

# Fokus Niedersachsen

Unser Blickpunkt auf die Wirtschaft



## Zukunft Innenstadt II

Chancen und Herausforderungen für Niedersachsens Innenstädte

Juni 2023



# Wer wir sind

Die IHK Niedersachsen ist die Landesarbeitsgemeinschaft der sieben niedersächsischen Industrie- und Handelskammern:

- IHK Braunschweig
- IHK Hannover
- IHK Lüneburg-Wolfsburg
- Oldenburgische IHK
- IHK Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim
- IHK für Ostfriesland und Papenburg
- IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum

Sie vertritt rund 500.000 gewerbliche Unternehmen gegenüber Politik und Verwaltung.

## Zukunft Innenstadt II



### Juni 2023 | Einleitung – was bisher geschah:

Über die Entwicklung der Innenstädte wird intensiv diskutiert. Das ist gut so, denn es zeigt, wie groß die Sorge ist, dass die „Wohnzimmer“ unserer Kommunen ausgehöhlt werden oder gar verloren gehen könnten. Die breite Diskussion auf gesellschaftlicher, politischer und wirtschaftlicher Seite wurde und wird von den niedersächsischen Industrie- und Handelskammern ausdrücklich begrüßt und konstruktiv begleitet. Mit unserer Publikation „Fokus Niedersachsen – Zukunft Innenstadt“ hatten wir uns bereits im Januar 2021 mit Ideen, aber auch Empfehlungen an Politik, Verwaltung und weitere Innenstadtakteure gewandt.

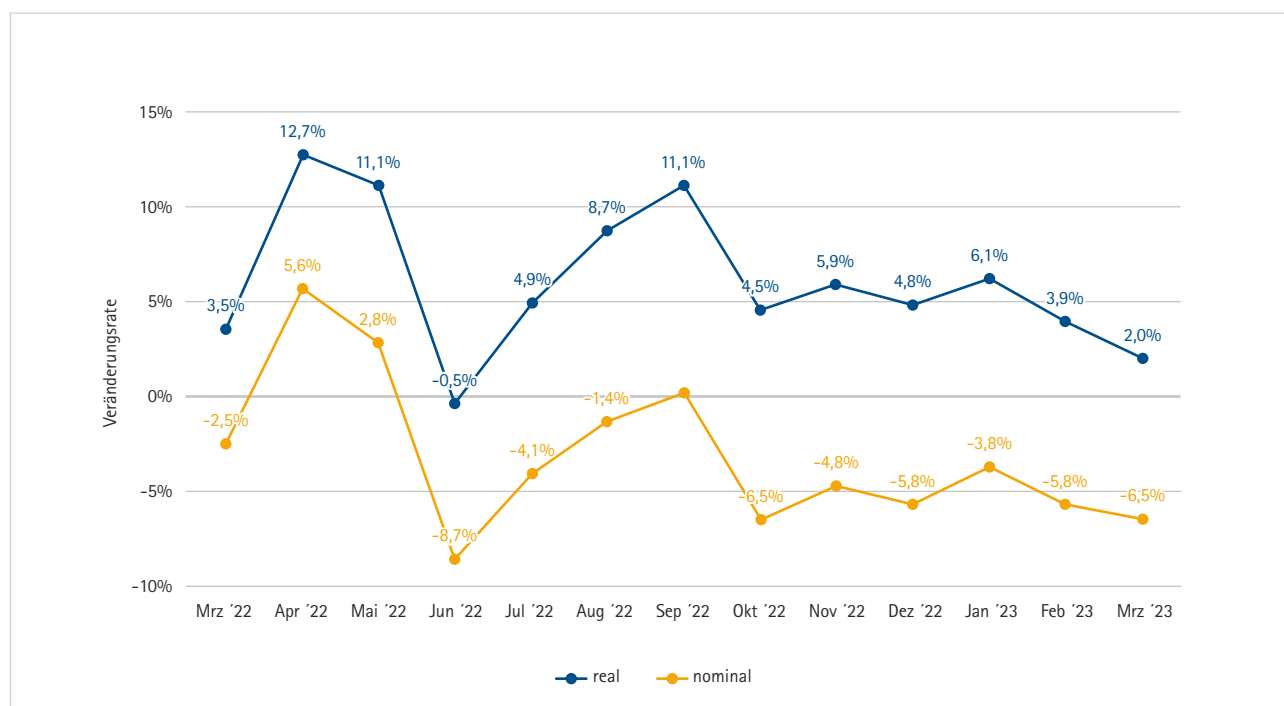
Inzwischen haben wir eine grundlegende Weiterentwicklung unserer Ideen vorgenommen. Nicht zuletzt auch deshalb, weil sich das „innerstädtische Rad“ enorm schnell weitergedreht hat. Viele unserer damals aufgeführten Punkte – wie zum Beispiel die Forderungen nach Förderkulissen für Innenstädte nach Unterstützung des Einzelhandels in Sachen Digitalisierung oder nach einem „BID-Gesetz“ – wurden zwischenzeitlich von der Landesregierung erfüllt. Denn auch das kann eine Krise bewirken: Innerhalb kürzester Zeit, niedrigschwellige Lösungen zum Wohl der niedersächsischen Innenstädte und damit auch des hiesigen Einzelhandels finden.

Mit dem „Fokus Niedersachsen – Zukunft Innenstadt II“ schreibt die IHK Niedersachsen (IHKN) ihre Handlungsempfehlungen zur Aufrechterhaltung und Inwertsetzung der Zentren in Niedersachsen fort, um erneut sämtlichen Innenstadtakteuren aus Wirtschaft, Politik, Verwaltung und Stadtmarketing einen Impuls für konkrete Maßnahmen zur Schaffung einer zukunftsfesten Innenstadt<sup>1</sup> zu geben.





## Status Quo



### Monatliche Umsatzentwicklung im Einzelhandel in Deutschland bis März 2023

Quelle: Statistisches Bundesamt

Die niedersächsischen Innenstädte und die hier ansässigen Einzelhandelsunternehmen unterliegen nach wie vor einer tiefgreifenden Umwälzung. Diese wurden zunächst durch die Corona-Krise und jetzt durch die Folgen des Angriffskrieges Russlands auf die Ukraine beschleunigt und verstärkt.

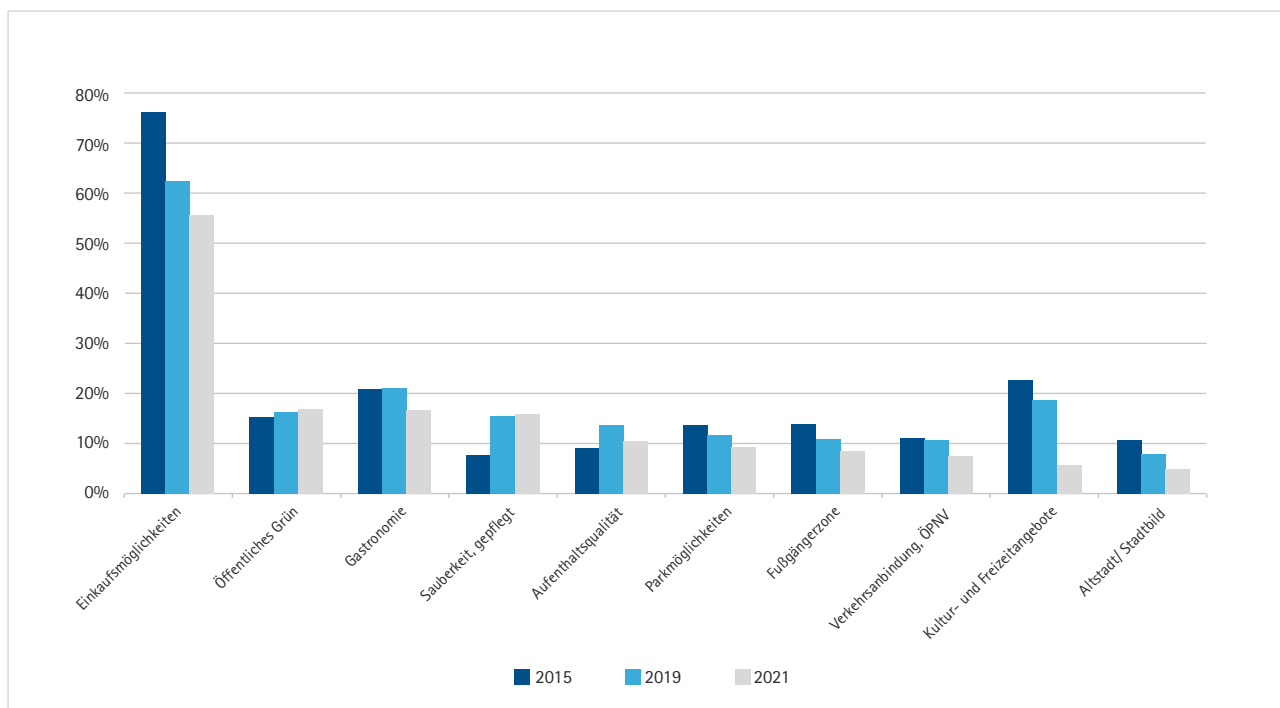
Zu den bekannten Herausforderungen, wie der immer noch steigenden Bedeutung des E-Commerce, der wachsenden Uniformität der Fußgängerzonen, vielerorts mangelnder Investitionen in den öffentlichen Raum sowie der sich verschärfenden Nachfolge-Problematik bei inhabergeführten Geschäften kamen in den letzten Jahren weitere Bürden für Handel und Innenstädte hinzu. Der russische Angriff auf die Ukraine und die dadurch ausgelösten geopolitischen Unsicherheiten führten zu verstärkten Lieferkettenproblemen, teils leeren Regalen, einer Verteuerung von Rohstoffen und Konsumgütern, Verlusten des Realeinkommens, deutlicher Konsumzurückhaltung und einer durch die Inflation bedingten sinkenden Kundenfrequenz. Diese Herausforderungen halten immer noch an. Die Insolvenzen und (drohenden) Schließungen von größeren „Ankern“ und Frequenzbringern, wie zuletzt mehrerer Filialisten aus dem Modebereich (z.B. P&C, Gerry Weber, Orsay) oder von Galeria Karstadt Kaufhof, stellen die Zentren vor zusätzliche funktionale und städtebauliche Probleme.

Gleichzeitig ist zu beobachten, dass die Handelsbranche – trotz der gefühlten Dauerkrise – nicht den Kopf in den Sand steckt, sondern immer wieder mit Kreativität und einem scheinbar unermüdeten Einsatz ihrer Kundschaft sowohl stationär als auch digital zeigt: „Ich bin noch da!“ Diese Fähigkeit kommt allerdings inzwischen an ihre Grenzen. Es ist Zeit für Unterstützung und Stärkung innerstädtischer Eigeninitiativen. Denn die Attraktivität der Innenstädte wird auch zukünftig von einem vielfältigen und leistungsfähigen Einzelhandel abhängig sein. Oder anders gesagt: Wenn der Einzelhandel wackelt, bröckelt auch das System Innenstadt.

Sicher ist aber auch: Neben dem Einzelhandel werden zukünftig verstärkt weitere Angebote und Faktoren auf die Attraktivität einer Innenstadt einzahlen. Es gilt daher, Voraussetzungen und Rahmenbedingungen zu schaffen, damit Menschen gerne in die Zentren kommen und dort verweilen. Zentrale Vorbedingung aus Sicht der IHKN ist ein gemeinschaftlich abgestimmtes Vorgehen aller innenstadtrelevanten Akteure sowie der Mut, Innenstadt neu zu denken. Konkret gibt die IHKN dafür folgende Empfehlungen.



## Multifunktionalität: Innenstädte vielfältig und krisensicher gestalten



### Attribute einer attraktiven Innenstadt im Jahresvergleich

Quelle: Deutschlandstudie Innenstadt, CIMA Beratung+Management GmbH

Die Transformation der Zentren zu „Post-Shopping-Cities“ wird bereits seit Jahren apostrophiert. Die aktuellen Entwicklungen im innerstädtischen Einzelhandel scheinen diese Einschätzung zu stützen. Und dennoch ist der Handel aus Konsumentensicht nach wie vor der Hauptgrund für eine attraktive Innenstadt. Die Innenstädte sollen für die Mehrheit der Besucherinnen und Besucher auch zukünftig vorrangig Einkaufsort bleiben<sup>2</sup>, auch wenn die Bedeutung über die letzten Jahre rückläufig ist.

Deutlich wird aber auch: Der Handel braucht neue Frequenzpartner und die Innenstädte eine neue Multi-Funktionalität. Denn während die Stadtentwicklung in der Vergangenheit auf überwiegende Funktionstrennung gesetzt hat, zeigt sich in den vergangenen Jahren, wie wichtig es ist, in durchmischten Szenarien zu denken und zu agieren. Die gebotene Umwandlung von „einkaufsdominierten“ Innenstädten in attraktive multifunktionale Räume sollte gleichwohl individuell und ortsspezifisch erfolgen. Dieser Prozess muss auch als solcher begriffen und darf nicht mit einem „Zielerfüllungsdatum“ versehen werden.



Beispiel: Ankerplatz Stade



## Um die Vielfalt der innerstädtischen Nutzungsstrukturen zu stärken, gibt die IHKN folgende Empfehlungen:

- Vorhandene Konfliktpotenziale im **Bau- und Planungsrecht** sowie im Hinblick auf **Immissionsschutz** frühzeitig identifizieren und Ermessensspielräume mutiger nutzen. Zum Beispiel:
  - Der Erwerb von Schlüsselimmobilien durch die Kommune über die Realisierung des Vorkaufsrechts (§§ 24 ff. BauGB) kann für die gezielte Weiterentwicklung des Nutzungsmixes erfolgreich sein.
  - Um verstärkt Wohnen in den Innenstädten zu etablieren, kann die Überplanung in Form von Urbanen Gebieten (§ 6 a BauNVO), die Erteilung von Befreiungen von bestehenden Bebauungsplänen oder die verstärkte Aufstellung von vorhabenbezogenen Bebauungsplänen ein geeigneter Weg sein.
  - Bei „heranrückender Wohnnutzung“ sollten aber stets potenzielle Nutzungskonflikte über die Regelungen des Immissionsschutzes (insbesondere Lärm) frühzeitig berücksichtigt werden. Dabei ist dem betrieblichen Bestandsschutz Vorrang einzuräumen. Auch für kulturelle Events ist der Lärmschutz häufig ein „K.O.“-Kriterium. Hier wären Erleichterungen wünschenswert. Insbesondere sollten die Verwaltungsvorschrift „TA Lärm“ und die Freizeitlärm-Richtlinie auf ihre entwicklungshemmende Wirkung hin überprüft und entsprechend angepasst bzw. flexibilisiert werden. Denkbar wäre in dem Zusammenhang eine temporäre Experimentierklausel, um die Akzeptanz höherer Pegelwerte bei bestimmten Veranstaltungen oder zeitenabhängig am Wochenende oder im Sommer auszutesten.
  - Rechtliche Hemmnisse bei Experimentierräumen und Reallaboren für das flexible, temporäre Ausprobieren neuer Nutzungen und Funktionen in innerstädtischen Bereichen sind frühzeitig zu klären – bei Immobilien insbesondere im Hinblick auf Zugänglichkeit, Brand- und Schallschutz und Stellplätze. Bei Experimentierfeldern im öffentlichen Raum ist vorrangig eine konzeptionelle Abstimmung unter Einbindung der Betroffenen, also auch der Wirtschaft, geboten.
  - Bei der Umnutzung im Bestand ist eine Vielzahl an bau- und planungsrechtlichen Vorgaben zu prüfen. Vom Land zur Verfügung gestellte Checklisten könnten dabei unterstützen, Umnutzungen schneller auf ihre Realisierbarkeit hin zu prüfen und damit bürokratieärmer und zügiger umzusetzen.
  - Nicht zuletzt sollte, um die Online- und Offlinewelt stärker zu verknüpfen, die Einbindung digitaler Werbetoole (zum Beispiel digitale Infoscreens, LED-Wände oder Monitore) in den kommunalen Gestaltungssatzungen geprüft werden. Bei allem berechtigten Interesse an schützenswerten Fassaden oder Gebäuden, sollte mit Augenmaß und zukunftsgerichtetem Blick die Nutzung neuer Technologien für Werbemaßnahmen ermöglicht werden.
- **Einrichtungen, die für (kaufkräftige) Frequenz sorgen**, könnten bei größeren Um- oder Neubauten vorrangig für den Standort Innenstadt in Erwägung gezogen werden. Dazu können beispielsweise gehören: Ämter und Behörden, (Berufs-)Schulen und Universitäten, Kitas, Bibliotheken, Konzerthäuser, Museen, kleinere Sporthallen, medizinische Versorgungszentren, Nachtökonomien, Co-Working Spaces, für Innentädte bisher „ungewöhnliche“ Unternehmen, wie produzierendes Gewerbe mit „gläsernen Werkstätten“, usw.



Beispiel: Vorkaufssatzungen der Stadt Hanau



Beispiel: Popup Cafe Dorum



Beispiel: Gläserne Werkstatt Solingen



- **Konzepte aufstellen und die städtebauliche Entwicklung danach ausrichten:** Die Aufstellung von kommunalen Einzelhandelskonzepten, integrierten Stadtentwicklungskonzepten (ISEK) oder spezifischen Innenstadtentwicklungskonzepten ist essenziell für eine strukturierte Innenstadtentwicklung. Zukünftig sollten in dem Zusammenhang über den Einzelhandel hinausgehende zentrenrelevante Ergänzungsangebote (wie Gastronomie, Dienstleistungen, Kunst-, Kultur- und Freizeitangebote, Wochenmarkt, Aktionen und Veranstaltungen im Innenstadtbereich, aber auch relevante Infrastruktur wie Ruhezonen, Beleuchtung, Gepäckfächer, öffentliches WLAN, E-Ladestationen, saubere öffentliche Sanitäranlagen usw.) in die konzeptionelle Bewertung und geplante Weiterentwicklung innerstädtischer Lagen einbezogen werden.
- **Innenstadt-Management aufsetzen:** Innenstadt und Quartiere sollten professionelle Unterstützung durch City-/Quartiersmanagement, Stadtmarketing, Innenstadtkümmerner und/oder Digitalisierungslotsen erfahren. Ein hauptamtlich besetztes Innenstadt-Management kann als „Vermittler“ zwischen Wirtschaft, Verwaltung und Eigentümern wirken. Dabei sind neben ausreichenden Personalkapazitäten auch finanzielle Mittel für Projekte bereitzustellen.
- **Quartiersentwicklung befördern:** Für die erfolgreiche Etablierung von Quartiersgemeinschaften/Business Improvement Districts nach Niedersächsischem Quartiersgesetz (NQG) ist eine intensive(re) Zusammenarbeit zwischen der Kommune sowie den Immobilieneigentümerinnen und -eigentümern erforderlich. Hier kann beispielsweise eine Fortführung der Anschubfinanzierung für die Startphase solcher Projekte durch niedrigschwellige Vergabe von Landesmitteln unterstützend wirken. Die Kommunen sollten Initiativen in der Startphase insbesondere bei der Kontaktaufnahme zu den Eigentümerinnen und Eigentümern zur Seite stehen. Grundsätzlich sollte im Kontext des NQG die Ansprache und Mitnahme der – letztlich zahlenden – Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer stärkere Bedeutung erfahren.
- **Ladenmanagement aktivieren:** Ein professionelles, datenbasiertes und kooperatives Immobilien- und Leerstandsmanagement kann helfen, Leerständen präventiv entgegenzuwirken, und gleichzeitig eine Laden-Marketing-Plattform für Ansiedlungssuchende (z.B. Startups, Pop-ups) bieten. Zumindest sollten Leerstands- und Baulandkataster eingerichtet bzw. weiterentwickelt werden.



Beispiel: LeAn



Beispiel: Leerstandslotsen





- **Interimsnutzungen ermöglichen:** Interimsnutzungen können zu einer attraktiven temporären Verwendung von Leerständen beitragen. Im Zusammenspiel mit kommunalen Förderprogrammen und der örtlichen Immobilienwirtschaft könnten so auch angepasste und für Gründerinnen und Gründer attraktive Mietpreismodelle entwickelt werden, beispielsweise über Pop-up-Lösungen. Für kürzere Übergangszeiten zwischen Mietverträgen könnte beispielsweise örtlichen Vereinen oder der Kunst-/Kulturszene eine Bühne geboten werden. Genau so könnten hier auch konsumfreie Räume, so genannte „Third Places“, Kitas usw. etabliert werden. Mit Packpapier zugeklebte Leerstände sind nach Ansicht der IHKN in diesem Kontext nicht förderlich, da sie keinen positiven Effekt auf den öffentlichen Raum haben.



Beispiel: Kita Pöks,  
Bremen



Beispiel: Jupiter,  
Hamburg



Beispiel: Zwischenzeit  
4.0, Osnabrück



Beispiel: Wolfenbüttel auf  
Zeit

- Größere (ggf.) leerstehende Immobilien bieten sich für so genannte **Mixed-Use-Konzepte** an. In solchen Immobilienkonzepten kombinieren Investoren individuell verschiedene Nutzungen aus dem privatwirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und/oder dem öffentlichen Sektor.
- **„Mut zur Schrumpfung“:** Insbesondere bei langen und großen Fußgängerzonen, die ihre Funktion nicht mehr erfüllen und durch mehr Leerstände als durch Nutzung gekennzeichnet sind, kann ein Diskurs zur Verkürzung der Fußgängerzone eine Lösung eröffnen. Städtebaufördermittel können die Entscheidungs- und Umsetzungsprozesse vereinfachen.



Beispiel: Fußgängerzone  
Northheim



Beispiel: CORE Oldenburg







## In Aufenthaltsqualität investieren und Erlebnisse schaffen

Eng verbunden mit dem Thema Multifunktionalität ist die Aufenthalts- und Erlebnisqualität einer Innenstadt. Zwar sind Einkaufs- und Versorgungsmöglichkeiten wie oben beschrieben weiterhin essenziell für die Attraktivität eines Zentrums. Aber letztlich muss die Innenstadt als Gesamtdestination überzeugen. So tragen nach jüngsten Studien<sup>2</sup> vor allem Sitzgelegenheiten und Bänke sowie Orte zum Ausruhen, Grünflächen und Bäume, Barrierefreiheit und Fußgängerfreundlichkeit zu einer optimalen Aufenthaltsqualität bei.

Auch die „Eventisierung“ der Innenstadt spielt eine immer wichtigere Rolle. Für die Generation unter 30 ist zudem die Schaffung von neuartigen Erlebnisorten, z.B. Escape Rooms oder Sportparcours unter freiem Himmel, Afterwork-Inszenierungen sowie verkaufsoffene Sonntage wichtig.

### Zur Optimierung der Aufenthaltsqualität und der Erlebnisse in den Innenstädten gibt die IHKN folgende Empfehlungen:

- Sowohl bei der Aufenthaltsqualität als auch bei der Schaffung von Erlebnissen sollten die Interessen **aller Altersgruppen** und möglicherweise relevante Einschränkungen besondere Berücksichtigung finden. Die Bedürfnisse der jungen Generation können z.B. über die Schaffung von Spielplätzen und öffentlichen Sportangeboten bedient werden. Für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen, aber auch Familien, die mit dem Kinderwagen unterwegs sind, sind dagegen ebene Wege und Zugänge (als ein Aspekt des umfassenden Themas Barrierefreiheit) wichtig.

Ferner sind gut zu erreichende und gepflegte öffentliche **Sanitäranlagen**, die Schaffung von **Sitzgelegenheiten**, die Gestaltung von **Grünflächen** sowie die **barrierefreie Gestaltung des öffentlichen Raums** maßgeblich für einen Innenstadtbesuch. Auch innerstädtische **Wasserflächen** können zu einer längeren Verweildauer in den Zentren beitragen.

- Für einheimische und auswärtige Besucherinnen und Besucher wäre ein **Informations- und Leitsystem** zu wichtigen lokalen Einrichtungen, zentralen Punkten und Denkmälern (mit entsprechenden Hintergrundinformationen) als Orientierungshilfe sinnvoll.
- Der Einsatz von **Digitalisierung im Stadtmarketing und im öffentlichen Raum** kann generationenübergreifend eine zeitgemäße und zielgruppenorientierte Möglichkeit bieten, Innenstadt und ihre Geschichte spielerisch zu erfassen, z.B. mittels digitaler Stadtführungen via Augmented und Virtual Reality.



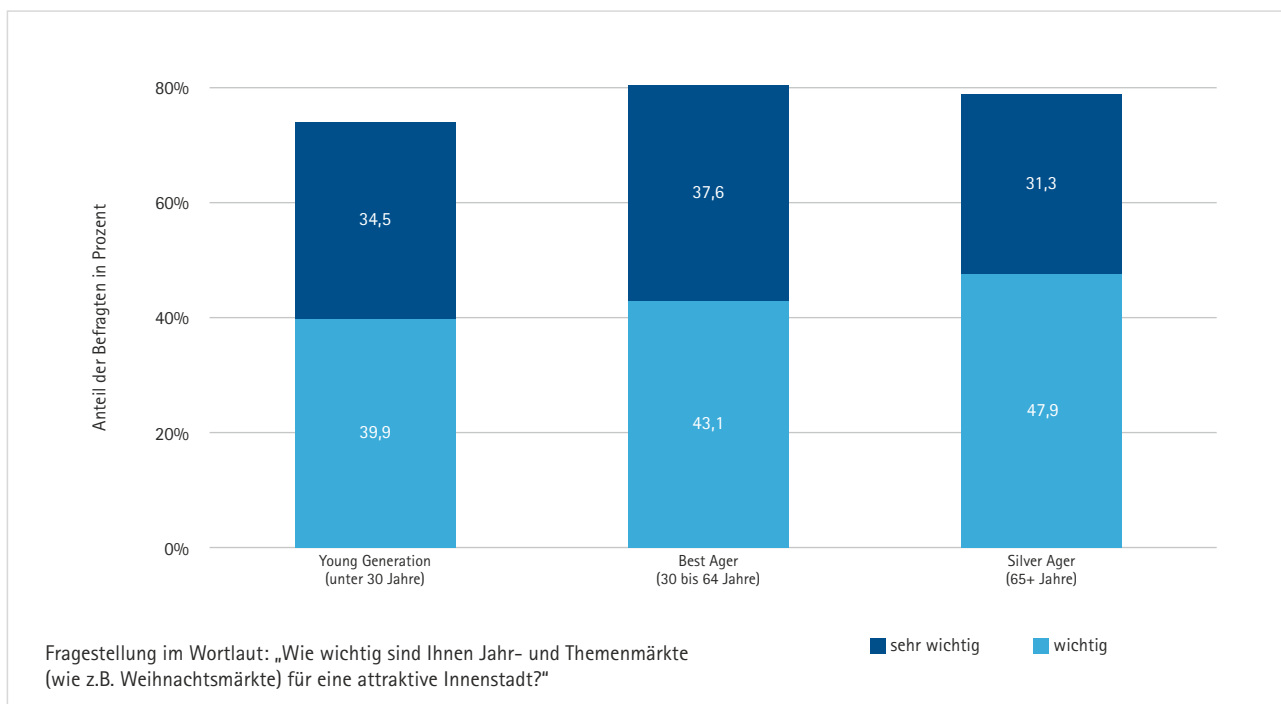
Beispiel: Dessau-Roßlau



Beispiel: Wasserstadt Nordhorn



Beispiel: AR/VR Braunschweig



## Bedeutung von Jahr- und Themenmärkten

Quelle: Deutschlandstudie Innenstadt, CIMA Beratung+Management GmbH

- **Veranstaltungen und Events** sollten regelmäßig angeboten werden. Sie haben für jede Besucherin und jeden Besucher einer Innenstadt – altersunabhängig – eine hohe Bedeutung. Das können Jahrmärkte und Themenmärkte (z.B. Weihnachtsmarkt), Floh- und Straßenmärkte, Abendmärkte, Open Air-Sportevents oder Open Air-Kinos sein. Dabei können auch wenig frequentierte und **ungewöhnliche Orte in den Fokus** genommen werden, um den Aufenthalt zum Erlebnis zu machen, z.B. über Konzerte in Kirchen. Hierdurch können schwächer frequentierte Bereiche belebt und die dort zu findenden Angebote bekannter gemacht werden.
- Wiederkehrende **Image-Kampagnen**, wie das jährlich von zahlreichen IHKs initiierte „Heimat Shoppen“, oder die bereits vielerorts lokal angebotenen „Ich kauf in ...“-Initiativen, können für überregionale Aufmerksamkeit bei gleichzeitiger Identitätsstiftung für die eigene Innenstadt sorgen.

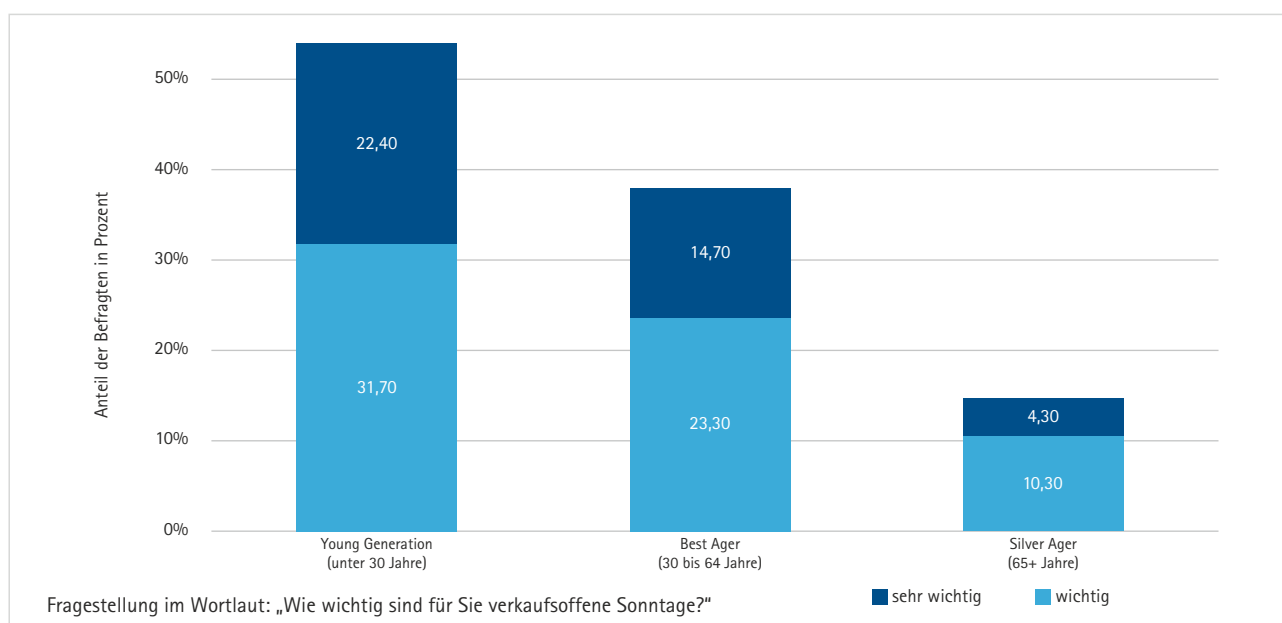


Beispiel: Hanse-Song-Festival Stade



- **Verkaufsoffene Sonntage** spielen jüngsten Umfragen zufolge<sup>2</sup> vor allem bei den jüngeren Besucherinnen und Besuchern – also der „Kundengruppe von morgen“ – eine wichtige Rolle. Rechtliche Unschärfen im Niedersächsischen Gesetz über Ladenöffnungs- und Verkaufszeiten führen jedoch vermehrt zu Klagen und zu sehr kurzfristigen Absagen, verunsichern Antragstellende und Genehmigungsbehörden und münden vielerorts in vergeblichem Engagement und Frustration. Hier sollte weitgehende Planungssicherheit geschaffen werden, zum Beispiel über eine rechtliche Grundlage für den Sachgrund „öffentliches Interesse an der Belebung der Gemeinde“.

Alternativ könnte ein temporäres Experiment nach saarländischem Modell hilfreich sein, in dem die Sonntagsöffnungen am Anfang eines jeden Jahres von den Werbegemeinschaften bei der Kommune ohne Anlass, gleichwohl im Einvernehmen mit allen Akteuren, nur angezeigt, aber nicht genehmigt werden müssen – unter Berücksichtigung der Maximalzahl der möglichen Sonntage. Grundsätzlich sollten Sonntagsöffnungen im Kontext der Belebung der Innenstädte als Marketinginstrument für den Gesamtstandort Innenstadt verstanden werden.



## Bedeutung von Sonntagsöffnungen nach Altersgruppen

Quelle: Deutschlandstudie Innenstadt, CIMA Beratung+Management GmbH

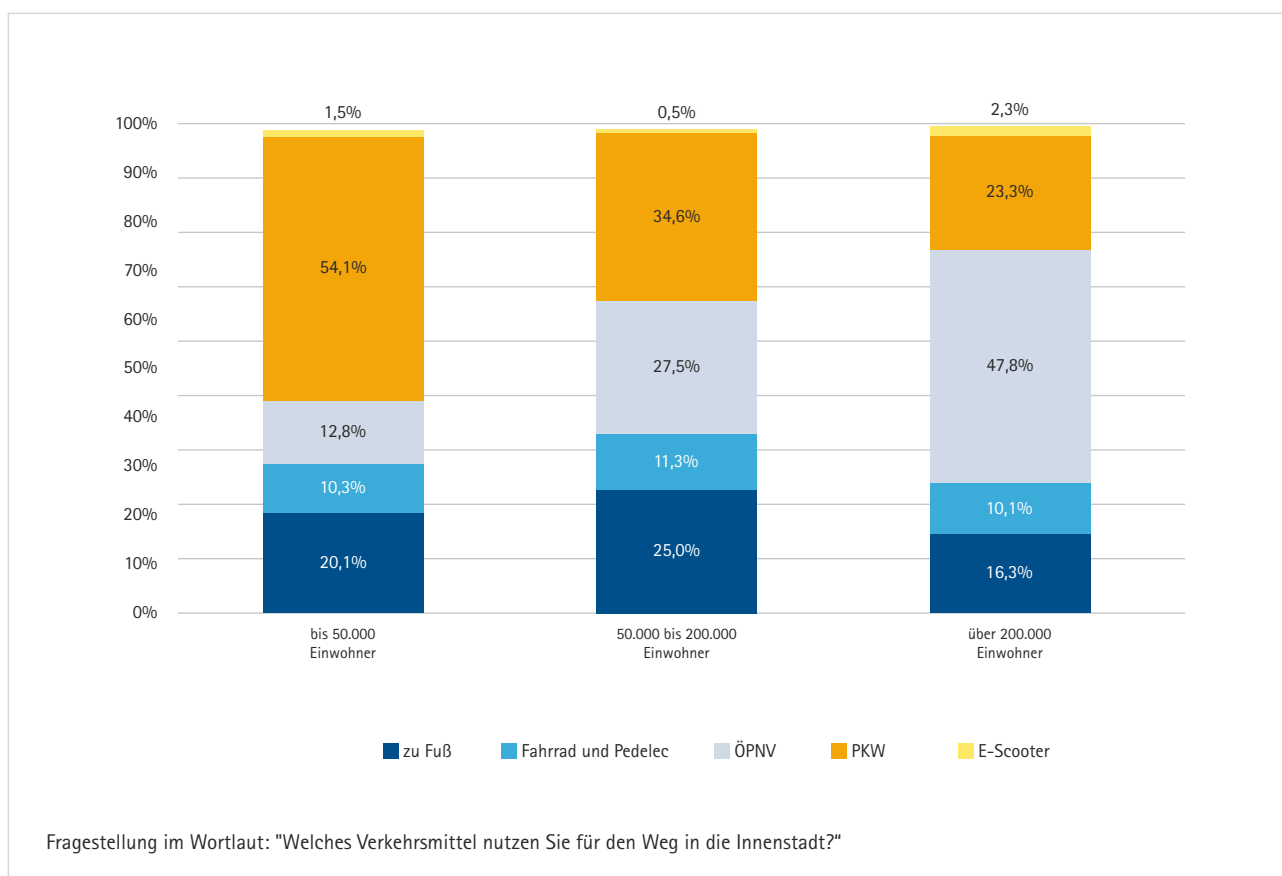


## Erreichbarkeit sicherstellen und alternative Logistik- konzepte umsetzen

Die Gestaltung „urbaner Mobilität“ wächst vor dem Hintergrund des Klimaneutralitätsziels zu einem der zentralen Handlungsfelder für Kommunalpolitik und Stadtentwicklung heran. Dabei steht die (Innen-)Stadtplanung vor enormen Herausforderungen. Denn Innenstädte sollen möglichst CO<sub>2</sub>-neutral, klimaresilient und gleichzeitig baulich und verkehrlich attraktiv gestaltet werden. Gleichzeitig ist aber nicht zu verkennen, dass sowohl die Wirtschaft als auch Bürgerinnen und Bürger in der Stadt und im ländlichen Raum unterschiedliche Mobilitätsbedarfe aufweisen.

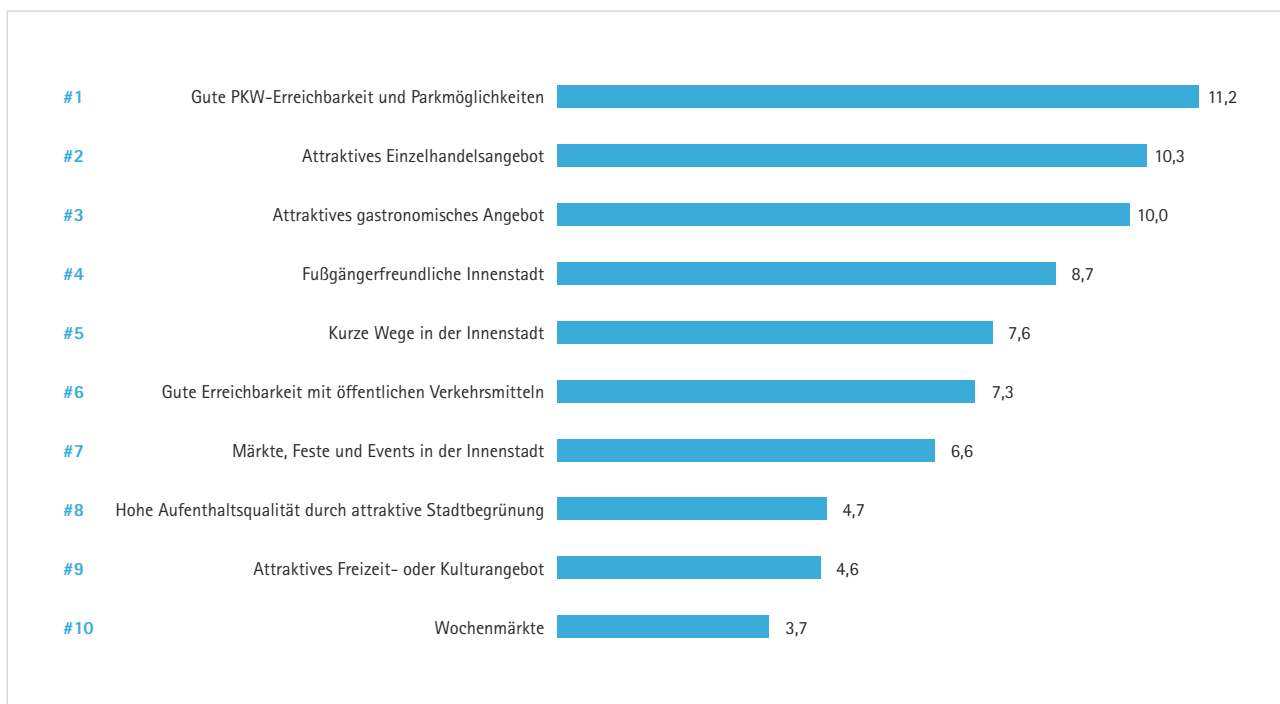
Gerade in kleinen und mittleren Kommunen bleibt der PKW das wichtigste Verkehrsmittel, um die Zentren zu erreichen. Dieser Umstand sollte nach Ansicht der IHKN in allen Diskussionen um die Erreichbarkeit der niedersächsischen Innenstädte Berücksichtigung finden.

Ein Ignorieren einzelner Bedarfe zugunsten einseitiger Mobilitätskonzepte birgt nicht nur die Gefahr von fehlender Akzeptanz, sondern auch eine Umlenkung der Verkehrsteilnehmenden zu anderen Standorten und in der Folge zu rückläufigen Kundenfrequenzen und Umsatzverlusten in den Zentren. Bedauerlicherweise fokussieren sich viele Diskussion um mobilitätsoptimierte Innenstädte nach wie vor fast ausschließlich auf Zufahrtsbeschränkungen für Autos, die Ausweitung von Tempo-30-Zonen auch auf Hauptverkehrsstraßen und den Wegfall von Parkplätzen. Diese Diskussionen verkennen dabei regelmäßig die engen Verkehrsverflechtungen zwischen den Zentren und deren Einzugsgebieten.



### Verkehrsmittel zur Erreichung der Innenstadt nach Ortsgrößen

Quelle: Deutschlandstudie Innenstadt, CIMA Beratung+Management GmbH



## TOP 10 Treiber des Innenstadtbesuchs

Quelle: IFH Köln, 2022

Dass die „PKW-Konformität“ für die Attraktivität einer Innenstadt wichtig ist, zeigt auch die jüngste Untersuchung des Instituts für Handelsforschung (IFH Köln) „Vitale Innenstädte“. Demnach sind PKW-Erreichbarkeit und Parkplatzangebot die Nummer 1 unter den „TOP 10-Treibern eines Innenstadtbesuchs“.

Dies ist auch vor dem Hintergrund relevant, dass der Lebensmittelhandel als Frequenzbringer insbesondere in den Zentren der Klein- und Mittelstädte Niedersachsens ein ausreichendes Parkraumangebot vorhalten muss. Das damit landesplanerisch verfolgte Ziel, die Nahversorgung in so genannten „zentralen Versorgungsbereichen“ anzusiedeln, und auf der anderen Seite die derzeit vielerorts geführte Diskussion, Verkehre aus solchen herauszuhalten, stehen einander diametral gegenüber und sind nach Ansicht der IHKN unbedingt auf einen planerischen Nenner zu bringen.

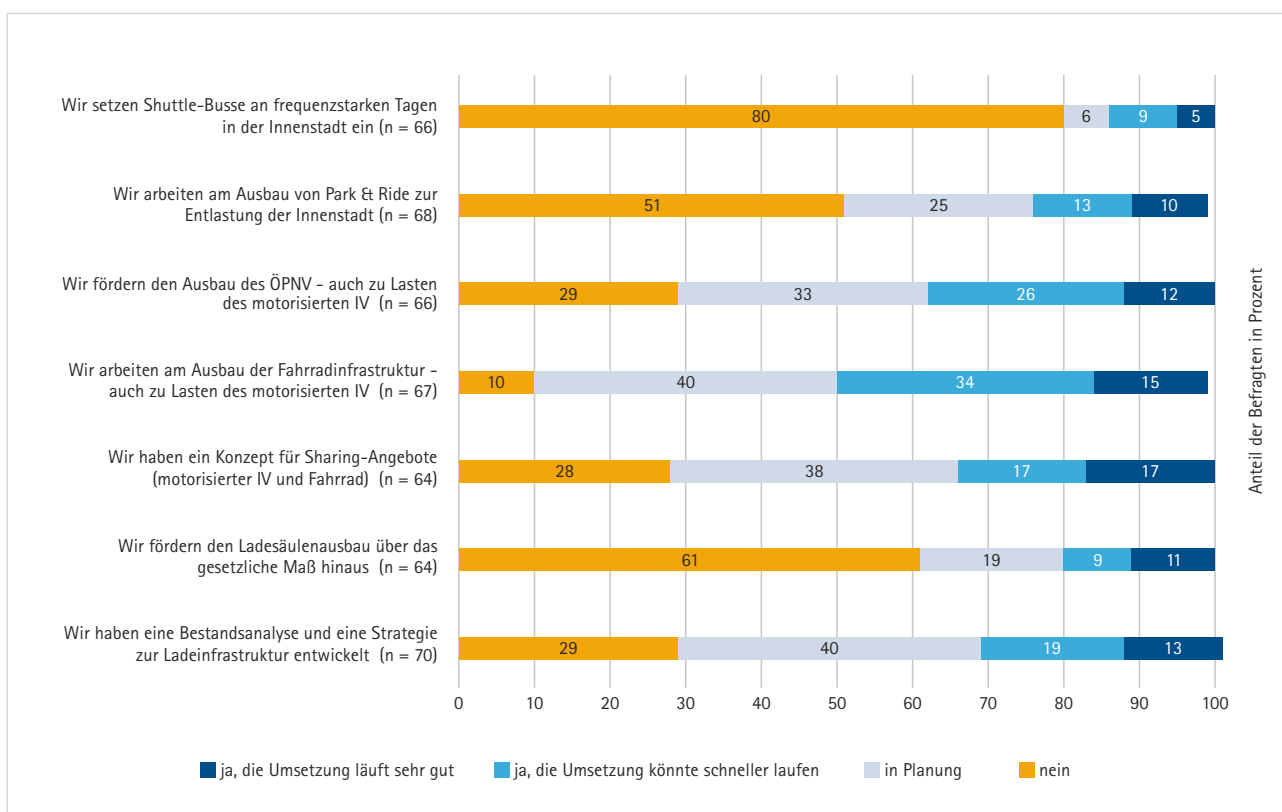
Die Qualität und Attraktivität einer Innenstadt steht und fällt auch damit, wie es gelingt, die verschiedenen Verkehre miteinander kundenorientiert zu verknüpfen. Ziel bleibt es, ein bedarfsgerechtes und zukunftsgerichtetes, leistungsfähiges und zuverlässiges multimodales Verkehrssystem vorzuhalten, um die niedersächsischen Innenstädte auch weiterhin erreichbar und damit attraktiv zu gestalten. Dies gilt insbesondere für die ÖPNV-Anbindung des ländlichen Raums.

Gleichzeitig kann der Aufbau einer modernen und smarten City-Logistik dazu beitragen, den Verkehrsfluss zu verbessern, Verkehre zu bündeln und damit die Lärm- und Emissionsbelastung zu reduzieren.



## Für einen ausgewogenen Mix, ohne den einseitigen Ausschluss einzelner Verkehrsträger, gibt die IHKN folgende Empfehlungen:

- **Erreichbarkeit multimodal sicherstellen:** Die Erreichbarkeit und Belebung der Innenstädte sind zentrale Ziele; alle Kundinnen und Kunden sowie Besucherinnen und Besucher sollten die Innenstadt barrierefrei mit den von ihnen frei gewählten Verkehrsmitteln erreichen können. Wer Verbote ausspricht, sollte vorher für bedarfsgerechte Alternativen sorgen.
- **Verkehrsmix attraktiv und nutzergruppenorientiert gestalten:** Ein gelungener Verkehrsmix bietet attraktive Angebote und schließt keinen Verkehrsträger einseitig aus, sondern kombiniert die verschiedenen Bedarfe ideologiefrei miteinander und schafft somit hohe Akzeptanz. Die kommunale Verkehrspolitik sollte daher die Mobilitätsbedarfe aller Nutzergruppen – der städtischen und ländlichen Bevölkerung sowie von Pendlerinnen und Pendlern als auch von Touristinnen und Touristen – bedienen.
- **Den motorisierten Individualverkehr weiter mitdenken:** Der motorisierte Individualverkehr (MIV) stellt für Bürgerinnen und Bürger, Besucherinnen und Besucher, Kundinnen und Kunden, Touristinnen und Touristen sowie Mitarbeitende das dominierende Verkehrsmittel dar. Dies gilt es in jeglicher Mobilitätspolitik, ob seitens einer Kommune oder seitens des Landes, zu berücksichtigen. Im Zweifel sind Shared Space-Konzepte der zu wählende Mittelweg anstatt auf gänzliche „PKW-Verbannung“ in Innenstädten zu setzen.
- **Parkraum systematisch und nutzergruppenorientiert gestalten:** Innenstadtnahe Parkräume sollten sowohl für Besucherinnen und Besucher sowie Kundinnen und Kunden als auch für jene, die in der Innenstadt berufstätig sind, bereitgestellt werden. Dies gilt insbesondere in Fällen, wo Nahversorger in Innenstädten eine Ankerfunktion zur Versorgung der örtlichen Bevölkerung einnehmen. Eine Optimierung des Parkleitsystems vom Stadtrand bis zum Parkplatz/Parkhaus kann zudem Parksuchverkehre vermeiden bzw. reduzieren. Smarte Lösungen, wie elektronische Parkleitsysteme können dabei unterstützen. Weiterhin sollte das Kurzzeitparken beispielsweise für Marktbesucherinnen und -besucher in der unmittelbaren Innenstadt möglich bleiben („Brötchen-Ticket“). Für (geh-)behinderte Menschen ist die Teilhabe sicherzustellen – sie benötigen barrierefreie Stellplätze.



### Praktizierte Mobilitätskonzepte von Städten als Beitrag zum Klimaschutz

Quelle: EHI handelsdaten.de, 2022

- **Einsatz von zeitgemäßer City-Logistik:** Moderne und smarte Logistikansätze können dabei unterstützen, dass Wirtschafts- und Lieferverkehre auch in Zukunft bedarfsgerecht die Versorgung von Gewerbetreibenden in Innenstädten sowie von Innenstadtbewohnerinnen und -bewohnern sicherstellen. Dazu können zum Beispiel Makro-Hubs am Stadtrand und Mikro-Hubs in der Innenstadt gehören, wie auch niedrighschwellige Lösungen, beispielsweise der Ausbau von Paketautomaten/Paketboxen, die Ausweisung von Parkplätzen für Lieferfahrzeuge, In-Car-Delivery-Lösungen, Nutzung von E-Lastenrädern oder Lieferbots für die letzte Meile oder die temporäre Nutzung von Leerstand als Logistikdepot in Bestandsimmobilien.



Beispiel: Last Mile Logistic Hub, Lingen

- **Pendelnde durch ein besseres ÖPNV-Angebot überzeugen:** Der ÖPNV könnte durch eine signifikant gesteigerte Taktung, gesicherte Umsteigemöglichkeiten, moderne und emissionsarme Fahrzeuge, digitale Ticket- und Informationssysteme und durch den Ausbau von Mobilitätsstationen an Attraktivität gewinnen. Das Deutschlandticket stellt einen grundsätzlich attraktiven Anreiz zum Umstieg auf den ÖPNV dar. Allerdings würde eine Verbesserung des Angebots insbesondere in den Tagesrandzeiten und eine noch stärkere Förderung für die Angebotsausweitung in der Fläche durch Taktverdichtung oder beispielsweise den Einsatz von modernen Rufbussen die Akzeptanz und Nutzung weiter steigern. Denn ein gutes ÖPNV-Angebot ist nicht nur von günstigen Preisen, sondern auch von der Qualität der Fahrzeuge sowie der Taktung abhängig.
- **Ausbau von klimaschonenden Mobilitätsalternativen:** Der Ausbau einer leistungsfähigen Ladeinfrastruktur für die E-Mobilität, die Förderung von Car-/Bike-Sharing-Angeboten sowie die Einrichtung von Fahrradparkhäusern sind essenziell für die Attraktivität und die emissionsarme Erreichbarkeit von Innenstädten.
- **Verkehrsstrategien unter Beteiligung der Wirtschaft entwickeln:** Urbane wie ländliche Regionen brauchen übergeordnete Verkehrsstrategien in Form von regionalen und auch über Landkreisgrenzen hinausgehenden Mobilitätskonzepten, die in lokale Innenstadtentwicklungskonzepte eingebunden werden und Umweltbelange, Individualverkehr, öffentlichen Nahverkehr, Rad- und Fußwege sowie Lieferverkehre gleichzeitig berücksichtigen. Die Belange der Wirtschaft sind in die Erstellung solcher interkommunalen Konzepte noch stärker einzubinden. Grundsätzlich sind sämtliche Maßnahmen zur Verkehrswende eng mit der betroffenen Wirtschaft zu entwickeln, abzustimmen und konstruktiv gemeinsame Lösungen zu finden.



"Testbusprojekt, Universität Hannover"



## Digitalisierung und smarte Anwendungen als Standortfaktor verstehen und nutzen

Die Digitalisierung ist in der heutigen Lebens- und Wirtschaftswelt allgegenwärtig. Für Innenstädte und Ortskerne, aber auch für die dort ansässigen Unternehmen aus Einzelhandel, Gastronomie und anderen Branchen birgt sie viele Möglichkeiten. Die vielfältigen Ansätze der Digitalisierung in der Stadtentwicklung werden unter dem Sammelbegriff „**Smart City**“ zusammengefasst. Im Kontext der Innenstädte zählen dazu beispielsweise:

- Digitale Tools für das Stadtmarketing wie digitale Infoscreens zur Kommunikation mit Bürgerinnen und Bürgern sowie Touristinnen und Touristen.
- Anwendungen zur Verkehrs- und Parkraumoptimierung in Form von Parkleitsystemen, digitalen Parkausweisen und Fahrgastinformationssystemen sowie mobilen Bezahlösungen.
- Digitale Plattformen für lokalen Handel, Gastronomie und Dienstleistende.
- Digitale Beteiligungsformate in der Stadtentwicklung im Sinne einer „Smart Governance“.
- Intelligente Vernetzung von Infrastruktur.

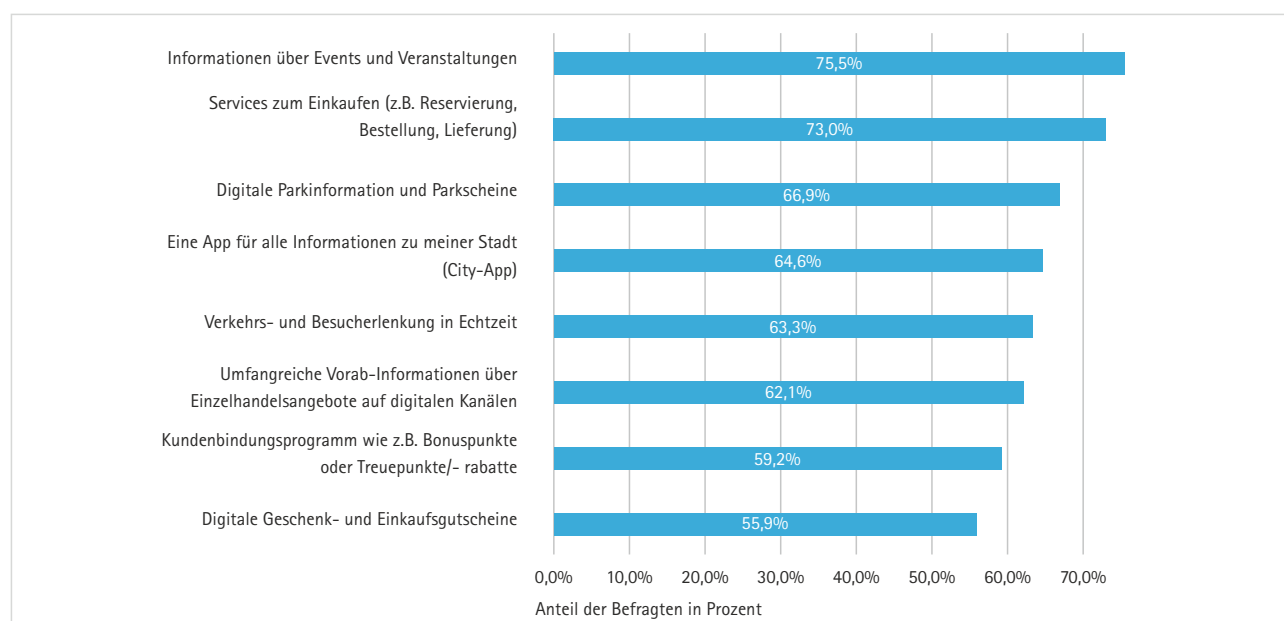
Die Stadt Ahaus im westlichen Münsterland gilt als wichtiger Pionier einer Smart City in Deutschland. In Niedersachsen arbeiten bereits viele Städte und Gemeinden daran, eine Smart City zu werden. Die Städte Hannover, Hildesheim, Wolfsburg, Einbeck und Geestland werden dabei aktuell durch die Bundesregierung als sogenannte „Modellprojekte Smart Cities (MPSC)“ gefördert.



Beispiel: Digitalstadt Ahaus



Beispiel: Smart City Dialog



### Wünsche von Konsumentinnen und Konsumenten zu digitalen Lösungen in Innenstädten

Quelle: Deutschlandstudie Innenstadt, CIMA Beratung+Management GmbH





Auch für die **Geschäftsprozesse von innerstädtischen Unternehmen** ist eine digitale Agenda von großem Vorteil. So lassen sich beispielsweise mit modernen Warenwirtschaftssystemen und Enterprise Resource Planning Systemen (kurz ERP-Systeme) Warenflüsse bzw. sogar die kompletten Ressourcen und Prozesse eines Handelsunternehmens steuern und optimieren. Andere digitale Technologien für die Verkaufsfläche, wie intelligente Spiegel, der Einsatz von Virtual/Augmented Reality, die Nutzung von Tablets als „verlängertes Regal“ in der Beratung, vielfältige Möglichkeiten zum mobilen bzw. bargeldlosem Bezahlen oder ein WLAN-Angebot, wirken sich positiv auf den Erlebnisfaktor von Ladengeschäften aus.

Schließlich hilft ein gepflegtes Online-Marketing sowie das Verkaufen über einen eigenen Webshop, über soziale Medien („Social Commerce“) oder auf Verkaufsplattformen neue Kunden zu gewinnen und an das Unternehmen zu binden. Durch die Verknüpfung von Online-Angeboten mit dem stationären Geschäft (Click & Collect) wird „Omnichannel“ vor Ort erzeugt.

In Zukunft werden zudem Anwendungen der künstlichen Intelligenz wie aktuell „ChatGPT“ und perspektivisch womöglich Metaversum-Lösungen dazu beitragen können, Betriebsabläufe noch weiter zu optimieren und den Einkauf für Kundinnen und Kunden noch flexibler, bequemer und personalisierter zu gestalten.

Sowohl für Kommunen als auch für den Einzelhandel sind Schritte hin zu mehr Digitalisierung allerdings häufig mit einem hohen logistischen, personellen, organisatorischen und finanziellen Aufwand verbunden, der schon allein aufgrund des allgegenwärtigen Fachkräftemangels vielfach kaum zu bewältigen erscheint.

## Da die Digitalisierung ein wichtiger Baustein sowohl für die Sicherung und Stärkung der niedersächsischen Innenstädte als auch für die dort ansässigen Unternehmen ist, gibt die IHKN folgende Empfehlungen:

- Neben der im Koalitionsvertrag angekündigten **Etablierung eines Systems von Digitalisierungslotsen** sollte ein **branchenübergreifendes Digitalförderprogramm** für die Wirtschaft entwickelt werden. In diesem Zusammenhang ist es grundsätzlich zu begrüßen, dass die Landesregierung die Förderungen für Digitalisierungsprozesse in Unternehmen in Form des „Digitalbonus Niedersachsen“ fortführen möchte. Das Programm sollte aber mit den Leistungen des 2022 ausgelaufenen Förderprogramms „Digital aufgeladen“ kombiniert werden, um letztlich eine Förderung von Beratungsleistungen (Digital aufgeladen) in Verbindung mit Investitionsmaßnahmen (Digitalbonus) für alle Branchen zugänglich zu machen.
- Regionale und lokale **Online-Marktplätze** sollten weiterentwickelt und professionalisiert werden. Wichtig ist dabei, dass nicht zu viele Online-Plattformen den Überblick und damit den Mehrwert verlieren lassen. Empfehlenswert ist daher maximal eine Plattform pro Kommune, die branchenübergreifend mit sämtlichen Angeboten des Handels, der Dienstleistungen, Gastronomie sowie Freizeit- und Kultureinrichtungen in Verbindung mit Informationen zum Standort, zur Erreichbarkeit, zu Sehenswürdigkeiten sowie zu Veranstaltungen und Events befüllt ist.
- Digitalisierte (Passanten-)Frequenzmessungen können helfen, eine kontinuierliche Bestandsaufnahme der **Besuchfrequenz** zu ermitteln und damit zu einer datenbasierten Bewertung der Attraktivität einer Innenstadt beitragen.
- Insbesondere kleine und mittelständische Handelsunternehmen benötigen nach wie vor **Sensibilisierung und Unterstützung** bei den Themen digitale Sichtbarkeit, Chancen des E-, Mobile- und Social-Commerce sowie beim Ausräumen von rechtlichen Unsicherheiten, wie Datenschutz, Sorge vor Abmahnungen sowie Anforderungen an die IT-Sicherheit.
- Städte und Gemeinden sollten auf ihrem Weg zur „**Smart City**“ vom Land Niedersachsen weiter unterstützt werden. Ein wichtiger Baustein hierfür sollte sein, dem Mangel an Fachkräften in der Verwaltung mit IT-Fachkenntnissen entgegenzuwirken.



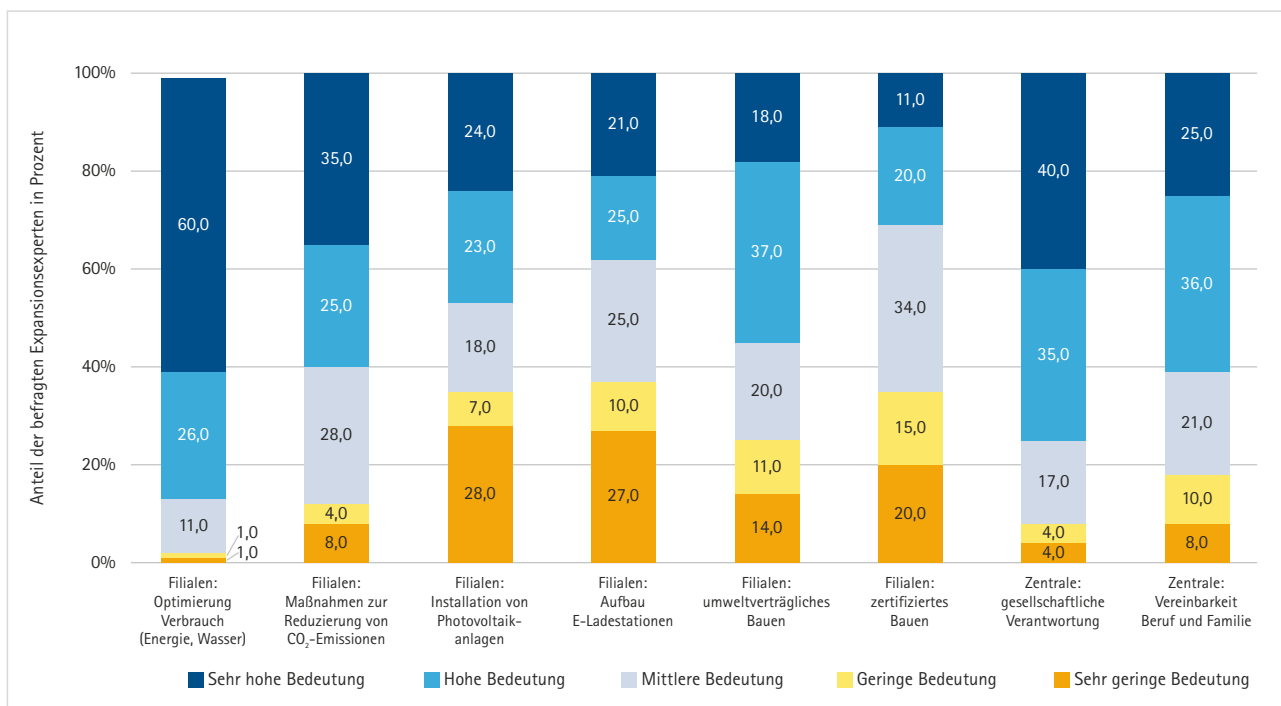
Beispiel: [Hystreet.com](https://www.hystreet.com)



Beispiel: [Smartcity-App KEPTN, Emden](#)



# Nachhaltigkeit, Klimaneutralität und Stadtentwicklung zusammen denken



## Bedeutung einzelner Nachhaltigkeitsaspekte für den deutschen Einzelhandel im Jahr 2022

Quelle: EHI Retail Institute und Hahn Gruppe / EHI handelsdaten.de, 2022

Die Entwicklung der Innenstädte steht vor der Herausforderung, sich zukünftig noch stärker an den Aspekten ökonomischer, sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit zu orientieren. Die Klimaneutralität im Jahr 2050 ist das übergeordnete Ziel des Green Deal der EU, für die in den Städten und Gemeinden in Niedersachsen schon heute dringender Handlungsbedarf besteht. Der Bund will bereits 2045 klimaneutral sein. Geplant ist auf Landesebene sogar eine Verschärfung dieses Ziels durch Vorziehen auf das Jahr 2040.

Neben Fragen der Erreichbarkeit von Innenstädten und verschiedener Mobilitätsbedürfnisse müssen unter anderem Fragen zur Belüftung, Beschattung, Kühlung sowie Wasserspeicherung und -verdunstung verstärkt in den Fokus kommunaler Planungen rücken, damit in dicht besiedelten Stadträumen und Ortszentren eine Verbesserung des Mikroklimas erreicht werden kann. Gerade an heißen Sommertagen nimmt die Aufenthaltsqualität in Innenstädten ab. Durch neu gestaltete Grün- und Freiflächen können nicht nur attraktive Plätze für verschiedene Aufenthalts- und Bewegungsangebote entstehen, sondern auch kühlende und schattige Orte geschaffen werden. Besonders innovative Maßnahmen und Projekte zur Entwicklung öffentlicher Grün- und Freiräume beziehen weitere Nutzungen zur Attraktivitätssteigerung ein.

Um das Ziel der Klimaneutralität erreichen zu können, werden gleichzeitig höhere Anforderungen an die Energieeffizienz des Immobilienbestandes gestellt und der weitere Ausbau erneuerbarer Energien erforderlich beispielsweise durch Installation von Solarmodulen an innenstädtischer Gebäudesubstanz.

Gleichzeitig zeichnet sich auch konsumentenseitig eine zunehmende Bedeutung von Nachhaltigkeit bei der Herstellung von Produkten ab (z.B. branchenbezogene Zertifizierungen zur ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit oder „Fair Trade“-Siegel), auf die die Wirtschaft reagieren muss.



Beispiel: Kulturroute  
Wasserweg, Wolfenbüttel



Beispiel: Solaratlas des  
Landkreises Verden



## Für eine ökologisch nachhaltige Innenstadtentwicklung gibt die IHKN folgende Empfehlungen:

- Integrierte Stadtentwicklungskonzepte (ISEK) oder Klimaschutzkonzepte sollten stets ein **umwelt- und klimawandelgerechtes Grünflächenkonzept** beinhalten:
  - zum Erhalt und Ausbau von Frischluftschneisen
  - zur Gestaltung grüner Verbindungsachsen im gesamten Stadtgebiet
  - zu Potenzialflächen für mehr Begrünung oder Wasseranlagen
  - zu Potenzialflächen für innerstädtische Brachflächenentsiegelung oder ökologische Brachflächenaufwertung
  - zur Vernetzung innerstädtischer Grünräume
- Unter Beteiligung der Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer sollten kommunale Maßnahmen und Projekte zur **Entwicklung öffentlicher Grün- und Freiräume** entwickelt werden, die multifunktional durch Initiativen aus Kunst, Kultur, Sport oder Bildung genutzt werden können (vgl. auch Kap. Multifunktionalität).
- **Kommunale Maßnahmen zur Verbesserung des Mikroklimas in dicht besiedelten Stadträumen und Ortszentren umsetzen:** Realistisch umsetzbare Maßnahmen wie die Pflanzung von schattenspendenden Großbäumen und weiterer klimaresistenter Pflanzenarten in Stadtgärten, -beeten oder Grünstreifen entlang von Parkflächen, die Errichtung von Mikro- oder Pocket-Parks, die Installation von Sonnenschutzsegeln und Photovoltaik, Pflasterungen mit hellen Oberflächenbelegen und – wenn möglich – die Integration von Wasserläufen oder die Erschließung von Uferbereichen sorgen für ein angenehmes Innenstadtklima und somit für mehr Aufenthaltsqualität.
- Vorhandene **Beratungsleistungen und Fördermöglichkeiten ausschöpfen:** Beratungsangebote zur energetischen Gebäudesanierung und zur Umstellung auf regenerative Energien können sowohl Wirtschaft als auch Kommunen unterstützen. Bundes- und landesweit hat sich inzwischen ein breites Angebot an Unterstützungsmöglichkeiten für Kommunen und Unternehmen im Kontext der Berücksichtigung von Klimaschutz und Implementierung von „grünen“ Maßnahmen in Innenstadt und Betrieb entwickelt. Diese Angebote könnten noch stärker bekannt gemacht und genutzt werden.
- **Denkmalschutzregelungen** auf Geschäfts- und Wohnhäusern in innerstädtischen Lagen auf den Prüfstand stellen, um Photovoltaikanlagen auch auf den Dächern von denkmalgeschützten Gebäuden (zumindest dort, wo nicht direkt sichtbar) errichten zu können.
- Sensibilisierung und Unterstützung des Einzelhandels und innerstädtischer Unternehmen bei der Umsetzung des **Green Deals**.
- Grundsätzlich ist bei allen geplanten Maßnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduzierung resp. zum Klimaschutz in den Innenstädten **die Wirtschaft vor Ort als maßgeblicher Partner von Vornherein einzubinden**.



Beispiel: Rooftop Aarhus



Beispiel: Lotsenstelle des Bundes für die Energie- und Klimaschutzberatung



## Förderkulissen in Anspruch nehmen und optimieren

Fördermittel für Handel und Innenstädte können wichtige Impulse setzen, die sich positiv auf das Erscheinungsbild von Geschäftsstandorten und damit auf die Gesamtattraktivität einer Kommune auswirken. Den Kommunen fehlt es häufig allerdings an personellen Ressourcen, ausreichenden Zeiträumen zur Umsetzung und Abrechnung der geförderten Maßnahmen sowie letztlich auch an einem Überblick im niedersächsischen und bundesweiten „Förder-Dschungel“. Bürokratische Vorgaben bremsen zudem eine Antragstellung häufig aus.

Beispielsweise ist die klassische Städtebauförderung des Bundes nicht niedrighschwellig genug, um zügig und punktgenau kleinere, attraktivitätssteigernde Maßnahmen zu unterstützen – auch weil die Beantragungs- und Abrechnungsprozesse sehr aufwändig sind. So können von Antragstellung bis Start des Durchführungszeitraums bis zu drei Jahre vergehen. Das wiederum steht im Gegensatz zu der gerade breit diskutierten und angestrebten Planungsbeschleunigung. Konsequenz ist, dass die Mittel bundes- und landesweit Jahr für Jahr nicht vollumfänglich abgerufen werden.

Auch bei den niedersächsischen Förderprogrammen zeichnen sich Herausforderungen ab. Die niedersächsische Landesregierung hat mit der aus Corona resultierenden adhoc-Förderkulisse „Perspektive Innenstadt“ im Sommer 2021 zwar ein bundesweit beispielloses Programm innerhalb kürzester Zeit geschaffen, das mit insgesamt 117 Mio. Euro ein breites Spektrum an Maßnahmen ermöglichte und von über 200 Kommunen in Niedersachsen beantragt wurde. Ein (von der EU vorgegebener) sehr kurzer Bewilligungs- und Abrechnungszeitraum innerhalb von zwei Jahren nach Antragstellung, stellte viele Kommunen und Standortgemeinschaften jedoch unter enormen Zeitdruck.

Weitere Hemmnisse liegen in den Auflagen zu den Landes-Förderprogrammen „Zukunftsräume Niedersachsen“ und „Resiliente Innenstädte“. Beide Programme erfüllen nach Ansicht der niedersächsischen IHKs inhaltlich zwar das Ziel, Innenstädte zu stärken und sollten auch zukünftig fortgeführt werden. Die Förderung der kleinen Kommunen unter 10.000 Einwohnerinnen und Einwohnern kommt bei beiden Programmen allerdings zu kurz. Mittel für kleine Kommunen können zwar über die Dorfentwicklung beim Landwirtschaftsministerium beantragt werden, sind aber nicht so passgenau auf Innenstädte/Ortskerne ausgerichtet wie bei „Zukunftsräume“ und „Resiliente Innenstädte“. Kommunen mit weniger als 10.000 Einwohnerinnen und Einwohnern fallen somit derzeit durchs Förderraster und können lediglich durch Kooperationen mit anderen kleinen Kommunen die vorgegebene Mindestgrenze überspringen.

Ein Mangel besteht zudem bei Förderprogrammen, die nicht von Kommunen, sondern von innerstädtischen Betrieben, z.B. aus dem Einzelhandel, Tourismus oder von privaten Initiativen und Standortgemeinschaften, wie z.B. Gewerbevereinen, beantragt werden können.

## Zur Optimierung der innerstädtisch relevanten Förderkulissen gibt die IHKN folgende Empfehlungen:

- Nicht abgerufene **Bundes-Städtebaufördermittel** anderweitig auf niedrigschwelligere Programme verteilen. Benchmark könnte z.B. das kurzfristig im Sommer 2021 ins Leben gerufene Bundes-Förderprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ sein.
- Fortführung des Landes-Programms „**Perspektive Innenstadt**“. Dabei ist die Antragstellung zu verschlanken und der Förderzeitraum auszuweiten.
- Verstetigung des Programms „**Zukunftsräume Niedersachsen**“ und Ausweitung auf Kommunen mit weniger als 10.000 Einwohnerinnen und Einwohnern.
- Beibehaltung des Programms „**Resiliente Innenstädte**“. Die Kulisse der Antragsberechtigten sollte dabei ausgeweitet und der bürokratische Aufwand verschlankt werden (2022: detaillierte Strategiekonzepte nötig, um am Wettbewerb teilzunehmen).
- Sämtliche Förderprogramme sollten zudem **Personalkosten für Citymanagement als förderfähig einstufen**, wie es derzeit bei „Zukunftsräume Niedersachsen“ möglich ist.
- Auch künftig Beratungsmöglichkeiten für die aufkeimenden Niedersächsischen Quartiersgemeinschaften nach NQG („**Business Improvement Districts**“) sowie etwaige weitere Interessierte über einen NQG-Lotsen bzw. eine NQG-Servicestelle schaffen.
- Den erfolgreichen Wettbewerb „**Quartiersinitiative Niedersachsen**“ (**QiN**) wieder aufleben lassen und ggf. mit den Möglichkeiten des NQG kombinieren.
- Branchenübergreifendes **Digitalförderprogramm** aufstellen, das neben investiven Maßnahmen (wie beim „Digitalbonus Niedersachsen“) und Beratungsleistungen (wie 2021/2022 bei „Digital aufgeLaden“ nur für den Einzelhandel) auch Digitalisierungslotsen auf kommunaler Ebene und bei Standortgemeinschaften fördert.
- Eigenständiges **Förderprogramm für Werbegemeinschaften** schaffen oder alternativ „Zukunftsräume Niedersachsen“ für Standortgemeinschaften als Antragstellende öffnen. Bisherige Fördermöglichkeiten gibt es ausschließlich für Kommunen oder Einzelunternehmen. Die zumeist für Innenstädte sehr wertvolle – häufig ehrenamtlich organisierten – Standortgemeinschaften, wie Gewerbevereine, haben aktuell keine Möglichkeit, an Fördertöpfe für „ihre“ Ideen und Projekte, die der gesamten Innenstadt zugutekommen (z.B. einheitliche Grünmaßnahmen in der Fußgängerzone, Veranstaltungen, gemeinsame Weihnachtsbeleuchtung), heranzukommen. Hier könnte mit einem eigenständigen Förderprogramm, in Anlehnung an das im Jahr 2022 erfolgreiche durchgeführte Bayerische Programm „Innenstadt neu erleben“, Abhilfe geschaffen werden.
- Den Wettbewerb des Landes Niedersachsen mit der IHKN und weiteren Partnerinnen und Partnern „**Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort**“ verstetigen.
- **Landkreise und Kommunen können zudem unterstützen**, indem sie die Förderkulissen des Bundes und Landes um eigene niedrigschwellige Programme ergänzen. Gute Beispiele:

- „Zukunftsfonds Ortskernentwicklung“ des Landkreises Osnabrück
- Kommunale Förderprogramme zur Ansiedlung von Einzelhandelsunternehmen in Innenstädten, z.B. Braunschweig und Salzgitter, oder im ländlichen Raum in Otterndorf (LK Cuxhaven)
- Kommunale Zuschüsse für Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer, wenn sie ihre Ladenfassade verschönern (z.B. Stuttgart oder Hanau)
- „Zukunftsfonds Innenstadt Verden“ der Stadt Verden



Beispiel: „Resiliente Innenstadt“ Soltau



Beispiel: Zukunftsfonds Verden



Beispiel: Braunschweiger Gründungsfonds



## Nachahmen erwünscht! Gute Beispiele als Impulsgeber nutzen

In den vergangenen zwei Jahren wurden vielerorts gute Beispiele für (Um-)Nutzungen in Innenstädten entwickelt, die für sich sprechen und Lust auf Entwicklung machen. Die IHKN regt an, die bestehenden Ideen nutzbar zu machen, damit das Rad nicht immer neu erfunden werden muss. Im Sinne eines „Nachahmen erwünscht“ gibt es nachfolgend eine Linkliste für Projekte und Impulse:

- Stadtlabore: <https://www.stadtlabore-deutschland.de/>
- Stadtimpulse: <https://unsere-stadtimpulse.de/>
- Projekt Netzwerk Ländliche Räume Niedersachsen: <http://www.projektnetzwerk-niedersachsen.de/>
- Siegerprojekte des niedersächsischen Wettbewerbs „Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort“: <https://www.wettbewerb-gemeinsam-aktiv.de/wettbewerb/>
- Praxisleitfaden des Instituts für Städtebau und Wohnungswesen München (ISW) „Beispielhafte Entwicklungsprojekte für innerstädtische Bereiche – Neue Materialien zur Planungskultur“, Stand 03/2023, zum Download unter: <https://www.dstgb.de/themen/stadtentwicklung-und-wohnen/aktuelles/neuer-praxisleitfaden-zur-innenstadtentwicklung/publikation-beispielhafte-entwicklungsprojekte-innenstadt-2022.pdf?cid=vbd>
- Veranstaltungen, wie das jährliche IHKN-Stadtmarketingforum. Dieses Jahr am 7. September 2023 zum Thema „Nachhaltigkeit in der Innenstadtentwicklung“



Beispiel: IHK-Forum  
Stadtmarketing

## Zeit nehmen für Kommunikation – Dialoge befördern

Die Transformation und Stärkung der Zentren gelingt nur durch den **Schulterschluss von Politik, Verwaltung, Standortgemeinschaften, Unternehmen, der lokalen Immobilienwirtschaft sowie den Nutzergruppen der Zentren** – insbesondere auch Kindern, Jugendlichen sowie Seniorinnen und Senioren. All diese Akteure gilt es zusammen zu bringen, um neue Ideen für die Innenstadt von morgen zu entwickeln und die Umsetzung realistischer Maßnahmen gemeinsam zu steuern. Einzelne schnell umzusetzende Maßnahmen (z.B. saisonale Bepflanzung) können so, ebenso wie mittelfristige Projekte (z.B. Experimentierräume) oder langfristige Konzepte (z.B. Mobilitätsstrategien), transparent diskutiert und einvernehmlich realisiert werden.



Beispiel: Runder Tisch  
Innenstadtentwicklung,  
Stadt Hamburg

Der Impuls für diesen Austausch sollte von „oberster kommunaler Stelle“, also von der Verwaltung und Politik kommen. Der Einsatz der oben erwähnten Zentren-Managerinnen und -Manager kann helfen, diese Prozesse zu koordinieren und – wo nötig – auch mal zwischen den unterschiedlichen Akteursgruppen zu „übersetzen“. Gleichzeitig sind die Wirtschaftsunternehmen als Mitgestaltende der erforderlichen Transformationsprozesse und vor allem als Erbringende von vielfältigen, auch finanziellen, Leistungen vor Ort zu begreifen.

Letztlich gilt es, eine **solidarische Innenstadtentwicklung mit System** voranzubringen, einen Change-Management-Prozess zu etablieren und sich ins Bewusstsein zu rufen, dass die **Innenstadt kein „Zuständigkeitsbereich“, sondern Kollektivgut und damit Aufgabe aller** ist. Vor allem aber, dass Innenstadtentwicklung auch langfristigen Strukturwandel bedeutet, der nicht innerhalb einer Sitzung besprochen oder vom individuellen „Kirchturmdenken“ heraus erarbeitet werden kann.

**Die niedersächsischen Industrie- und Handelskammern stehen bei dem Thema als kontinuierliche und verlässliche Partner sowie Impulsgeber sowohl auf regionaler Ebene als auch landesweit gern zur Verfügung.**

## Ihre Ansprechpersonen für Handelsthemen in den niedersächsischen IHKS

### **IHK Braunschweig**

Christian Scheffel  
Telefon 0531 – 4715 249  
christian.scheffel@braunschweig.ihk.de

### **IHK Hannover**

Hans-Hermann Buhr  
Telefon 0511 – 3107 377  
buhr@hannover.ihk.de

### **IHK Lüneburg–Wolfsburg**

Jan Weckenbrock  
Telefon 04131 – 742 143  
jan.weckenbrock@ihklw.de

### **Oldenburgische IHK**

Carola Havekost  
Telefon 0441 – 2220 300  
havekost@oldenburg.ihk.de

### **IHK Osnabrück – Emsland – Grafschaft Bentheim**

Gerhard Dallmüller  
Telefon 0541 – 353 225  
dallmoeller@osnabrueck.ihk.de

### **IHK für Ostfriesland und Papenburg**

Kerstin Kontny  
Telefon 04921 – 8901 48  
kerstin.kontny@emden.ihk.de

### **IHK Stade für den Elbe–Weser–Raum**

Kathrin Wiellowicz  
Telefon 04141 – 524 142  
kathrin.wiellowicz@stade.ihk.de

## **Fokus Niedersachsen**

Unser Blickpunkt auf die Wirtschaft

Juni 2023

Ihre Ansprechpartnerin:

Kathrin Wiellowicz  
Federführung Handel

### **IHK Niedersachsen (IHKN)**

Königstraße 19  
30175 Hannover

Telefon 04141 524 142  
Telefon 0511 920 901 10  
Fax 0511 920 901 11

E-Mail [kathrin.wiellowicz@stade.ihk.de](mailto:kathrin.wiellowicz@stade.ihk.de)  
[info@ihk-n.de](mailto:info@ihk-n.de)

Web [www.ihk-n.de](http://www.ihk-n.de)

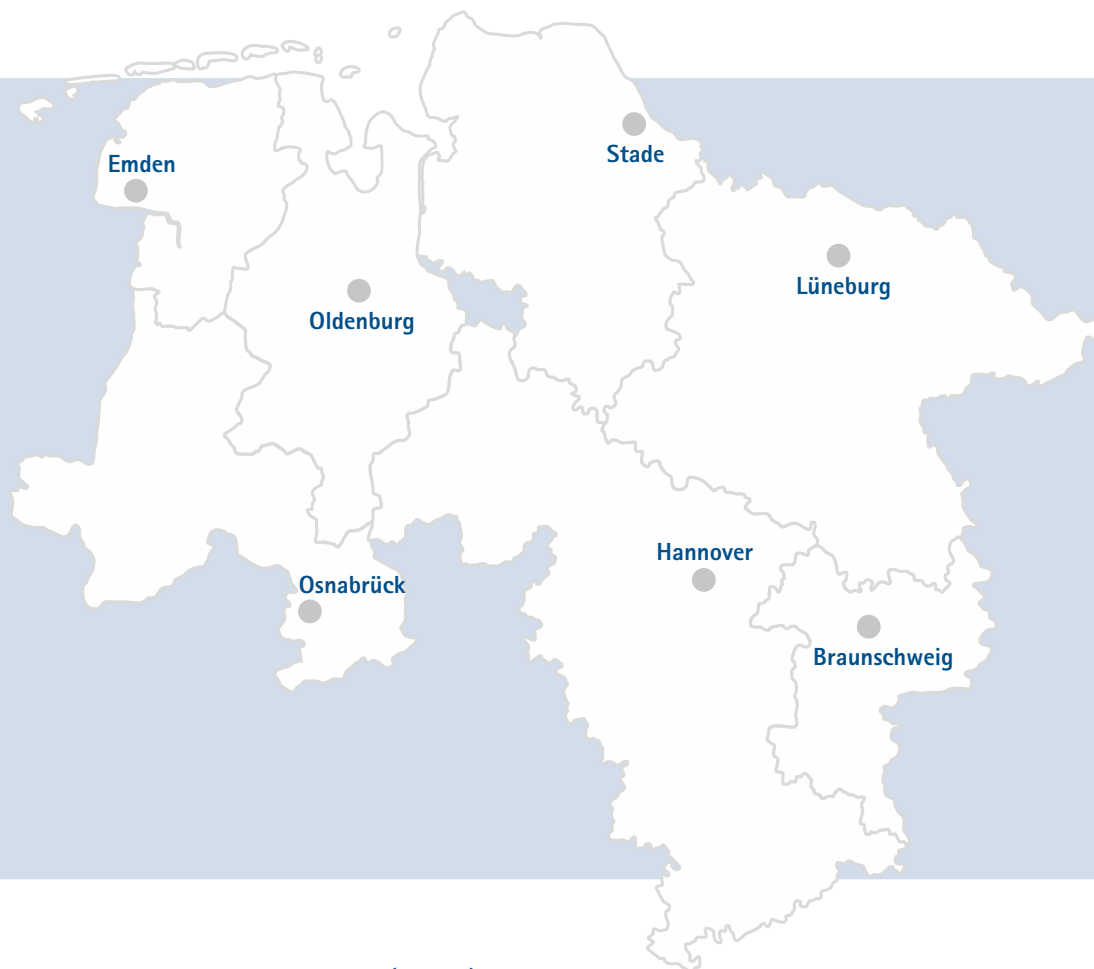
Titelfoto: ©Urheber: Shutterstock / Stephan Schlachter  
Seite 1: ©Urheber: Shutterstock / - Olaf Simon  
Seite 5: ©Urheber: Shutterstock / Eugene Lim  
Seite 6: ©Urheber: 123rf / sashkab  
Seite 9: ©Urheber: 123rf / deklafenak  
Seite 13: ©Urheber: Shutterstock / juerginho

Die IHK Niedersachsen ist die Landesarbeitsgemeinschaft der IHK Braunschweig, IHK Hannover, IHK Lüneburg–Wolfsburg, Oldenburgischen IHK, IHK Osnabrück – Emsland – Grafschaft Bentheim, IHK für Ostfriesland und Papenburg sowie IHK Stade für den Elbe–Weser–Raum. Sie vertritt rund 500.000 gewerbliche Unternehmen gegenüber Politik und Verwaltung.

Der Fokus Niedersachsen erscheint in regelmäßigen Abständen zu aktuellen Themen aus Wirtschaft und Politik und steht unter: [www.fokus-niedersachsen.de](http://www.fokus-niedersachsen.de) auch zum Download zur Verfügung.

Bitte beachten: Zur besseren Lesbarkeit wird in dieser Publikation auf die geschlechtsspezifische Differenzierung verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten im Sinne der Gleichbehandlung für alle Geschlechter.





## IHK Niedersachsen (IHKN)

Königstraße 19  
30175 Hannover

Telefon 0511 920 901 10  
Fax 0511 920 901 11

E-Mail [noske@ihk-n.de](mailto:noske@ihk-n.de)  
[info@ihk-n.de](mailto:info@ihk-n.de)

Web [www.ihk-n.de](http://www.ihk-n.de)