



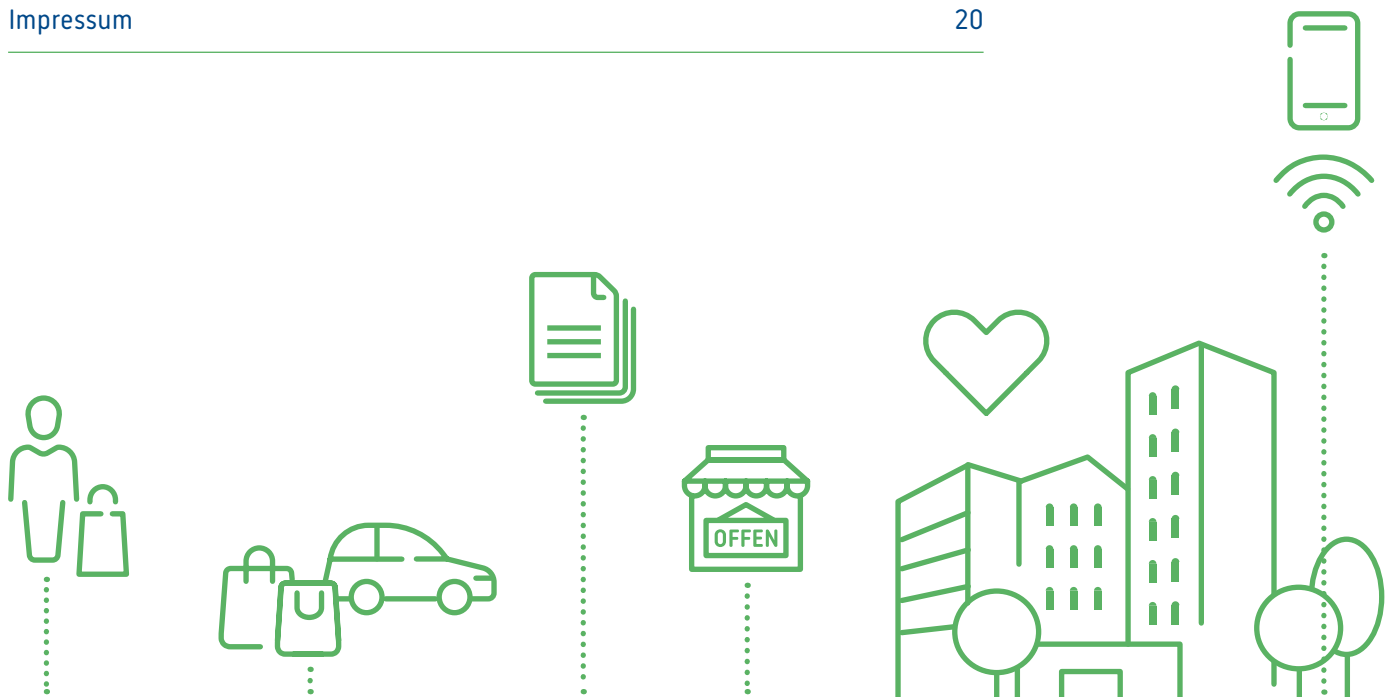
#IHK_STANDPUNKTE

Multifunktionale Innenstädte

#IHK_STANDPUNKTE

INHALT

1. Darum geht es	3
2. Wie es ist	4
3. Themen	6
Nutzungsvielfalt	6
Erreichbarkeit	7
Förderung durch Konzepte	9
Revitalisierung von Leerständen	9
Digitale Transformation	10
Kulturelle und soziale Räume	11
Belebte und sichere Innenstadt	12
Grüne und blaue Infrastruktur	13
Organisationen und Finanzierung	13
Baurechtliche Rahmenbedingungen	14
4. Handlungsfelder aus Sicht der IHK Hannover	16
5. Publikationen und Quellen	19
Impressum	20



1.

Darum geht es

Bundesweit, und damit natürlich auch im Bezirk der IHK Hannover, werden Innenstädte und Ortskerne mit vielfgestaltigen Veränderungen konfrontiert. Im Kern lassen sich diese Entwicklungen plakativ so zusammenfassen: Multifunktionalität ersetzt Monofunktionalität: War der Einzelhandel in der Vergangenheit meistens alleiniger zentraler Magnet der Innenstadt, so entwickelt sich aus unterschiedlichen Gründen verstärkt eine größere Nutzungs- und Funktionsvielfalt. Dies kann dazu beitragen, die Attraktivität und Belebung der Innenstädte zu fördern. Dabei sind die Beteiligten und Betroffenen verschiedenen Hemmnissen und Herausforderungen ausgesetzt. Für die jetzt notwendigen Veränderungsprozesse gibt es bereits eine Vielzahl an Handlungsoptionen. Diese müssen aber auch politisch gewollt sein und fachgerecht eingesetzt werden. Teilweise werden aber auch innovative Herangehensweisen und neue Tools benötigt.

Mit diesem Standpunkte-Papier fordert die IHK Hannover sowohl die Landespolitik als auch Kommunalpolitik und Kommunalverwaltung sowie die relevanten Innenstadtakteure und -akteurinnen dazu auf, den Wandel und die damit verbundenen Herausforderungen aktiv anzunehmen und dabei vorhandene wie neue Instrumente gezielt und entschlossen für die Stärkung und Weiterentwicklung der Zentren einzusetzen.

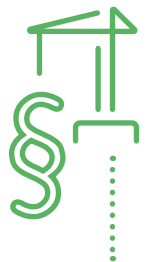
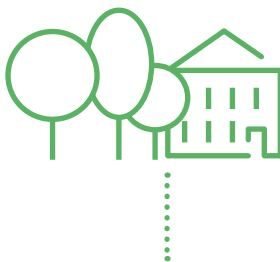
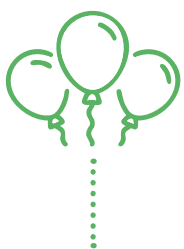
Unsere Innenstädte und Ortskerne wurden über Jahrzehnte durch den Einzelhandel geprägt. Dies hat maßgeblich für belebte Geschäftsstraßen und Fußgängerzonen gesorgt. Doch die digitale Transformation, das veränderte Konsumverhalten, der demografische Wandel und nicht zuletzt der Klimawandel tragen dazu bei, dass sich das Gesicht vieler Innenstädte zunehmend verändert. Geht es bei diesen Prozessen „nur“ um Transformation oder auch um Revitalisierung – oder um beides? Wird die Veränderung der Nutzungsstrukturen von den vor Ort Verantwortlichen Akteuren aktiv gestaltet oder passiv hingenommen?

Die einstige Vielfalt im Handel weicht zunehmend uniformen Handelsstrukturen. Parallel führt der seit Jahren zunehmende Einkauf im Internet zu einer sinkenden Kundenfrequenz in den Zentren. In der Folge kommt es zu Trading-down-Tendenzen und Leerständen. Gleichwohl bleibt der stationäre Handel ein wichtiger Frequenzbringer der Innenstadt – ergänzt vor allem durch die Gastronomie, die den Handel mitunter schon als Zugfaktor Nr. 1 abgelöst hat.

Die digitale Transformation verändert auch die Erwartungen an den stationären Einkauf. Im Geschäft vor Ort wird zunehmend Erlebnis, Inspiration und Service gesucht – als Ergänzung zur digitalen Einkaufswelt. Zudem übt das veränderte Konsumverhalten deutlichen Druck auf den stationären Handel aus, seine digitale Sichtbarkeit zu verstärken.

Für Besucherinnen und Besucher von Innenstädten und Ortskernen ist es wichtig, dass sie dort eine hohe Aufenthaltsqualität vorfinden. Diese kann durch negative Begleiterscheinungen wie Leerstände, mangelnde Sauberkeit, objektiv gegebene oder auch nur subjektiv gefühlte Sicherheitsdefizite oder klimabedingte Extremwetterlagen massiv beeinträchtigt werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich beispielsweise bei einer Nachnutzung leerstehender Immobilien diverse Hemmnisse wie Denkmal- oder Brandschutzauflagen oder auch lärm- bzw. geruchsbezogene Auflagen ergeben können.

Zu den zentralen Voraussetzungen einer vitalen Innenstadt zählt deren bedarfsgerechte und bequeme Erreichbarkeit. Dies gilt insbesondere auch für die dort ansässigen Unternehmen und deren Ver- und Entsorgungsdienstleister. Dabei steht gerade der städtische Verkehr seit Jahren im Fokus restriktiver Einschränkungen beim motorisierten Individualverkehr. Hier gilt es für jede Innenstadt eine individuelle Lösung zu finden, die die für die Wirtschaft wichtige Erreichbarkeit mit allen Verkehrsträgern sicherstellt.



2.

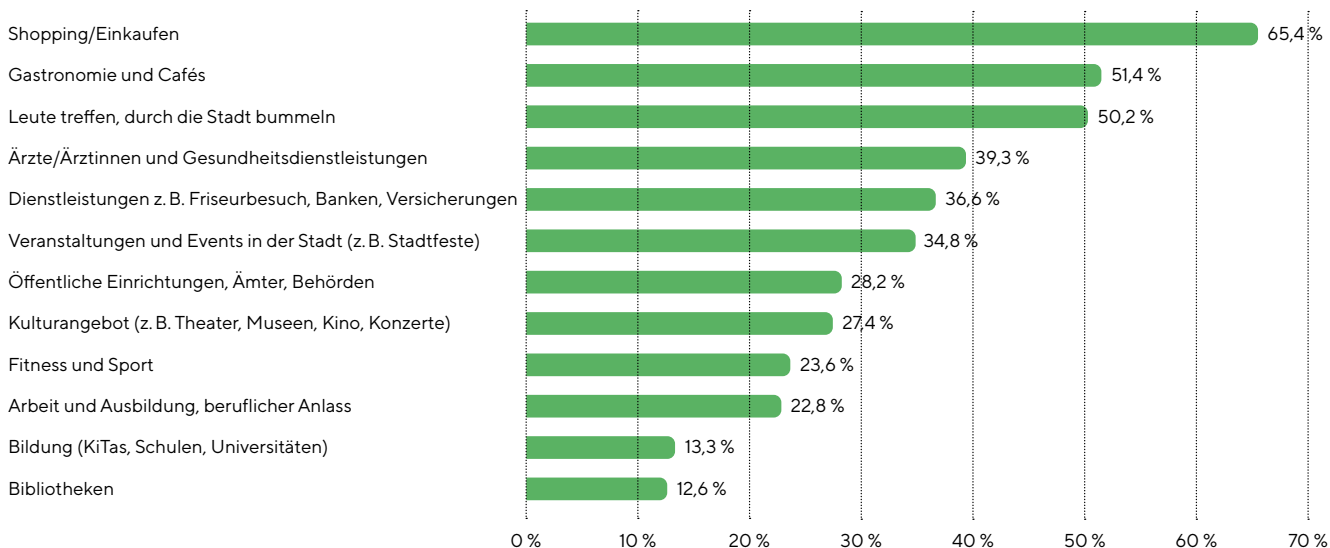
Wie es ist

Eine vitale Innenstadt ist sowohl für die dort Lebenden als auch für Besucherinnen und Besucher (auch) aus dem Umland von großer Bedeutung. Zudem kann sie bei der Standortentscheidung potenzieller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von lokalen Unternehmen eine wesentliche Rolle spielen und damit einen wichtigen Beitrag zur Abmilderung des Fach- und Arbeitskräftemangels auf lokaler Ebene leisten.

Wenn die Innenstadt für die Kundinnen und Kunden, Einwohnerinnen und Einwohner sowie für touristische Gäste attraktiv bleiben bzw. wieder werden will, muss sie bieten, was gesucht wird. Was aber wird gesucht?

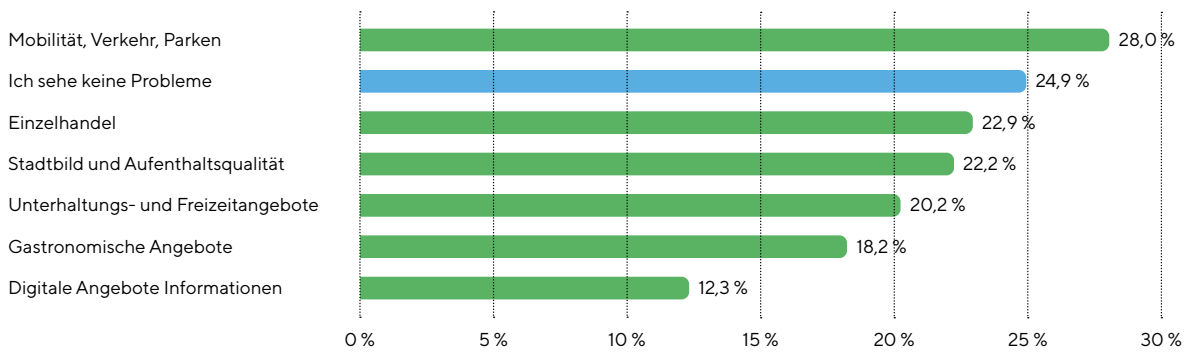
Im Auftrag der IHK Niedersachsen (IHKN) und des Handelsverbandes Niedersachsen-Bremen e. V. (HNB) hat die CIMA Beratung + Management GmbH aus der Deutschlandstudie Innenstadt 2024 einen Länderbericht „Zentrenstudie Niedersachsen & Bremen – Was Menschen künftig in die Innenstädte lockt“ erstellt. Diese Studie zeigt, warum aktuell Innenstädte und Ortskerne aufgesucht werden, wie diese bewertet werden, wo die größten Probleme und Handlungsfelder liegen und ob der Innenstadtbesuch auch in Zukunft noch ein Thema für die Befragten ist.

Warum werden Innenstädte aufgesucht?



Das Shopping ist für 65 Prozent der 1.700 in Niedersachsen repräsentativ Befragten Hauptgrund für einen Besuch in der Innenstadt. Die Magnetangebote der Innenstädte sind dabei Bekleidung sowie Gesundheit und Körperpflege. Auf Platz 2 folgt mit 51 Prozent der Besuch von Cafés oder Restaurants. In einigen Großstädten ist die Gastronomie jedoch bereits Zugfaktor Nr. 1 und hat den Handel abgelöst. Jeder Zweite geht zum Bummeln, Leute treffen, Plätze und Stadt genießen in die City. Auch Dienstleistungen, Events, Kultur und Behördengänge locken zwischen etwa 28 bis 40 Prozent der Antwortenden in die Zentren.

Welche Probleme gibt es beim Besuch der Innenstadt?



Quelle: www.ihk-n.de/Zentrenstudie

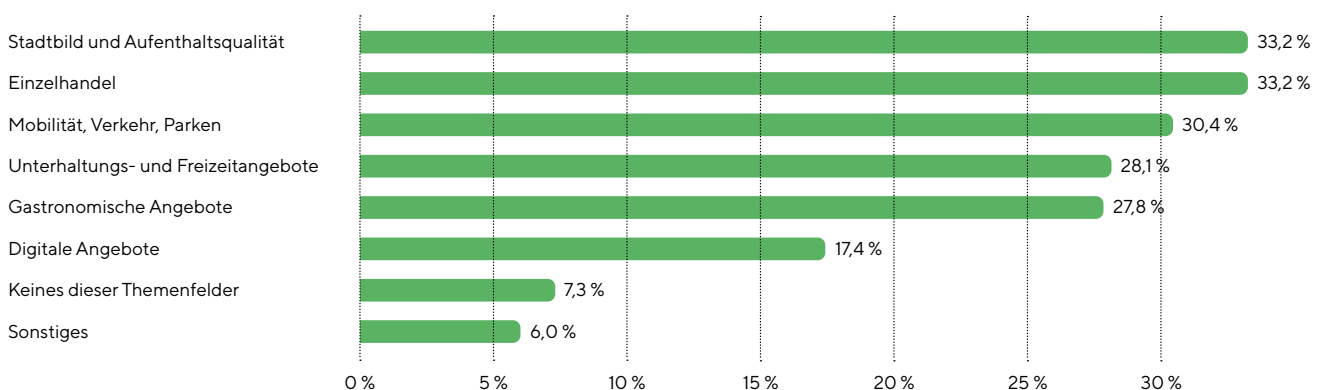
Nur ein Viertel der Antwortenden sieht keinerlei Probleme, die sie von einem Besuch der Innenstadt abhalten könnten. Entsprechend aber nennen drei Viertel verschiedenartige potenzielle Hemmnisse:

Hauptproblem ist die Erreichbarkeit der Innenstädte mit 28 Prozent. Dabei steht günstiges Parken am Innenstadtrand, gekoppelt mit dem Wunsch, barrierefrei zu Fuß die Innenstadt zu erreichen, oben auf der Agenda.

Es folgt ein kritischer Blick auf den Einzelhandel (23 %). Wenn es dort Lücken im Branchenmix gibt, haben es Zentren schwer, insbesondere wenn dort Drogeriefachmärkte oder Lebensmittelversorger fehlen.

Nahezu gleichauf folgt mit 22 Prozent die erforderliche Verbesserung von Stadtbild und Aufenthaltsqualität. Hier wollen die Menschen ein Mehr an Sicherheit, Sauberkeit und Beleuchtung. Auch große und verwahrloste Leerstände prägen das Stadtbild negativ.

Was macht Innenstädte attraktiv?



Quelle: www.ihk-n.de/Zentrenstudie

Insgesamt kristallisieren sich aus den Antworten drei Schlüsselbereiche für attraktive Innenstädte heraus: Die Verbesserung des Stadtbildes und der Aufenthaltsqualität steht an erster Stelle, gefolgt von Maßnahmen, die den Einzelhandel in den Zentren stärken sowie von Maßnahmen im Bereich Mobilität, Verkehr und Parken.

3.

Themen

Im Folgenden werden zehn Themenfelder aufgerufen, deren intensive Behandlung aus Sicht der IHK Hannover entscheidend für die künftige Sicherung und Stärkung von Innenstädten und Ortskernen ist. Wichtig ist dabei eine standortangepasste individualisierte Betrachtungsweise. Zudem ist eine kritische Analyse des aktuellen Zustands geboten, bevor strategische Zielsetzungen für eine Innenstadtentwicklung formuliert werden.

Wenn es um die Stärke, die Lebendigkeit und die Resilienz einer (Innen-)Stadt geht, dann spiegeln Zahlen wie zum Beispiel Einzelhandelszentralität, Kaufkraftkennziffer, Verkaufsflächenausstattung oder Leerstandsquote nur die eine Seite der Medaille wider. Entscheidend sind vielmehr die lokalen Strukturen und Konzepte, die Kooperation vor Ort und nicht zuletzt die Investition in die Weiterentwicklung der Betriebe und in den Standort. In diesem Kontext gibt es sehr unterschiedliche Arten von Einflussfaktoren und Hemmnissen, die entschlossen anzugehen sind.

NUTZUNGSVIELFALT

Die Ausgangslage gestaltet sich in den Standorten sehr individuell. Sie ist vor allem abhängig von ihrer Größe, der wirtschaftlichen, städtebaulichen und sozio-demografischen Struktur sowie der regional-räumlichen Lage und raumordnerischen Funktion. Aber es gibt einen gemeinsamen Nenner: Der stationäre Handel kann auch künftig eine zentrale Rolle als der Magnet für Innenstädte spielen, wenn er seine Stärken nutzt und mit exzellenter Beratung, mit kundenorientierten Services, mit Ambiente und Atmosphäre Einkaufserlebnisse bietet, die das Internet nicht leisten kann.

Allerdings sollten gleichzeitig – natürlich passend zum Standort – neben dem Handel weitere Funktionen in der Innenstadt etabliert bzw. optimiert werden. Dazu zählen Wohnen, Verwaltung, Gastronomie, Dienstleistungen und Freie Berufe, Bildung und Wissenschaft, Kreativwirtschaft, aber beispielsweise auch medizinische Versorgung, Pflegeeinrichtungen sowie „urbane“ Nutzungsvarianten von Handwerk, Gartenbau und Landwirtschaft oder

NUTZUNGS- VIELFALT UND LEBENDIGKEIT:

Individuelle Entwicklungsräume und
-potenziale prüfen



Coworking-Lösungen. Auch soziale Einrichtungen und Räume für Kunst und Kultur können das Angebotspektrum bereichern. Eine große Bandbreite an Nutzungen spricht die unterschiedlichsten Zielgruppen an und kann durch mehr Frequenz auch die ökonomische Stabilität in den Standorten verbessern. Bei der Nachnutzung größerer Leerstände oder bei der Neuerrichtung von Immobilien stehen Mixed-Use-Konzepte zunehmend im Fokus. Dabei gilt es, für fallbezogen auftretende Hemmnisse und Nutzungskonflikte Lösungen zu ermöglichen.

Eine zentrale Rolle für die Attraktivität einer Innenstadt kommt ihren Magneten zu. Zu diesen gehören auch künftig Warenhäuser, Fachmärkte oder stark spezialisierte Handelsunternehmen. Aber auch besondere gastronomische Betriebe, Verwaltungseinrichtungen, medizinische Einrichtungen oder ein Wochenmarkt mit breitgefächertem Angebot zählen potenziell dazu.

Auch im Rahmen von verkaufsoffenen Sonntagen können Innenstädte ihr breitgefächertes Potenzial präsentieren. Die damit verbundenen Antrags- und Genehmigungsverfahren sind jedoch nicht nur in Niedersachsen viel zu bürokratisch und wenig rechts- und planungssicher. Vielfach werden zeitaufwändige und kostenintensive Planungen kurz vor dem Veranstaltungstermin von Gewerkschaftsseite vor Gericht gestoppt. Zunehmende Frustration bei den antragstellenden Werbegemeinschaften oder anderen Organisationen, Verunsicherung bei den kommunalen Genehmigungsbehörden und deutlich rückläufige Antragszahlen sind die Konsequenz.

ERREICHBARKEIT

Die Ausgestaltung der städtischen Mobilität zählt seit Jahren zu den zentralen Handlungsfeldern von Kommunalpolitik und Stadtplanung – nicht zuletzt aufgrund der Diskussionen um Klimaschutzziele, veränderte Raumnutzungen und das Streben nach lebenswerten Städten. Problematisch ist dabei jedoch die häufige Verengung der Diskussion auf den Personenverkehr. Auch der Wirtschaftsverkehr muss integraler Bestandteil der Planungen sein. Besonders in Innenstädten sind Liefer-, Entsorgungs- und Dienstleistungsverkehre Kernbestandteile urbanen Mobilitätsbedarfs.

Dies zu berücksichtigen ist von zentraler Bedeutung, da sowohl die verkehrliche Erreichbarkeit als auch die Qualität der städtischen Mobilität zu den zentralen Standortfaktoren für die Wirtschaft zählen. Gleichzeitig wird die Qualität der städtischen Mobilität regelmäßig auch als wesentliches Problem identifiziert. Dabei zeigt sich: Die Menschen erreichen die Innenstadt häufig multimodal. Je kleiner die Stadt, desto bedeutender ist dabei der Pkw. Laut der „Zentrenstudie Niedersachsen & Bremen“ wird in Städten bis 10.000 Einwohner der Pkw von über 75 Prozent der Innenstadtbesucherinnen und -besucher genutzt, in Städten über 200.000 Einwohner dagegen nur von rund 42 Prozent. Selbst in Hannover, mit seinem besonders gut ausgebauten ÖPNV, ist der Pkw für über 22 Prozent der Besucherinnen und -besucher das Hauptverkehrsmittel.

Diese Zahlen beziehen sich jedoch ausschließlich auf den Personenverkehr. Im Wirtschaftsverkehr dominieren Pkw und Lkw deutlich, da alternative Verkehrsträger wie der ÖPNV hier kaum nutzbar sind. Restriktive Maßnahmen gegen den Straßenverkehr, wie sie in vielen Städten diskutiert oder bereits umgesetzt werden, können daher erhebliche negative Auswirkungen auf die innerstädtische Wirtschaft haben.

Unterschiedliche
**Mobilitäts-
bedürfnisse**
berücksichtigen – multi-
modale Erreichbarkeit
gewährleisten





WIRTSCHAFTSVERKEHR

als Kern urbaner Mobilitätsbedarfe
mitdenken – Unternehmen in
Planung einbinden

Vor diesem Hintergrund ist es für Unternehmen zum einen essenziell, dass Besucherinnen und Besucher die Innenstadt bequem und entsprechend ihren Mobilitätsbedürfnissen erreichen können. Je nach Stadtgröße, Entfernungen und Einzugsbereich, dem vorhandenen ÖPNV-Angebot, aber auch in Abhängigkeit von der individuellen Situation der Menschen, ergeben sich hier unterschiedliche Prioritäten. Allerdings ist grundsätzlich eine angemessene Erreichbarkeit mit allen Verkehrsträgern erforderlich, da für einen Teil der Besucherinnen und Besucher andere Verkehrsmittel als der Pkw keine Alternativen darstellen. Auch diese sind jedoch für die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen unverzichtbar. Wichtig ist dabei auch ein nachfragegerechtes Angebot an Parkplätzen, leicht erreichbar und preislich attraktiv.

Zum anderen ist für den Wirtschaftsverkehr ein leistungsfähiges und hinreichend schnelles Straßenverkehrsnetz erforderlich, um seine Verkehre wettbewerbsfähig abwickeln zu können. Für die Unternehmen ist darüber hinaus auch ein attraktives Parkangebot für die Mitarbeitenden notwendig.

Fehlen diese Voraussetzungen, so sind Standortverlagerungen zu erwarten, die nicht nur zu einem Attraktivitätsverlust der Innenstädte beitragen, sondern auch verkehrserzeugende Wirkungen beispielsweise durch die Stärkung von Handelsstandorten auf der Grünen Wiese und die damit verbundenen längeren Fahrwege erwarten lassen.

Zur Optimierung des innerstädtischen Wirtschaftsverkehrs sind dabei auf die Städte angepasste urbane Logistikkonzepte hilfreich. Diese umfassen beispielsweise Sammel- und Verteilzentren oder Mikro-Hubs, die alternative Fahrzeugkonzepte wie die Belieferungen mit Lastenfahrrädern ermöglichen, Lieferzonen oder Abhol-/Annahmestationen. Hierfür müssen allerdings zunächst geeignete Flächen gefunden werden, was sich in Innenstädten oft problematisch gestaltet.

Wichtig ist, dass die Unternehmen möglichst frühzeitig in den gesamten Planungsprozess zum Verkehr eingebunden werden. Denn Maßnahmen im Stadtverkehr betreffen immer auch Unternehmen, direkt oder indirekt.

FÖRDERUNG DURCH KONZEPTE

Von der Kommunalpolitik beschlossene Einzelhandelskonzepte können dazu dienen, die Nutzungsvielfalt, die Magnetwirkung des Handels, aber auch die städtebauliche Attraktivität und Lebendigkeit der Ortszentren als baurechtlich besonders schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche zu schützen und zu unterstützen. Dieser Schutz nimmt sowohl schädliche Entwicklungen an raumordnerisch wie baurechtlich problematischen Standorten vor Ort, aber auch unverträgliche Entwicklungen in Nachbarkommunen in den Blick. Sie sind deshalb ein wirkungsvolles Instrument zur strategischen Entwicklung bestender und geeigneter neuer Einzelhandelsstandorte. Durch die entstehende Transparenz ergibt sich sowohl für Investitionen, für interessierte neue Betreiber und Betreiberinnen als auch für die ansässige Händlerschaft eine größere Planungssicherheit. Ein vom Rat beschlossenes Konzept wird zur Grundlage für Verwaltungshandeln (Bauleitplanung und Baugenehmigungen).

Mitunter sind Konzepte erforderlich, um stadtentwicklungsbezogene Finanzierungshilfen beantragen zu können. Dazu zählt zum einen ein Integriertes Stadtentwicklungskonzept (ISEK) zur ganzheitlichen Weiterentwicklung einer Stadt und zum anderen ein auf die Innenstadt bezogenes Konzept, mit dem gezielt die Herausforderungen und strategischen Entwicklungserfordernisse einer City angegangen und eine Toolbox mit vielfältigen Instrumenten zur Stärkung der Multifunktionalität, Identitätsstiftung und Lebendigkeit entwickelt werden können.

REVITALISIERUNG VON LEERSTÄNDEN

Die Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer spielen eine zentrale Rolle für die künftige Ausgestaltung und Weiterentwicklung der Innenstädte und Ortskerne. Deshalb sollten sie insbesondere mit Blick auf eine abgestimmte Entwicklung einzelner Quartiere durch intensive Kommunikation und konkrete Unterstützungsmaßnahmen bei der Nachbesetzung von Leerständen in diesen Transformationsprozess einbezogen werden.

TOOLBOX LEERSTANDS-MANAGEMENT NUTZEN –

Potenziale von Zwischennutzungen („PopUp“) ausschöpfen



In diesem Zusammenhang kann eine enge Zusammenarbeit aller innerstädtischen Akteure und Akteurinnen an „Runden Tischen“ zielführend sein. Für das zumeist von Kommunen oder von Stadtmarketingorganisationen durchgeführte Ladenflächen-/Leerstandsmanagement und die konzeptionelle Unterstützung der Eigentümerinnen und Eigentümer bei der Nachbesetzung leerstehender bzw. brach fallender Gewerbeimmobilien gibt es eine Vielzahl an Instrumenten: Alters-Leerstands-Karten, Identifizierung von Risiko- bzw. Ankerimmobilien, Auflistung zentraler Ladenflächen- und Standort-Merkmale mittels digitaler Tools, Beratung, PopUp-Stores, Co-Finanzierung reduzierter Mieten, Gründungswettbewerbe. Hier sollten insbesondere Interimslösungen inklusive öffentlicher Zwischennutzungen (Planungsschaufenster, Bürgerinfo) auch als „Türöffner“ für Dauerlösungen realisiert werden.

Auf jeden Fall gilt es zu vermeiden, dass leerstehende Immobilien einen verwahrlosten Eindruck hinterlassen. Idealerweise sollten sie in Abstimmung mit Eigentümerinnen und Eigentümern kreativ und ggf. in einem einheitlichen Design dekoriert werden. Insbesondere sollte lagebezogen vermieden werden, dass sich Leerstände (sichtbar) häufen, da dadurch Trading-down-Tendenzen im Quartier gefördert werden.

DIGITALE TRANSFORMATION

Die digitale Transformation wirkt in zweifacher Weise: Einerseits verändert sie durch neue Technologien und Kommunikationsformen das Konsumverhalten grundlegend – mit spürbaren Folgen für Passantenfrequenzen und die Attraktivität stationärer Angebote. Andererseits eröffnet sie den Städten neue Handlungsspielräume, um auf diese Veränderungen zu reagieren, innovative Nutzungskonzepte zu entwickeln und sich als multifunktionale, zukunftsfähige Räume neu zu positionieren.

Vor diesem Hintergrund stehen insbesondere der stationäre Handel und innerstädtische Standortgemeinschaften vor der Herausforderung, ihre digitale Sichtbarkeit zu stärken und Kundinnen und Kunden auch im Netz gezielt anzusprechen – idealerweise mit dem Ziel, sie in die Innenstadt zu locken. Dabei geht es nicht nur um digitale Marketingstrategien, sondern auch um die digitale Präsenz der Standorte selbst. Innenstädte sollten zudem als smarte Räume gedacht und gestaltet werden, in denen physische und digitale Erlebnisse nahtlos ineinandergreifen.

Laut der bundesweiten „IHK-IBI-Handelsstudie“ 2024 erwarten rund drei Viertel der niedersächsischen Handelsunternehmen steigende Umsätze über Online-Shops, rund zwei Drittel über Apps, digitale Marktplätze bzw. über soziale Medien. Bei den digitalen Schaufenstern setzen Niedersachsens Handelsbetriebe insbesondere auf den Google-Unternehmenseintrag, auf Instagram und auf lokale Apps. Trotz der positiven digitalen Entwicklung fühlen sich viele Betriebe schlechter auf die Digitalisierung vorbereitet als noch vor einigen Jahren. Internationale Plattformen und Drittstaatenhändler aus China verschärfen den Druck. Auch IT-Sicherheit und Cybercrime zählen unter anderem zu den vom Handel genannten Problemfeldern.

Die Innenstädte profitieren insbesondere von digitalen Lösungen zur Besucherlenkung, zur Integration neuer Mobilitätsformen (zum Beispiel Sharing-Angebote, On-Demand-Verkehre) sowie zur Schaffung digitaler Marktplätze und Plattformen. Technologien wie Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) aber auch Künstliche Intelligenz (KI) können sowohl auf der betrieblichen als auch auf der städtischen Ebene für innovative Angebote genutzt werden.

Stationär + digital:

mit digitalen Lösungen innerstädtische Frequenz stärken und smarte City-Erlebnissräume schaffen



Die Verbindung von Digitaler Transformation und Smart-City-Strategien kann somit ein zentraler Hebel sein, um Innenstädte als lebendige, vielfältige und zukunftsfähige Räume zu gestalten. Sie unterstützt im besten Fall nicht nur die funktionale Diversifizierung, sondern auch die soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit urbaner Zentren. Die Herausforderung dabei ist, dass digitale Konzepte stets an die jeweilige Innenstadt angepasst werden müssen.

KULTURELLE UND SOZIALE RÄUME

Kulturelle und soziale Räume können bei der Entwicklung multifunktionaler Innenstädte eine zentrale Rolle spielen. Denn aus stadtplanerischer, gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Perspektive tragen kulturelle Einrichtungen wie Museen, Theater, Galerien und soziale Treffpunkte wie Nachbarschaftszentren, Jugend- bzw. Seniorentreffs oder multidisziplinäre Kunsträume wesentlich zur Identitätsbildung und emotionalen Bindung der Bevölkerung an ihre (Innen-)Stadt bei. Sie schaffen Orte mit Wiedererkennungswert und fördern die Aufenthaltsqualität als sogenannte „Dritte Orte“ über den reinen Konsum hinaus. Gleichzeitig beleben sie den öffentlichen Raum und schaffen Synergien mit Handel, Gastronomie und Bildungseinrichtungen.

Gemeinschaftsorte sind **IMPULSGEBER** für Begegnung, Teilhabe und kreative Nutzung – sie machen Innenstädte lebendig und für alle erlebbar.



Daneben erhöhen kulturell und sozial genutzte Räume die Anpassungsfähigkeit der Innenstadt gegenüber wirtschaftlichen Krisen oder dem Strukturwandel im Einzelhandel. Gleichzeitig können sie zum Impulsgeber für urbane Transformation werden und bieten Plattformen für kulturellen Austausch und zivilgesellschaftliches Engagement. Zusammenfassend gesagt: Kulturelle und soziale Räume fördern Lebendigkeit, Inklusion, Vielfalt und Resilienz und sollten daher integraler Bestandteil kommunaler Entwicklungsstrategien sein.



Innenstadtbesuche fördern bedeutet
auch: Kundenbedürfnisse für
**SICHERHEIT, ORDNUNG UND
SAUBERKEIT** ernst nehmen!

BELEBTE UND SICHERE INNENSTADT

Die Verbesserung des Stadtbildes und der Aufenthaltsqualität wird in der „Zentrenstudie Niedersachsen & Bremen“ unter den Schlüsselbereichen, die Innenstädte attraktiver machen, an erster Stelle geführt. Um Innenstädte zu beleben, sollten sie zu einem Erlebnisraum ausgestaltet werden. Neben zielgruppenorientierter Infrastruktur mit Spielplätzen und Sitzgelegenheiten sowie kulturellen und sozialen Räumen gehört dazu die Inszenierung und Emotionalisierung des Zentrums auch mit gestalterischen Höhepunkten und hochwertigen und frequenzwirksamen Veranstaltungen.

Durch temporäre kreative, innovative oder auch unkonventionelle (Zwischen-)Nutzungen in innerstädtischen Immobilien und im öffentlichen Raum (Labore/Experimentierräume) können frische Impulse für die Stadtentwicklung gesetzt werden.

Dabei sollten im öffentlichen Raum überall und zu jeder Tages- und Nachtzeit Sicherheit, Ordnung und Sauberkeit (das City-SOS) selbstverständlich sein, um einen entspannten Besuch der Innenstadt zu ermöglichen. Hierbei ist immer zu berücksichtigen, dass das subjektive Empfinden der Bevölkerung entscheidend ist. Negativ wirksamen Aktivitäten wie zum Beispiel Drogenhandel und -konsum, (Laden-)Diebstahl, aggressives organisiertes Betteln, Vermüllung, Schmierereien oder nicht angemeldete Demonstrationen sollte frühzeitig und entschieden entgegengetreten werden. Hierzu bedarf es einer engen Zusammenarbeit und Abstimmung zwischen der Kommunalpolitik und -verwaltung mit der Innenstadtwirtschaft, der Standortorganisation und weiteren wichtigen öffentlichen Einrichtungen wie beispielsweise Polizei oder Abfallwirtschaft.

GRÜNE UND BLAUE INFRASTRUKTUR

Für die Innenstädte und Ortszentren sollte die ökonomische, soziale und ökologische Nachhaltigkeit gleichermaßen im Fokus stehen. In Folge der zunehmend spür- und sichtbaren Folgen des Klimawandels wie zum Beispiel Starkregenereignisse und Hitzewellen sollten neben Verkehrsfragen auch Begrünung (auch von Immobilien), Beschattung, Schaffung von (mobilen und temporären) Klimaoasen, Entsiegelung, Wasserspeicherung („Schwammstadt“), hitzeresistente Baumarten zur Verbesserung des Mikroklimas und der Luftqualität, Cooling Spots und Trinkwasserspender und anderes mehr als Maßnahmen für eine stärkere Resilienz der Innenstädte Beachtung finden.

Maßnahmen für die Klimaanpassung der Innenstadt wurden auch in der Deutschland-Studie Innenstadt thematisiert: Etwa je sechs von zehn Befragten maßen grünen Klimaoasen, geeigneten Baumarten, um Mikroklima und Luftqualität zu verbessern sowie der Verschattung durch Bäume eine hohe oder sogar sehr hohe Priorität zu.

ORGANISATIONEN UND FINANZIERUNG

Die insbesondere in kleineren Städten und Stadtteilen oft auf ehrenamtlicher Basis geführten Standortgemeinschaften klagen zunehmend über knapper werdende personelle und finanzielle Ressourcen. Diese reichen oft nur noch für Routine-Aktivitäten. Nicht selten müssen mit dem Ausscheiden von Personen, die über lange Jahre die Arbeit getragen haben, Aktivitäten weiter eingeschränkt oder sogar eingestellt werden. Im Endergebnis fehlen dann lokale Wirtschaftsvertretungen als Ansprechstellen für Kommunalpolitik und -verwaltung.

In größeren Kommunen gibt es häufig ein hauptamtliches Stadtmarketing, Citymanagement oder eine Stabsstelle in der Kommunalverwaltung oder eine breitere Basis für ehrenamtliches Engagement. Aber auch hier erfordern aktuelle Themen, wie zum Beispiel beim Leerstandsmanagement, neue Formen der Zusammenarbeit.

Unabhängig von der Größe der Kommune fehlen oft die finanziellen Mittel für Innenstadtprojekte. Dabei ist ein besonders gravierendes Manko bei Fördermitteln, dass diese häufig keine personellen Ressourcen abdecken.

In den Corona-Jahren gab es diverse Förderprogramme für Handel und Zentren, die mittlerweile ausgelaufen sind. Die Transformation der Innenstädte und Ortskerne ist allerdings noch in vollem Gange. Somit stellt sich die Frage nach einer Anschlussfinanzierung, um eine nachhaltige Wirkung in den Kommunen entfalten zu können. In Frage käme hierfür eine Fortführung der ausgelaufenen Zentrenförderprogramme wie „Perspektive Innenstadt“, „Resiliente Innenstädte“ oder „Niedersachsen digital aufgeLaden“.

Optimierungsbedarf gibt es beim Programm „Zukunftsräume Niedersachsen“: Zwar ist positiv festzuhalten, dass, wie von der IHK Niedersachsen gefordert, „Innenstadt-Kümmerer“ wieder gefördert werden. Dies gilt allerdings nur, sofern es sich um kommunales Personal handelt. Die „Innenstadt-Kümmerer“ können die vielerorts wichtige Moderation zwischen Innenstadtwirtschaft, Verwaltung, Politik und Immobilieneigentümerinnen und -eigenthümern übernehmen und Innenstadtprojekte wie zum Beispiel Leerstandsmanagement, Digitalisierung oder Sicherheit – Ordnung – Sauberkeit anbieten. Außerdem können sie als Mediatoren bei der Diskussion rund um das Thema Erreichbarkeit tätig werden. Hilfreich wäre zudem ein eigenständiges niedrigschwelliges Förderprogramm für Standortgemeinschaften wie zum Beispiel Gewerbevereine und Werbegemeinschaften.



Finanzierungsalternativen für Innenstadtprojekte in den Blick nehmen:

**Fonds,
Crowdfunding,
Sponsoring & Co.**



Abseits von Förderkulissen sollten für die Finanzierung von Innenstadtprojekten alternative Finanzierungsformen wie etwa Fonds, Crowdfunding, Sponsoring, Public Private Partnership (PPP) oder Wettbewerbe geprüft werden. In diesem Kontext positiv hervorzuheben: Der Wettbewerb „Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort“ des niedersächsischen Wirtschaftsministeriums.

Seit dem Inkrafttreten des Niedersächsischen Quartiersgesetzes (NQG) im Jahr 2021 ist auch in Niedersachsen die Gründung von sogenannten Business Improvement Districts (BIDs) möglich. Diese Eigeninitiativen von Eigentümerinnen und Eigentümern sowie Gewerbetreibenden und weiteren Akteursgruppen setzen „on top“ zu kommunalen Leistungen und Investitionen kreative Projekte zur Quartiersstärkung um, finanziert durch Pflichtabgaben der im abgegrenzten Quartier ansässigen Eigentümerinnen und Eigentümer. Von den seitdem ursprünglich 15 an den Start gegangenen Quartieren hatte lediglich das Göttinger Innenstadtquartier „Weender Straße/Kornmarkt“ den Gründungsprozess bis zur öffentlichen Auslegung durchlaufen – wurde dann jedoch verklagt. Niedersachsen fehlt es somit bislang an erfolgreichen BID-Pilotprojekten. Die IHK Niedersachsen hatte frühzeitig einen NQG-Leitfaden zu Fragen rund um die Gründung und zur praktischen Unterstützung von Quartiersgemeinschaften und Kommunalverwaltungen veröffentlicht.

BAURECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Der Zusammenhang zwischen der Entwicklung einer multifunktionalen Innenstadt und der Einhaltung von baurechtlichen Vorgaben ist komplex und gleichzeitig mitentscheidend für die erfolgreiche Gestaltung eines breiten innerstädtischen Nutzungsmixes. So regelt die Baunutzungsverordnung (BauNVO) im Verbund mit der baugesetzlichen Bauleitplanung, welche Nutzungen auf Grundstücken und in Gebäuden in den verschiedenen Baugebieten zulässig sind. Dabei zeigt sich in der gegenwärtigen Praxis, dass die Anwendung der BauNVO und des Baugesetzbuches (BauGB) die flexible Nutzungsmischung in Innenstädten nicht selten behindert. Eine Anpassung der BauNVO und des



ONE-STOP-VERFAHREN erleichtern durch die zentrale Koordination und Bündelung behördlicher Genehmigungsprozesse eine beschleunigte Umsetzung von innerstädtischen Ansiedlungs- und Umnutzungsvorhaben.

BauGB, um eine größere Vielfalt an Nutzungsoptionen zu ermöglichen, ist daher ein wichtiger Schritt, um Innenstädte schneller und gezielter für durchmischte Nutzungen zugänglich zu machen. Vor allem Umnutzungen, beispielsweise von Ladenflächen in Gastronomieflächen, müssen besser und leichter möglich werden. Ferner ist darauf hinzuwirken, dass explizite Regelungen zur Unterstützung der Entwicklung von multifunktionalen Innenstädten in das Baurecht auf Bundesebene und in die Bauordnungen der Länder aufgenommen werden.

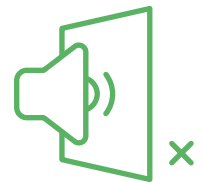
Insofern sollten das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) dahingehend überarbeitet werden, dass eine flexiblere Nutzungsmischung ermöglicht wird – insbesondere in der Baugebietskategorie des Urbanen Gebietes (MU). MU-Gebiete können einen Beitrag zur Förderung von urbaner Produktion leisten. Dabei muss die Integration von Produktionsbetrieben in gemischte Urbane Baugebiete durch gezielte planungsrechtliche Maßnahmen unterstützt werden.

Zusätzlich müssen Genehmigungsverfahren für neue innerstädtische Nutzungskonzepte und Bauprojekte generell zeitlich verkürzt werden. Planungsrechtliche Hemmnisse, wie strikte Vorschriften und langwierige Genehmigungsprozesse, können die Entwicklung multifunktionaler Innenstädte erschweren. Dafür, dass hier der Gesetzgeber auf Bundesebene für Anpassungen sorgt, engagiert sich die Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK) im Zusammenspiel mit den regionalen IHKs. Allerdings sind kurz- bis mittelfristig solche Überarbeitungen von BauGB und BauNVO leider unrealistisch.

Auch im Spannungsfeld zwischen dem Ziel einer lebendigen Nutzungsmischung und den Anforderungen des Lärmschutzes sind keine schnellen Änderungen bei der Gesetzgebung und den Vorschriften zu erwarten. Insbesondere die Technische Anleitung zum Schutz gegen Lärm (TA Lärm) stellt mit ihren starren Immissionsrichtwerten eine zentrale regulatorische Hürde dar, wenn es um die Nachverdichtung oder Umnutzung innerstädtischer Flächen geht. Ein zentrales Problem ergibt sich aus der sogenannten „heranrücken der Wohnbebauung“ an bestehende gewerbliche oder kulturelle Nutzungen. Während die TA Lärm ursprünglich auf die Genehmigung neuer Anlagen ausgerichtet war, wird sie zunehmend auch in der Bauleitplanung angewendet – mit der Folge, dass etablierte urbane Nutzungen wie Gastronomie, Einzelhandel oder Handwerksbetriebe durch neue Wohnnutzungen in ihrer Existenz gefährdet werden können. Hier ist auf eine Weiterentwicklung der TA Lärm hinzuwirken, damit stärker auf die spezifischen Bedingungen innerstädtischer Räume eingegangen werden kann und differenzierte Abwägungen im Rahmen der Bauleitplanung möglich werden.

Da planungsrechtliche Veränderungen auf Bundesebene langfristiger Natur sind, kann gegenwärtig der Haupthandlungsansatz nur darin bestehen, die vorhandenen baurechtlichen Vorgaben im Hinblick auf die Entwicklung multifunktionaler Stadtstrukturen bezogen auf das jeweilige Vorhaben zielgerichtet und mit größtmöglicher, planungsrechtlich zulässiger Flexibilität anzuwenden. Hier ist die kommunale Bauleitplanung gefordert, entsprechende Beratungsangebote bereitzustellen.

Zusätzlich zu den baurechtlichen Rahmensetzungen spielt für die künftige Sicherung und Stärkung der Funktionsfähigkeit der Innenstadt auch der baurechtliche Schutz des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt im Sinne des Baugesetzbuches (§ 1, § 34), der Baunutzungsverordnung (§ 11.3), des Raumordnungsgesetzes (§ 1, § 2) und durch die Einhaltung der Zulässigkeitskriterien für Einzelhandelsgroßprojekte des Landesraumordnungsprogramms Niedersachsen in Raumordnungs-, Bauleitplan- und Baugenehmigungsverfahren eine wichtige Rolle. Die Kommunalpolitik und -verwaltung sollten daher die Auswirkungen außerhalb der Zentren gelegener großflächiger Vorhaben auf die Funktionsfähigkeit der Innenstadt sorgfältig prüfen.



Kluger Lärmschutz

für ein urbanes
Miteinander von Arbeit
und Wohnen

4.

Handlungsfelder aus Sicht der IHK Hannover

Bevor strategische Zielsetzungen für die Innenstadtentwicklung formuliert werden, sollte eine kritische Analyse des aktuellen Zustands durchgeführt werden. Nur mit einer Bestandsaufnahme, die bestehende Herausforderungen und Handlungsbedarfe standortbezogen identifiziert, können Maßnahmen zur Innenentwicklung die gewünschte Wirkung entfalten.



KONZEPTE ENTWICKELN UND NUTZEN

Einzelhandelskonzepte und Innenstadt- bzw. Ortskernentwicklungskonzepte sollten verstärkt eingesetzt werden, um die baurechtlich besonders schützenswerten Ortszentren und andere Einkaufslagen strategisch zu entwickeln. In mehr als der Hälfte aller niedersächsischen Kommunen gibt es diese Konzepte jedoch nicht, oder nur in veralteter Form. Die IHK Hannover begleitet als Trägerin öffentlicher Belange (TöB) die Erstellung solcher Konzepte in Lenkungsgruppen oder mit qualifizierten Stellungnahmen. Diese Konzepte sollten in der kommunalen Bauleitplan- und Baugenehmigungspraxis sach- und fachgerecht umgesetzt werden.



ERREICHBARKEIT DER INNENSTADT SICHERSTELLEN

Die verkehrliche Erreichbarkeit sollte als integraler Bestandteil der Innenstadtentwicklung verstanden werden. Die Akzeptanz, Lebendigkeit und Wettbewerbsfähigkeit der Zentren hängen maßgeblich von ihrer ungehinderten Erreichbarkeit für alle ab. Dies umfasst die Bewohnerinnen und Bewohner, Kundinnen und Kunden, Mitarbeitende sowie sonstige Besucherinnen und Besucher aus der Kommune und dem Umland, touristische Gäste und insbesondere auch den gesamten Wirtschaftsverkehr.

Mit einem multimodal ausgerichteten Mobilitätskonzept sollte die gute Erreichbarkeit der Innenstadt mit allen Verkehrsträgern sichergestellt werden. Neben einem gut ausgebauten ÖPNV, der auch das Umland umfasst, und einem guten Radverkehrsnetz ist hierfür insbesondere auch ein leistungsfähiges und schnelles Hauptverkehrsstraßennetz, ein angemessen dimensioniertes nachgeordnetes Straßen-

netz sowie ein bedarfsgerechtes Parkraumangebot mit einem modernen Parkleitsystem und einer attraktiven Preisgestaltung erforderlich.

Um eine emissionsarme Belieferung der Innenstadt zu fördern sind innenstadtnahe Logistikflächen erforderlich. Hier können die Kommunen durch Bereitstellung und planerische Nutzbarmachung von Flächen beispielsweise für Micro-hubs und Ladezonen wesentliche Beiträge für die Umsetzung intelligenter Logistiklösungen leisten.

Restriktive, mobilitätsbeschränkende Maßnahmen, die auf Verdrängung zielen, sollten vermieden werden. Solche Push-Maßnahmen, die in der Regel auf ein Verdrängen des motorisierten Individualverkehrs beim Personenverkehr zielen, dürfen nicht isoliert betrachtet werden, da sie in der Regel negative Auswirkungen auf die Mobilitätsbedürfnisse der Unternehmen und damit auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft haben. Zielkonflikte sollten nicht einseitig zu Lasten eines Verkehrsträgers gelöst werden.

Insgesamt ist eine Planungskultur notwendig, die auf frühzeitige Beteiligung der Wirtschaft, lösungsorientierte Strategien und die Vermeidung ideologisch besetzter Begrifflichkeiten setzt, um eine unnötige Polarisierung und Blockierung zu vermeiden. Nur wenn die unterschiedlichen Mobilitätsbedürfnisse der verschiedenen Nutzergruppen akzeptiert und in einer ganzheitlichen Mobilitätsstrategie berücksichtigt werden, wird die Wirtschaft wettbewerbsfähig bleiben und damit als zentraler Bestandteil einer attraktiven multifunktionalen Innenstadt erhalten bleiben.



EINE ZENTRALE ANLAUFSTELLE BEI INNENSTADTPLANUNGEN EINFÜHREN

Die Einführung einer zentralen Anlaufstelle bei den kommunalen Bauplanungsbehörden mit einheitlichen Ansprechpersonen etwa für Nutzungsänderungsanfragen, Bauanträge oder Baugenehmigungen in Innenstadtlagen sollte erfolgen, damit zum Beispiel die temporäre oder dauerhafte Umnutzung von Ladenlokalen zu Cafés, Co-Working-Spaces oder kulturellen Einrichtungen erleichtert und beschleunigt wird.



SCHLÜSSELIMMOBILIEN ALS IDENTITÄTS-STIFTENDE MAGNETEN ENTWICKELN

Kommunen sollten unzureichend genutzte, zentral gelegene Immobilien mit besonderem städtebaulichem und baukulturellem Potenzial – wie ehemalige Kauf- oder Warenhäuser, Bahnhöfe oder Industrieareale – als identitätsstiftende Stadtbausteine mit potenzieller Magnetwirkung begreifen. Da private Investitionen häufig an komplexen Rahmenbedingungen und Renditeerwartungen scheitern, sollten Kommunen in enger Kooperation mit öffentlichen und privaten Akteurinnen und Akteuren prüfen, ob sie die strategische Entwicklung übernehmen und die notwendigen planerischen Voraussetzungen für eine möglichst zügige Umsetzung schaffen können.



LÄRMSCHUTZ ALS HERAUSFORDERUNG ERKENNEN

Um den Zielkonflikt zwischen Lärmschutz und Nutzungsvielfalt zu entschärfen, sollte die TA Lärm differenzierter auf urbane Räume angewendet werden. Dazu sollte die rechtliche und planerische Anwendung des „Urbanen Gebiets“ (§ 6a BauNVO) gestärkt und konkretisiert werden, um Nutzungsmischung und Lärmschutz besser auszubalancieren. Darüber hinaus sollten Lärmschutzmaßnahmen nicht erst im Genehmigungsprozess, sondern bereits in der städtebaulichen Konzeption berücksichtigt werden – zum Beispiel durch Gebäudestellung, Nutzungspuffer oder akustisch wirksame Materialien.

Gleichzeitig ist die Förderung technischer Innovationen wünschenswert, denn der Einsatz innovativer Technologien wie lärmadaptive Fenster, digitale Lärmmesssysteme oder akustische Stadtmöblierung kann helfen, Lärmquellen zu kontrollieren, ohne urbane Nutzungen zu verdrängen. Und schließlich sollten Städte integrierte Lärmaktionspläne entwickeln, die nicht nur auf Vermeidung, sondern auch auf Akzeptanz und Gestaltung urbaner Geräuschkulissen abzielen.



NUTZUNGSÄNDERUNGEN DURCH ÖFFENTLICHE SANITÄRANLAGEN ERLEICHTERN

Die Bereitstellung einer innerstädtischen öffentlichen sanitären Infrastruktur kann die baurechtliche Umnutzung und die Errichtung von Popup-Aktivitäten (Stores, Galerien, Cafés usw.) erleichtern. Die Bereitstellung von Toiletten in ausreichender Anzahl, Ausgestaltung, Qualität und Zugänglichkeit kann die Entwicklung einer multifunktionalen Innenstadt unterstützen. Darüber hinaus erschwert oder verhindert nicht selten der bei Nutzungsänderungen

erforderliche Nachweis von Toiletten innerstädtische Entwicklungen, weil auf den Flächen bzw. in der Immobilie von Einzelvorhaben aus Platz- und Technikgründen nicht die planungsrechtlich geforderte Anzahl von Gästetoiletten realisiert werden kann. Hier können die Kommunen durch die Bereitstellung von öffentlichen Toilettenanlagen in ausreichender Quantität und Qualität Abhilfe schaffen. Dabei ist sicherzustellen, dass die zuständigen Stellen in den Bauämtern die öffentlichen Sanitäreinrichtungen bei Einhaltung der Nachweispflicht auch regelmäßig anerkennen.



CITY-SOS WIRKSAM IN DEN FOKUS NEHMEN

Damit Aufenthaltsqualität und Atmosphäre als wesentliche Anziehungspunkte einer Innenstadt ihre Wirkung entfalten können, müssen die zentralen Voraussetzungen Sicherheit, Ordnung und Sauberkeit (das City-SOS) gegeben sein. Hierzu bedarf es einer engen Zusammenarbeit und Abstimmung aller relevanten öffentlichen und privaten Innenstadt-Stakeholder. Jeglichen kriminellen Aktivitäten, Sauberkeitsdefiziten und Verwahrlosungstendenzen sollte frühzeitig und entschieden entgegengetreten werden. Die Einrichtung von Präventionsräten und Sicherheitspartnerschaften, gemeinschaftliche „Ortsbegehungen“ von Polizei und Ordnungsdienst, regelmäßige Leerungen von Mülleimern oder schnelle Beseitigung von Schmierereien sollten ihre positive Wirkung entfalten und das Vertrauen der örtlichen Wirtschaft und der Besucherinnen und Besucher in den Standort Innenstadt stärken.



INNENSTÄDTE FÜR DEN KLIMAWANDEL FIT MACHEN

Unter Einbeziehung aller innerstädtischen Interessengruppen von Stadtverwaltung, Bürgerschaft, Wirtschaft, Politik bis zu Fachleuten sollte ein individueller Aktionsplan und darauf aufsetzend ein Maßnahmenkatalog für grüne und blaue Infrastruktur entwickelt werden. Mögliche Vorhaben sind zum Beispiel Regenwasserspeicherung, Dach- und Wandbegrünung, Klimaoasen, Pop-up-Parks oder Trinkwasserspender. Mit Hilfe von Pilotprojekten sollten Erfahrungen gesammelt und die Maßnahmen optimiert werden.



STANDORTORGANISATIONEN ZUKUNFTSFÄHIG AUSRICHTEN

Das häufig ehrenamtliche Engagement von Werbegemeinschaften und Gewerbevereinen sollte eng mit dem Stadt- und Regionalmarketing und dem Quartiersmanagement verzahnt werden. Durch ein eng abgestimmtes arbeitsteiliges Handeln können Konkurrenz und Doppelarbeiten vermieden und die gemeinsame Schlagkraft zugunsten der Innenstadt bzw. des Gesamtstandortes erhöht werden. Fallweise kann auch eine Fusion eine geeignete Lösung darstellen. Mit dem IHK-Forum Stadtmarketing und dem IHK-Zertifikatslehrgang City- und Quartiersmanager(in) unterstützt die IHK Hannover seit vielen Jahren bei der Professionalisierung dieser wichtigen Aufgaben.



INNENSTADT-Projekte und -Management nachhaltig finanzieren

Die Finanzierung von Projekten zur Weiterentwicklung der Innenstädte sollte unter anderem über die Reaktivierung erfolgreicher Bundes- und Landesförderprogramme (Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren, Perspektive Innenstadt, Resiliente Innenstädte) sowie den punktuellen Ausbau der vorhandenen Förderkulisse erfolgen. Die Beantragung bzw. Administration der Programme sollte optimiert werden. Um die Umsetzung beantragter Projekte zu ermöglichen, sollte auch das Management von Innenstadt-Projekten und -Prozessen umfassend förderfähig sein. Daher sollte im Rahmen des Förderprogramms „Zukunftsräume Niedersachsen“ die Förderung von „Innenstadt-Kümmerern“ auch jenseits der aktuellen Beschränkung auf kommunales Personal ermöglicht werden. Mit einem eigenständigen niedrighschwelligem Förderprogramm könnten die finanziell oft schwach aufgestellten Standortgemeinschaften gestärkt werden.



DIGITALISIERUNG VON UNTERNEHMEN UND STANDORTGEMEINSCHAFTEN FÖRDERN

Unternehmen und Standortgemeinschaften sollten durch niedrighschwellige Förderprogramme für Investitionen und Beratung bei ihren Digitalisierungsvorhaben unterstützt werden. Beispielhaft sei hier die Reaktivierung des auf die Förderung der Digitalisierungsberatung im Handel ausgerichteten Programms „Niedersachsen digital aufgeladen“ und seine Ausweitung auf weitere Branchen genannt. Hilfreich wäre auch die Finanzierung von „Digitallotsen“. Die IHK Hannover unterstützt u. a. durch eine Fördermittelberatung.



PLANUNGSSICHERHEIT FÜR VERKAUFS- OFFENE SONNTAGE ERMÖGLICHEN

Ein wichtiger Baustein für die Belebung und Stärkung der Standorte sind rechts- und planungssicher sowie unbürokratisch durchführbare verkaufsoffene Sonntage. Mit ihnen lässt sich die Vitalität und Einzigartigkeit von Zentren darstellen. Daher haben die niedersächsischen IHKs aktuell für die Antragstellenden und Genehmigungsbehörden eine praxisnahe „Positivliste“ für die Beantragung verkaufsoffener Sonntage entwickelt. Idealerweise wird dieses Dokument nach Abstimmung mit Wirtschafts- und Sozialministerium, mit den kommunalen Spitzenverbänden und den Gewerkschaften zu einer belastbaren Vereinbarung weiterentwickelt, die von allen Akteuren getragen wird. Ein Musterantrag des Sozialministeriums würde als sehr hilfreich erachtet.



EIGENINITIATIVE IN DEN QUARTIEREN FÖRDERN

Das Instrument der Business Improvement Districts (BIDs) ist grundsätzlich geeignet, durch gemeinschaftliche Aktivitäten von Immobilieneigentümerinnen und -eigenthümern, Unternehmen, Standortgemeinschaften und Kommunen (inner)städtische Quartiere attraktiver und lebendiger zu machen. Die von der Rechtsprechung geforderte Homogenität des Quartiers erscheint fallweise als erhebliches Hemmnis. Eine Überarbeitung und Modernisierung des NQG ist unerlässlich. Für eine größere Akzeptanz und intensivere Nutzung des Instruments sind mehr Information, Sensibilisierung und Mobilisierung der Akteure in geeigneten Quartieren wichtig. Die IHK Hannover bietet bei der Umsetzung von Projekten auf Basis des Niedersächsischen Quartiersgesetzes (NQG) ihre Unterstützung an.



UNTERNEHMENSNACHFOLGE UNTERSTÜTZEN

Die Unternehmensnachfolge ist bei inhabergeführten (Handels-)Unternehmen schwierig und besitzt deshalb eine hohe Relevanz für ein auch künftig vielfältiges Angebot der Innenstädte. Eine besondere Bedeutung ergibt sich, wenn Ankerimmobilien oder Spezialangebote mit großer Bedeutung für die Magnetwirkung einer Innenstadt betroffen sind. Die Nutzung von Onlinebörsen (zum Beispiel „nexxt change“) oder die Anbahnung von Matching-Events für Abgabewillige und Übernahme-Interessierte sind potenziell nutzbare Instrumente. Die IHK Hannover hilft bei der Suche nach geeigneten Kandidatinnen und Kandidaten und berät im Nachfolgeprozess.

5. Publikationen und Quellen

- CIMA (2024): cima.monitor Deutschlandstudie Innenstadt 2024
- CIMA (2024): cima.monitor Deutschlandstudie Länderbericht Zentrenstudie Niedersachsen & Bremen „Was Menschen künftig in die Innenstädte lockt“
- Digitalbonus.Niedersachsen-innovativ
- Empfehlung Beirat Innenstadt (Februar 2025): Innenstadtentwicklung
- Förderprogramm „Zukunftsräume Niedersachsen“
- IfH Köln (2024): Studie Vitale Innenstädte 2024 – Kurzversion
Faktenwissen und Handlungsleitfaden zur Vitalisierung von Innenstädten
- IHK Niedersachsen (2021): Leitfaden zum Niedersächsischen Quartiersgesetz (NQG)
- IHK Niedersachsen (2023): Werbegemeinschaften im Fokus – IHKN-Betriebsvergleich
Werbegemeinschaften in Niedersachsen 2023
- IHK-IBI-Handelsstudie 2024
- IMAKOMM (2024): Auf dem Weg zu multifunktionalen Innenstädten und Zentren –
Hemmnisse, Lösungsansätze und Beispiele
- Niedersächsisches Ladenöffnungs- und Verkaufszeitengesetz (NLöffVZG)
- Niedersächsisches Quartiersgesetz (NQG)
- Städtebauförderung des Landes Niedersachsen für 2026
- Stadtimpulse: Projektpool für Innenstadt, Handel und städtisches Leben

Die direkten Links zu den Publikationen und Quellen haben wir für Sie auf der IHK-Website unter www.hannover.ihk.de/innenstadt-infos zusammengestellt.



IMPRESSUM

Herausgeberin

Industrie- und Handelskammer Hannover
Bischofsholer Damm 91 · 30173 Hannover
Tel. 0511 3107-0
www.hannover.ihk.de

Redaktion

Hans-Hermann Buhr
Handel und Tourismus
Tel. 0511 3107-377
hans-hermann.buhr@hannover.ihk.de

Jochen Janßen
Bauleitplanung und Raumordnung
Tel. 0511 3107-276
jochen.janssen@hannover.ihk.de

Frank Wagner
Verkehr und Bauleitplanung
Tel. 0511 3107-274
frank.wagner@hannover.ihk.de

Layout und Gesamtherstellung

Frank Loeser grafik+design
Kampstraße 59 · 30629 Hannover
Tel. 0511 668661
info@frank-loeser.com

Bildnachweise

Illustration KI-generiert durch Raik Packeiser (Titel); kzenon, iStockphoto (S. 6);
Artist GND photography (S. 8); Natalia Deriabina, iStockphoto (S. 9);
Sirisak Boakaew, Adobe Stock (S. 11); Lightning, Adobe Stock (S. 12);
Lightning, Adobe Stock (S. 12); Alexander Pyatenko, iStockphoto (S. 13);
Lightning, Adobe Stock (S. 14)

Stand: September 2025



Die Broschüre finden Sie online unter www.hannover.ihk.de/ihk_standpunkte