

Kommunaler Stadtentwicklungsscheck

Der Einzelhandel in unseren Städten und Gemeinden ist ein wesentlicher Faktor der Kommunalentwicklung. Die Innenstädte und Ortszentren haben jahrzehntelang von einem starken und frequenzbringenden Einzelhandel profitiert. Darüber hinaus ist der Lebensmitteleinzelhandel das Rückgrat der Nahversorgung für die Bevölkerung in Stadt und Land.

Insbesondere Innenstädte, Stadtteilzentren und Ortszentren in Kommunen aller Größenordnungen sind in den vergangenen Jahren verstärkt unter Druck geraten und unterliegen einem enormen Strukturwandel. Ein Motor dieser Entwicklung ist zu einem erheblichen Teil die fortschreitende Digitalisierung unserer Gesellschaft. Neben weiteren Faktoren zieht die Digitalisierung einen weiter steigenden Online-Handel nach sich und macht Versorgungseinkäufe in unseren Innenstädten und Ortszentren nicht mehr zwingend erforderlich. Während einige, auch inhabergeführte Einzelhändler, durch eigene Weiterentwicklung von der Digitalisierung profitieren, stellen veränderte Kundenansprüche und -anforderungen andere Händler vor große Herausforderungen.

In vielen Zentren ist in den vergangenen Jahren ein zum Teil deutlicher Rückgang an Einzelhandelsbetrieben festzustellen. Neben den Schließungen von kleineren Fachgeschäften trifft dies z.B. auch zunehmend Filialbetriebe aus dem Textilbereich. Der Rückzug des Einzelhandels aus bestimmten Lagen hat eine geringere Nachfrage nach Verkaufsflächen zur Folge. Dies verstärkt sich in vielen Kommunen, die in der Vergangenheit Verkaufsflä-

chenschwerpunkte auf der grünen Wiese bzw. in Gewerbegebieten entwickelt haben. Der in vielen Innenstädten und Ortszentren durch Zählungen nachgewiesene Rückgang der Kundenfrequenz ist die sichtbare und für die verbleibenden Einzelhändler spürbare Konsequenz.

Die stadträumliche Bedeutung des Einzelhandels zeigt sich bereits heute in den Städten, in denen der Einzelhandel seine innerstädtische Leitfunktion verliert oder bereits verloren hat und immer mehr Leerstände entstehen. Dies hat nicht nur ein geringeres Versorgungsangebot zur Folge, sondern wirkt sich durch die Verringerung der Passantenfrequenz, der Aufenthaltsqualität, der Immobilienwerte usw. negativ auf die Stadtentwicklung insgesamt aus. Der Einzelhandel ist in diesem Zusammenhang als wesentlicher Standortfaktor für die Gesamtattraktivität der Kommunen zu bezeichnen.

Ein lebendiges, multifunktionales Zentrum inkl. Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie sowie einer wohnortnahen Versorgung ist jedoch entscheidend für die langfristige Attraktivität einer Kommune als Wohn- und Arbeitsort.

Funktionsfähige und vitale Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren müssen vor dem Hintergrund dieser Rahmenbedingungen künftig noch stärkere Nutzungsmischungen aufweisen und neben einer hohen Aufenthaltsqualität für Bewohner und Besucher auch einen attraktiven Mix aus Einkaufen, Kultur, Freizeit und Entspannung bieten. Die Zentren müssen von reinen Standorten des Versorgungseinkaufs zu Erlebnisräumen entwickelt werden, um die Menschen emotional anzusprechen und sie künftig noch, oder wieder stärker, in diese Lagen zu locken.



Ansprechpartner
Josef Ebnet
Tel. 0941 5694-211
ebnet@regensburg.ihk.de

www.ihk-regensburg.de

Must-Haves der Stadtentwicklung

Basismaßnahmen (Pflicht)

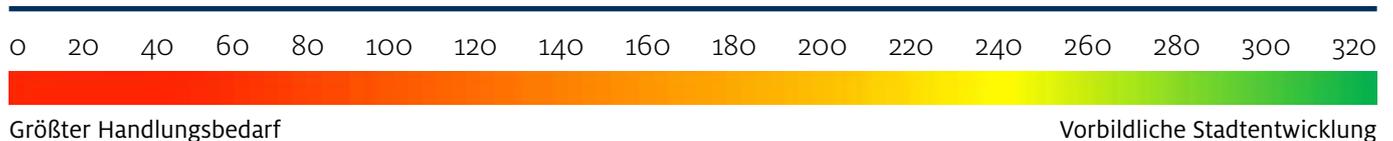
	ja	nein	teilweise
(1) Aktuelles Stadt-/Ortsentwicklungskonzept (ISEK) oder Masterplan (vom Stadtrat auf Basis eines ISEK beschlossene Ziele und Maßnahmen der Kommunalentwicklung, Entwicklung ausreichender Wohn- und Gewerbeflächen, letzte Überprüfung der Ziele und Aktualität des ISEK nicht älter als 5 Jahre)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) Aktuelles kommunales Einzelhandelskonzept (vom Stadtrat beschlossenes Steuerungskonzept für den Einzelhandel, inkl. künftiger Entwicklungspotenziale, Ziele und Maßnahmen, letzte Überprüfung der Ziele und Aktualität des Konzepts nicht älter als 3 Jahre)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) Kommunale Gesamtdigitalisierungsstrategie (Entwicklung und Umsetzung einer themenübergreifenden Digitalisierungsstrategie, z.B. Standortvermarktung, Bürgerservice Verwaltung, Stadtwerke für eine smartere und ressourcenschonendere Kommunalentwicklung)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) Standortmarketing (Markenbildungsprozess als Basis, Definition Selbst-/Fremdbild, „Für was stehen wir?/Was bieten wir?“, Aufbau und Umsetzung eines ganzheitlichen Stadt-/Ortsmarketings inkl. Identifikationskern)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) Aktives Leerstandsmanagement durch die Kommune (Strategiegespräche mit Eigentümern, laufende Aktualisierung und Kommunizieren des Flächenpools, Investoren zu Schlüsselimmobilien und -grundstücken, kommunale Unterstützung für Eigentümer, z.B. durch Geschäftsflächenförderprogramm)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(6) Ständiges Innenstadtmonitoring (ständige Überprüfung als Erfolgskontrolle des Angebots-/Nutzungsmix, regelmäßige Befragungen zur Besucherzufriedenheit, Besucherfrequenzmessungen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(7) Einbindung externer Experten in die Stadtentwicklung (mindestens jährlicher persönlicher Austausch, Strategiegespräche u.a. mit institutionellen Vertretern der Wirtschaft wie IHK, Handelsverband, HWK sowie politischen Vertretern und Stadtverwaltung und ggf. Fachexperten, regelmäßige Berücksichtigung von „best-practice“-Beispielen aus anderen Kommunen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(8) Rechtzeitige Einbindung relevanter Akteure (frühzeitige Identifikation und zielführende sowie zielgerichtete Beteiligung der jeweils Betroffenen, u.a. Bürger, in geeigneten Formaten zum richtigen Zeitpunkt)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(9) Unterstützung von und Abstimmung mit Unternehmen (mindestens 2 x jährlich institutionalisierte Strategiegespräche von Politik und Verwaltung mit Unternehmen, Unternehmernetzwerk, Unterstützung von Werbegemeinschaften)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(10) Multifunktionalität im Zentrum (Sicherung der Leitfunktion Einzelhandel, Ansiedlung von Dienstleistungen, Freizeit, Kultur und Bildung, Konzeption und Umsetzung von Mixed-Use-Immobilien mit den Eigentümern, Berücksichtigung unternehmerischer Flächenbedarfe/-anforderungen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(11) Innerstädtische Aufenthaltsqualität (attraktive/angemessene Gestaltung als Identifikationskern inkl. Stadtmobiliar, Sitz-/Spielmöglichkeiten, Begrünung, Sauberkeit und Sicherheit)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(12) Verkehrs-/Park-/Besucherleitsystem (attraktives und ausreichendes Stellplatzangebot in fußläufiger Zentrumsentfernung, einheitliches und abgestimmtes Leitsystem (ggf. elektronisch) als Basis für eine gute Erreichbarkeit, Paybacksystem Parkgebühren, kostenlose ÖPNV-Angebote)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Etablierungsmaßnahmen (Kür)

	ja	nein	teilweise
(13) Quartiers-/Innenstadtmanagement (institutionalisiertes Management von Innenstadt/Ortszentrum mit einem zuständigen Innenstadtkoordinator inkl. Kompetenzen, Zu-/Durchgriff in der Verwaltung und Budget)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(14) Fördermittel als Impuls für Investitionen (Impuls für private und kommunale Investitionen, z.B. Städtebauförderung, Europäische Fördermittel, Digitalisierungsförderung)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(15) Digitale Sichtbarkeit der Unternehmen (Vollständigkeit und Aktualität der relevanten Informationen u.a. von Handel, Gastronomie, Dienstleistungen, Bündelung der digitalen Inhalte, Workshops für Unternehmer zur Verbesserung ihrer digitalen Sichtbarkeit)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(16) Lokales/Regionales Gutscheinsystem (Anwerbung Ausgabestellen, barrierefreies System, Unterstützung bei Abwicklung)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(17) Eventkonzept (Durchführung von Marktsonntagen als Frequenzbringer und weiteren qualitätsvollen Veranstaltungen auf Basis eines klaren und zielgerichteten Konzepts, Erfolgskontrolle durch Besucherbefragungen/-zählungen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(18) Attraktiver Wochenmarkt (Planung und Durchführung eines attraktiven und frequenzsteigernden Wochenmarktes im Zentrum)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(19) Baustellenmanagement (frühzeitige Information und Abstimmung der Baustelle mit den Betroffenen, in Abhängigkeit des Maßnahmenumfangs mindestens 3 Monate vor Beginn, z.B. Zeitplan, Maßnahmen zur Reduzierung von Auswirkungen, Baustellenführungen, -feste)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(20) Umweltfreundliche und vernetzte Mobilität (z.B. durch attraktiven ÖPNV, Fahrradfreundlichkeit, E-Mobilität, Carsharing)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Gesamtpunktzahl _____

Stadtentwicklungsbarometer



Durchführung des Stadtentwicklungschecks

Bewerten Sie den Umsetzungsstand der einzelnen Maßnahmen in Ihrer Kommune mit „vollständig umgesetzt“, „teilweise umgesetzt/begonnen“ oder „nicht umgesetzt“. Die ersten **Basismaßnahmen (Pflicht)** haben in der Auswertung aufgrund der fundamentalen Bedeutung für eine strategisch angelegte Stadtentwicklung eine doppelte Gewichtung gegenüber den weiteren **Etablierungsmaßnahmen (Kür)** und stellen gewissermaßen den verpflichtenden/notwendigen Grundlagenbausatz der Stadtentwicklung dar. Zählen Sie nach Ihrer Bewertung die angekreuzten Punkte zu Ihrer Gesamtpunktzahl zusammen. Die Punkteskala auf dem Stadtentwicklungsbarometer zeigt Ihnen wie groß ihr Handlungsbedarf ist.

Bewertung Status Quo

Basismaßnahmen 1 bis 12 (Pflicht)

Vollständig umgesetzt (ja)	20 Punkte
Teilweise umgesetzt/begonnen	10 Punkte
Nicht umgesetzt (nein)	0 Punkte

Etablierungsmaßnahmen 13 bis 20 (Kür)

Vollständig umgesetzt (ja)	10 Punkte
Teilweise umgesetzt/begonnen	5 Punkte
Nicht umgesetzt (nein)	0 Punkte

Erreichbare Höchstpunktzahl 320 Punkte



Zeichnung: cima/rosenthal 2018

Was lockt uns in die Innenstädte/Ortszentren?

Aus Sicht der IHK ist auch in der Zukunft eine nachhaltige Stadtentwicklung mit lebendigen Zentren und einer funktionierenden bürgernahen Nahversorgung möglich und sollte daher auch weiterhin ein wesentliches Ziel kommunaler Planungen sein. Um diese Ziele zu erreichen und den großen Herausforderungen zu begegnen, braucht es jedoch erhebliche Anstrengungen und eine breite Allianz aus

- hoher Kompetenz und Einsatzbereitschaft der Verwaltungsspitze,
- entschlossenem politischem Handeln mit konsequenten Entscheidungen zum Wohle der Kommunalentwicklung auf Basis transparent erarbeiteter Konzepte mit Zielen und Strategien,
- engagierten und motivierten kommunalen Verwaltungen für die Umsetzung der politischen Entscheidungen und
- hohem privatem Engagement aus Unternehmerschaft und Stadtgesellschaft.

Der vorliegende Stadtentwicklungcheck mit dem Schwerpunkt der kommunalen Einzelhandelsentwicklung stellt eine Checkliste mit Erfolgsfaktoren für eine zielgerichtete kommunale Stadt- und Einzelhandelsentwicklung dar. Insofern dient er als Entscheidungshilfe und Planungswerkzeug für die Entscheider vor Ort und richtet sich insbesondere an

- Bürgermeister/innen
- Politische Entscheider (z.B. Stadt-/ Gemeinderäte)
- Stadtbaumeister/innen
- Mitarbeiter/innen im Themenfeld Stadtentwicklung und -planung
- Werbegemeinschaften/Stadtmarketingorganisationen

Der Stadtentwicklungcheck zeigt mit den folgenden konkreten und umsetzungsorientierten Maßnahmen dringend erforderliche Maßnahmen („Must-Haves“) einer langfristig orientierten und strategischen Stadtentwicklung auf.

Der Check ermöglicht,

- die Überprüfung des Status Quo,
- die Ermittlung des kommunalen Handlungsbedarfes und
- die Identifikation von Entwicklungsoptionen hin zu einer noch lebenswerteren und langfristig erfolgreicherer Kommune.

Impressum

Herausgeber

© IHK Regensburg für Oberpfalz / Kelheim
D.-Martin-Luther-Str. 12 | 93047 Regensburg

Inhalt

CIMA Beratung + Management GmbH
München | info@cima.de

cima.

Redaktion

IHK Regensburg für Oberpfalz / Kelheim

Gestaltung

grafica, Astrid Riege, Lappersdorf
Tel. 0941 8305308 | riege@grafica-design.de

www.ihk-regensburg.de/stadtentwicklungcheck