



Deutscher Verband für Wohnungswesen,
Städtebau und Raumordnung e.V.

Aufbruchsstimmung für die Innenstadt der Zukunft

Kongress in Bochum Der Deutsche Verband propagiert wirkungsvolle Konzepte für attraktive, lebendige und lebenswerte Innenstädte des 21. Jahrhunderts.

www.deutscher-verband.org

Das Internet hat den Innenstädten zugesetzt. Weniger Laufkundschaft, geringere Umsätze, Immobilienleerstand: In vielen Fußgängerzonen spürt man die Folgen des boomenden Onlinehandels. Schätzungsweise rund ein Viertel der Einzelhandelsumsätze mit typischen Innenstadtsortimenten wird mittlerweile im Netz erwirtschaftet. Und die Onlineportale preschen weiter vor, mit immer schnelleren Lieferzeiten und innovativem Kundenservice. Verlierer sind die Städte und Gemeinden und hier vor allem die gewachsenen innerstädtischen Einkaufslagen.

Doch diese Entwicklung ist nicht unumstößlich. Längst regt sich kraftvoller Widerstand, macht sich an vielen Orten der Republik positive Aufbruchsstimmung breit. Die Fragen, über die derzeit viele Experten nachdenken, lauten: Wie können die Zentren wieder zu den Orten der Begegnung werden, die sie jahrhundertlang waren? Welche Hebel müssen Politik, Wirtschaft und andere gesellschaftliche Akteure ansetzen, um die Innenstädte nachhaltig wiederzubeleben? Dabei ist auch Arbeit an der Außenwirkung nötig: Städte dürfen sich nicht in eine Verliererrolle drängen lassen. Es kommt darauf an, gegenzusteuern – gegen die schleichende Verstetigung des Misserfolgs-Images.

ERFOLGSGESCHICHTEN Reden wir also über die Erfolgsgeschichten, von denen es bereits etliche gibt. Mutige Konzepte und Best-Practice-Beispiele aus ganz Deutschland können der Beginn einer neuen Bewegung werden, mit der sich unsere Innenstädte die „Emotionsführerschaft“ zurückerobern. Vorreiter für einen solchen Aufbruch sind Leuchtturmprojekte wie der spektakuläre Neubau des „Sporthauses L&T“ in der Osnabrücker Innenstadt. Der neu eröffnete „Männer Metzger“ in der Heinsberger Innenstadt ist ein Beispiel dafür, wie aus einem florierenden Onlineshop ein reales Geschäft entstehen kann, als Ort der Kundenbindung. Das Bochumer „Bermuda3Eck“, der hochfrequentierte, südlich gelegene Teil der Innenstadt, hat sich als multifunktionales Quartier mit besonderer Gastronomiemeile weit über die Stadtgrenzen hinaus einen Namen gemacht.

Es braucht ganzheitliche Konzepte mit integrierten Bausteinen, um die Renaissance des Urbanen einzuläuten. Ein neues Zusammenspiel von Wohnen, Arbeiten, Kultur, Freizeit und Konsum. Der Handel allein kann die Umstrukturierung der Städte nicht stemmen. Die monofunktionale Shopping-Fußgängerzone gehört der Vergangenheit an. Eine Rückbesinnung auf historische Kernkompetenzen – Erlebnisse schaffen, Genuss und Erholung bieten – ist dringend nötig. Dazu gehören auch eine gute Architektur und Baukultur, hochwertige öffentliche Räume und Grünflächen sowie nachhaltige Mobilität. Vor allem muss der Mensch wieder ins Zentrum der Überlegungen rücken. Denn jenseits von Sortimenten und Umsätzen ist eine Stadt vor allem eins: ein sozialer Ort. Das Alleinstellungsmerkmal erfolgreicher Innenstädte im 21. Jahrhundert ist nicht mehr die vielbeschworene „Preisführerschaft“ – es ist die „Emotionsführerschaft“.

Als Partner des ersten Bundeskongresses „Offline-Strategien für die Innenstadt der Zukunft“ am 10. April 2018 in Bochum will der Deutsche Verband aufzeigen, wie sich Zentren im digitalen Zeitalter stärken und wiederbeleben lassen. Außergewöhnliche Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft diskutieren dort über geeignete Konzepte und die Rückbesinnung auf urbane Kernkompetenzen. Auch der besondere Veranstaltungsort, das Anneliese Brost Musikforum Ruhr, und das Abendevent im Bochumer „Bermuda3Eck“ unterstreichen die „Emotionsführerschaft“ der Innenstadt. Weitere Informationen und Kongressanmeldung unter: www.offline-strategien.de. «



Die Renaissance der Innenstädte ist möglich, meint Christian Huttenloher.

Christian Huttenloher, Generalsekretär Deutscher Verband