

INNENSTADT-NETZWERK „LUST AUF INNENSTADT“

der Städte Annaberg-Buchholz, Aue, Marienberg, Oelsnitz/Erzgeb. Schwarzenberg, Stollberg, Zschopau

Innenstädte als Wirtschaftsraum, Lebensmittelpunkt und Kommunikationsort

Die Innenstädte der sächsischen Kleinstädte und Mittelzentren sind wichtige Anker-, Rückkehr- und Zuwanderungsfaktoren und spielen für die Lebensqualität, die Wirtschaftskraft sowie die Gastfreundschaft der Städte und ihre Umlandfunktion eine herausragende Rolle. Dabei geht es um die Stärkung der Stadtzentren als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandorte, Orte der Identifikation, der Imagebildung, der Kultur, der Freizeit, der Bildung, der Gesundheit, der Wirtschaft, des Tourismus, des Generationen-Miteinanders, der Kommunikation und des Wohnens. Die Innenstädte sind somit ein wichtiger Wirtschaftsstandort sowie zentraler Lebensmittelpunkt und Kommunikationsort für Bewohner, Gäste, Kunden, Investoren, Rückkehrer und Neubürger.

Deshalb wird es zukünftig vor allem darum gehen, die Innenstädte nicht nur städtebaulich-funktional, sondern vor allem auch wirtschaftlich zu stärken. Vor dem Hintergrund der Herausforderungen des demografischen Wandels (weniger, älter, bunter, ungleicher), eines tiefgreifenden Strukturwandels, gravierender Umbrüche und neuer Trends wie z.B. veränderte Lebensstile mit neuen Konsumententypen, sinkende Umsätze, die rasant wachsende Konkurrenz des Internethandels oder des verschärften Wettbewerbs der Standorte und Regionen untereinander sind neue und innovative Ansätze vor allem in Kleinstädten und Mittelzentren gefragt. Die Bandbreite an Handlungserfordernissen für Einzelhandel und Dienstleistung ist hier weit gefächert. Das reicht von konzertierten Aktionen gegen Ladenleerstand über neue Nutzungskonzepte oder neue Mobilitätskonzepte bis zu integrierten Masterplänen für Innenstädte. Dabei rücken zunehmend neue Fragestellungen in den Mittelpunkt erfolgreicher Innenstadtbelebung.

So wird es z. B. Einzelhandel und Dienstleistung allein kaum gelingen, die „Generation Smartphone“ der 16- bis 25-Jährigen mit originellen Konzepten in die Innenstadt zu locken. Damit Innenstädte Treffpunkte und Identifikationsorte der Jugendkultur für diese, für die Zukunftsfähigkeit der Städte entscheidende Generation, bleiben bzw. werden, hängt von vielen Faktoren und Mitspielern ab. Und auch die immer anspruchsvollere Generation „60plus aktiv“ mit der wachsenden Zahl an „Silver-Surfern“ und „Zeitreichen“ stellt neue Qualitätsansprüche an die Innenstädte in den Mittelzentren. Insbesondere die „gehetzte Generation“ der heute 30- bis 50-Jährigen erwartet von Dienstleistung und Einzelhandel in den Innenstädten entschieden mehr Service. Das betrifft auch die spezifischen und gestiegenen Ansprüche von

Touristen an die Stadtzentren. Und nicht zuletzt müssen sich die Innenstädte mit ihren Angeboten als Kristallisationspunkte einer Willkommenskultur für Rückwanderer und Neubürger profilieren. Alle diese neuen Herausforderungen bieten eine Vielzahl von Chancen.

Hier ist kooperatives Handeln gefragt. Es geht vor allem auch um die Beteiligungskultur der lokalen Akteure – Gewerbetreibende, Grundstückseigentümer, Kreative, Verwaltung, kommunale Politik, engagierte Bürgergruppen – als wesentliches Element attraktiver und vitaler Innenstädte in Veränderungsprozessen. Deshalb sind in hohem Maße neue Kooperations- und Managementformen zur Innenstadtstärkung und -belebung erforderlich.

Bei der kooperativen Entwicklung von Innenstädten im Wandel haben sich in den letzten Jahren interkommunale Netzwerke, Verantwortungsgemeinschaften und Innovationspartnerschaften bewährt. Sie sind hervorragende Instrumente, die neuen Herausforderungen arbeitsteilig anzupacken und Erfahrungen und Ideen auszutauschen. Der Blick über den Tellerrand wird gewissermaßen zur Pflichtübung für kreative Innenstadtakteure. Innovative Ansätze für Innenstädte im Wandel gelingen vor allem dann, wenn Ideen vor Ort mit externen Anregungen, Trends, Best Practice mit einem intensiven Erfahrungsaustausch und Ideentransfer verknüpft werden.

Das Innenstadt-Netzwerk „Lust auf Innenstadt“ im Erzgebirgskreis soll an gute Erfahrungen und bestehende Netzwerke in der Region und im Freistaat Sachsen anknüpfen und neue und innovative Lösungen liefern.

Folgende Themenbereiche stehen dabei im Mittelpunkt:

- Handels- und Konsumententrends: Erfolgsstrategien für Innenstädte
- Mobilität, Verkehr, Erreichbarkeit und Parkraummanagement
- Die digitale Innenstadt – der digitale Marktplatz
- Wirtschaftsraum Innenstadt - Wirtschaftsförderung pro Innenstadt
- Leerstands- und Brachflächenmanagement: neue Ansätze
- Zukunftsfähige Angebotsstrukturen und Nutzungskopplungen
- Anspruchs-/Zielgruppen - Kundenorientierung – Servicestrategien:
 - „Generation Smartphone“ – die jugendfreundliche Innenstadt
 - die „gehetzte Generation“ – die familienfreundliche Innenstadt
 - „60plus aktiv“ – die seniorenfreundliche Innenstadt
 - die „Generationen-Miteinander-Innenstadt“
 - Tourismusstandort Innenstadt – fit für Touristen
 - Rückkehrer und Neubürger: anspruchsvolle Zielgruppen
 - die Innenstadt als Zentrum für eine Integrationskultur
- Öffentlicher Raum: wem gehört er?
- Neue Managementformen: City-/Geschäftsstraßen-Management, BID
- Kooperatives Handeln: Mitspieler, Spielregeln, Organisationsformen

- Wohnen in der Innenstadt: gefragt wie nie - aber auch bezahlbar?
- Kommunikation: Handwerkszeug für Macher, Akteure und Netzwerke
- Identität und Image der Innenstadt stärken – aber wie?
- Masterplan Innenstadt: Leitbilder, Strategien, Konzepte
- Einzelhandelskonzepte und -Atlas: Datenfriedhof oder sinnvolles Arbeitsinstrument
- Nahversorgung und Erlebnis: Umlandkunden im Visier
- Kultur trifft Wirtschaft: kreative Ideen für eine attraktive Innenstadt
- Märkte, Feste, Aktionen: Qualität statt Dauerkirmes
- Neue Finanzierungsmodelle: Sponsoring, Crowdfunding etc.

in den nächsten Ausgaben des Newsletters werden wir über konkrete Strategien, gute Praxisbeispiele und Erfolgsfaktoren aus dem Innenstadt-Netzwerk berichten.

Kontakt: Dr. Hardo Kendschek, kendschek@komet-empirica.de