



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

Innsbruck: Baukultur und nachhaltige Stadtplanung

Deutscher Verband Konkurrenz durch Onlinehandel oder „grüne Wiese“ und eine schlechte Erreichbarkeit – Innenstädte und ihre Geschäfte sind seit Jahren mit vielen Herausforderungen konfrontiert. Wie kann man sie als Handelsstandorte aufwerten? Die Stadt Innsbruck gibt Antworten.

www.deutscher-verband.org



Christian Huttenloher,
Generalsekretär Deutscher Verband

Die Innsbrucker Innenstadt wurde in den letzten zehn Jahren umfassend revitalisiert. Heute finden sich in der City hochwertige Einkaufskonzepte wie das von David Chipperfield entworfene, 2010 wiedereröffnete Traditionskaufhaus Tyrol, die Rathauspassage oder mehrere Mpreis-Filialen. Die von dem Tiroler Familienunternehmen Mölk gegründete österreichische Supermarktkette zeichnet sich durch ein individuelles architektonisches Design und eine interessante Kombination von Einzelhandel und Gastronomie aus. Insgesamt sind städtebauliche Kompetenz, Mut zur Kreativität und die Bekenntnis zu Architekturwettbewerben die Schlüsselbegriffe der Innsbrucker Revitalisierung. Eine Erfolgsgeschichte, die zeigt, was ein positives Zusammenspiel von Baukultur und Einzelhandelsimmobilien bewirken kann.

NACHHALTIGE STADTPLANUNG UND KONSEQUENTE WETTBEWERBSKULTUR Eine wichtige Voraussetzung für die heutige Attraktivität der Innsbrucker Innenstadt war eine nachhaltige Stadt- und Verkehrsplanung mit einer klaren städtebaulichen Konzeption. Straßen und öffentliche Räume wurden gezielt aufgewertet, Autos und Straßenbahn aus den großen Einkaufsstrassen verbannt. Dabei wurde gleichzeitig eine hohe Erreichbarkeit der Innenstadt durch ausreichende Parkplätze am Innenstadtrand und entsprechende ÖPNV-Konzepte sichergestellt. Die Suburbanisierung wurde gestoppt, Investitionen in die City forciert. Zudem setzte die Stadt auf eine kluge, aber auch fordernde Bodenpolitik: Sie hielt Investoren dazu an, bei Immobilienprojekt-Entwicklungen Wettbewerbe im Bereich Architektur und Städtebau umzusetzen, um so höherwertiges Baurecht und größere Dichten zu erhalten. Die konsequent umgesetzten Wettbewerbe trugen und tragen wesentlich zur Qualitätssicherung bei. Zwei Gestaltungsbeiräte wahren dabei die baukulturellen Belange, während die Stadtverwaltung selbst eher zurückhaltend auftritt. Dies führte bislang bei der Entwicklung von Immobilien und der Gestaltung von Plätzen zu teils ungewöhnlichen Lösungen mit stets hoher baukultureller Qualität.

BAUKULTUR ALS BESTANDTEIL DER MARKENIDENTITÄT Einen positiven Beitrag leistete auch die Innsbrucker Architektur- und Kulturszene: Sie schuf ihrerseits ein breites Bewusstsein für die Bedeutung von Baukultur und gab dies über ihre engen Kontakte in die Bereiche Verwaltung, Wirtschaft und Stadtentwicklung sowie an die Innsbrucker selbst weiter. Im Zusammenspiel mit kreativen Händlern entstand so ein Gegengewicht zu den Einkaufszentren auf der „grünen Wiese“ und dem Onlinehandel. Heute erkennen sowohl lokale Einzelhändler als auch Immobilienentwickler und Marktketten in Innsbruck Baukultur als wichtigen Bestandteil ihrer Markenidentität an: Sie arbeiten mit renommierten Architekten zusammen, denen sie in der Regel auch die Freiheit für ungewöhnliche Lösungen gewähren. Dies gilt sowohl für große Leuchtturmprojekte als auch für den Supermarkt-Bereich, wo sonst oft eine „Banalität des Bauens“ vorherrscht.

Bei einer Delegationsreise im September 2016 nach Innsbruck, die vom Deutschen Verband, dem HDE Handelsverband Deutschland und der Bundesstiftung Baukultur initiiert worden war, tauschten sich Entscheider aus Handel, Politik, Verwaltung und Immobilienwirtschaft sowie Architekten zum Thema Baukultur und Einzelhandelsimmobilien aus. Zu den Rednern der Exkursion zählten unter anderen Reiner Nagel, Vorstand der Bundesstiftung Baukultur, der österreichische Immobilien-Unternehmer und Gründer der Signa Holding, René Benko, und der Innsbrucker Baustadtrat Gerhard Fritz. «

Christian Huttenloher