S-Bahnen und Bussen. Ergänzt wird der Hauptbahnhof durch den Zentralen Omnibusbahnhof (ZOB) in unmittelbarer Nähe, von dem aus ein Buslinienetz diverser Anbieter Hamburg mit weiten Teilen Europas verbindet. Durch seine zentrale Lage fungiert der Bereich um den Hauptbahnhof als Eingangstor zur Hamburger Innenstadt und als Scharnier zwischen Innenstadt und dem Stadtteil St. Georg.

01	Ausbau des Hamburger Hauptbahnhofs zur Kapazitätssteigerung
02	Umgestaltung des Bahnhofsumfeldes als Tor zur Innenstadt und Scharnier zwischen Innenstadt und St. Georg
03	Schaffung einer besseren Verbindung zwischen Hauptbahnhof und ZOB
04	Stärkung intermodaler Mobilitätsangebote wie Carsharing und Angebote für Leih-Fahrräder im Umfeld des Hauptbahnhofs

## Büroarbeit

Der Bereich zwischen Heuberg/Axel-Springer-Platz, des Gänsemarktes, rund um den Valentinskamp bis zum Johannes-Brahms-Platz ist ein fast ausschließlich durch Bürogebäude geprägtes Areal. In den Erdgeschosszonen dieses Bereichs befinden sich meist höherpreisige Fachgeschäfte und gastronomische Angebote, die vor allem auf die Verpflegung der Bürobeschäftigten ausgerichtet sind. Außerdem befinden sich in dem Quartier mehrere Hotels unterschiedlicher Preisklassen und Einrichtungen der öffentlichen Verwaltung wie beispielsweise das Bezirksamt Hamburg-Mitte oder die Finanzbehörde. Zudem hat sich im Gängeviertel eine lebendige Kultur- und Kunstszene angesiedelt und es wurde preisgünstiger Wohnraum geschaffen.

01	Verstärkte Öffnung der Laeiszhalle und der Staatsoper für ihre Umgebung im Rahmen von Veranstaltungen mit Festivalcharakter
----	---

## Urbanes Wohnen & Arbeiten

Das im westlichen Bereich liegende Quartier rund um den Großneumarkt ist das einzige größere zusammenhängende Wohnviertel der Hamburger Innenstadt mit etwa 12.000 Bewohnern (Stadtteil Neustadt). Neben Nahversorgungseinrichtungen befindet sich auch eine Vielzahl von kleineren inhabergeführten Läden und gastronomischen Angebote im Quartier Neustadt.

<b>01</b>	Bau einer Quartiersgarage unter dem Großneumarkt
<b>02</b>	Entwicklung eines Spielplatzes und Quartier-Treffs auf dem Großneumarkt.

## Büroarbeit & Wohnen

Im Bereich zwischen Spitalerstraße und der Binnenalster befindet sich rund um die Ferdinand- und Gertrudenstraße ein Quartier, in dem eine Mischung aus Büro- und Wohnnutzungen vorhanden ist. In der inneren Innenstadt ist dies das einzige Quartier, in dem auch Wohnungen in nennenswertem Umfang vorhanden sind. Geprägt wird es dennoch von den Bürogebäuden und einer sehr verdichteten Blockrandbebauung.

<b>01</b>	Aufstockung von Bürogebäuden mit Wohnungen
<b>02</b>	Aufwertung und Belebung des Gertrudenkirchhofes

## Ausgehen und Genießen

Das Kontorhausviertel liegt im östlichen Bereich der Innenstadt und ist mit seinen markanten Gebäuden des Backsteinexpressionismus (erbaut etwa 1920 bis 1940) seit 2015 als Gesamtensemble zusammen mit der Speicherstadt UNESCO-Weltkulturerbe. Neben Büros, Dienstleistungsbetrieben und spezialisierten Einzelhandelsgeschäften befinden sich dort auch zahlreiche Gastronomiebetriebe. Der zentrale Burchardplatz wird abgesehen von einem Wochenmarkt ausschließlich als öffentlicher Parkplatz genutzt.

<b>01</b>	Neugestaltung des Burchardplatzes und Nutzung durch gastronomische und kulturelle Angebote
-----------	--

## Tor zur Welt & Maritimes Leben

Im Bereich der Landungsbrücken, des nördlichen Hafens mit den Musicaltheatern und der westlichen HafenCity ist das Bild Hamburgs als dem Tor zur Welt allgegenwärtig. Hier stehen maritimes Wohnen, Arbeiten und Freizeitgestaltung mit und am Wasser im Mittelpunkt. Der Bereich ist traditionell auch Ziel vieler Touristen, dient aber auch den Hamburgern als Anlaufpunkt für Einkäufe, zur Wahrnehmung kultureller Angebote, für den Besuch von Gastronomie und für Freizeitaktivitäten.

<b>01</b>	Umsetzung einer attraktiven und innovativen Verbindung von Jungfernstieg/Mönckebergstraße über Speicherstadt/HafenCity zu Musicaltheatern und Hafensemuseum.
<b>02</b>	Ganzjährige kulturelle Bespielung der Elbpromenade mit ihren einem Amphitheater ähnelnden Stufenanlagen zwischen Baumwoll und Landungsbrücken

## Attraktives/freizeitorientiertes Bindeglied

Die ehemaligen westlichen Befestigungsanlagen Hamburgs wurden nach dem Ende der französischen Besatzung (1814) abgetragen und in Grünanlagen umgewandelt. Insbesondere der Park Planten un Blumen, der immer wieder Ort von internationalen Gartenbauausstellungen war, ist heute ein beliebtes Ausflugs- und Naherholungsziel mit öffentlichen Theater- und Musikaufführungen, den Wasserlichtkonzerten, zahlreichen Spielplätzen, Ruheazonen, einer Eisbahn und anderen Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung.

<b>01</b>	Verbesserung der Verbindung von der Innenstadt zu den Wallanlagen (z. B. durch grüne Querungsmöglichkeiten)
<b>02</b>	Umsetzung eines dauerhaften Jahrmarkts im Bereich Heiligengeistfeld/Große Wallanlagen (wie Tivoli Kopenhagen)

### Maßnahmen



## Quellen

- |                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Architekturwelt 2017            | - Schwarzer.de Software + Internet GmbH (Hrsg.) (2017): Die multifunktionale Stadt: das Modell der Zukunft unter der Lupe, Juni 2017, Mainz.  |
| bpw                             | - Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.) (2018): Wir sind die Stadt - Wie Bürger und Bürgerinnen an der Entwicklung der Städte mitwirken, Juli 2018, Bonn.   |
| Bundesstiftung Baukultur et al. | - Bundesstiftung Baukultur/Deutscher Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung/Handelsverband Deutschland/urbanicom (2020): Stoppt den Niedergang unserer Innenstädte, September 2020, Berlin/Potsdam. |
| Difu                            | - Deutsches Institut für Urbanistik (2020): Stadtentwicklung in Coronazeiten - eine Standortbestimmung, Juli 2020, Berlin.  |
| DST                             | - Deutscher Städtetag (2021): Zukunft der Innenstadt - Entwurf eines Diskussionspapiers, Februar 2021, Berlin/Köln.   |
| DStGB                           | - Deutscher Städte- und Gemeindebund (Hrsg.) (2020): Innenstädte stärken. Allianz von Stadt und Handel intensivieren, DStGB-Positionspapier, Juli 2020, Berlin.   |
| HHT                             | - Hamburg Tourismus GmbH (2015): Wirtschaftsfaktor Tourismus - Hamburg und die Metropolregion, Mai 2015, Hamburg.   |
| IFH                             | - Institut für Handelsforschung GmbH (Hrsg.) (2021): Vitale Innenstädte 2020 - Stadtperformance und Kundenverhalten zwischen Strukturwandel, Lockdown und Onlinehype, Februar 2021, Köln.                         |
| Statistikamt Nord               | - Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (Hrsg.) (2020): Statistische Berichte. Beherbergung im Reiseverkehr in Hamburg Dezember 2019 - Vorläufige Ergebnisse, Februar 2020, Hamburg.               |
| ZDE                             | - Zukunft des Einkaufens (2020): Whitepaper - Der Handel im Jahr 2025, März 2020, Düsseldorf.   |
| Zukunftsinstitut                | - Zukunftsinstitut GmbH (2021): Megatrend-Dokumentation, April 2021, Frankfurt am Main.   |

**Diskutieren Sie mit! Finden Sie weitere Informationen zum Stand des Projekts, Ideen und Impulse für Hamburg im Jahr 2040 – und die Möglichkeit, sich einzubringen auf**

**[www.hamburg2040.de](http://www.hamburg2040.de)**



Herausgeber:

Handelskammer Hamburg | Adolphsplatz 1 | 20457 Hamburg  
Postfach 11 14 49 | 20414 Hamburg | Telefon 040 36138-138  
Fax 040 36138-270 | [service@hk24.de](mailto:service@hk24.de) | [www.hk24.de](http://www.hk24.de)

Redaktion:

Geschäftsbereich Nachhaltigkeit und Mobilität  
Manuel Kienzler, Jan-Oliver Siebrand, Christoph Färber, Joana Schleinitz.

Grafiken Copyright:

Michael Holfelder und Handelskammer Hamburg

*Dank gebührt allen engagierten Unternehmerinnen und Unternehmern sowie allen Beteiligten in den Geschäftsbereichen der Handelskammer Hamburg für ihre Mitwirkung bei der Entstehung dieses Standpunktepapiers.*

Handelskammer Hamburg  
Geschäftsbereich Nachhaltigkeit und Mobilität

Mai 2021