



Belebung der Innenstädte

Konzeptpapier der MIT Hessen

4

5 **Einleitung Lebens-Aufenthaltsqualität**

6 Aus Sicht der Mittelstands- und Wirtschaftsunion der CDU Hessen sind belebte und
7 lebendige Innenstädte sowie Dorfzentren ein wichtiger Bestandteil unseres sozialen und
8 ökonomischen Umfelds. Seit einigen Jahren stehen diese Knotenpunkte des
9 gesellschaftlichen Lebens jedoch unter Druck und verzeichnen vielerorts einen
10 Besucherrückgang. Dies führt oftmals zur Abwanderung Gewerbetreibender, die bei
11 ausbleibender Flächennutzung weitere Schließungen aufgrund von noch geringerem
12 Publikums- und Kundenverkehr nach sich ziehen. Die negativen Folgen für das soziale und
13 ökonomische Klima in einer Kommune sind dann deutlich zu spüren. Die Abwärtsspirale
14 solcher Prozesse zu durchbrechen, gestaltet sich umso schwieriger, je später man eingreift.
15 Jedoch zeigen einzelne Best-Practice-Beispiele, dass eine Umkehr durchaus möglich ist.

16 Die MIT Hessen hat sich zum Ziel gesetzt, dieses Problem zu bekämpfen und engagiert
17 sich hierzu auf mehreren Ebenen. Mit dem vorliegenden Papier möchten wir unsere
18 Mitglieder, sowohl auf geschäftlicher, als auch auf politischer, insbesondere
19 kommunalpolitischer Ebene, unterstützen und ihnen Handlungsempfehlungen zur
20 Verfügung stellen.

21 Zur Bekämpfung der oben angerissenen Problematik benötigen Kleinstädte sowie
22 ländliche Gemeinden andere Instrumente der Stadtkommunikation und andere
23 organisatorische Lösungen als urbane Großstädte. Aus Sicht der MIT wird im ländlichen
24 Raum die interkommunale und regionale Kooperation für die Zukunftsfähigkeit lokaler
25 Strukturen an Bedeutung gewinnen.

26 Gerade kleine und mittelgroße Städte müssen ihre eigene Rolle neu definieren. Ein oft
27 gemachter Fehler ist hierbei das Festhalten an veralteten Konzepten trotz eines
28 veränderten Konsumverhaltens. Dieses Phänomen lässt sich häufig in Kurstädten und
29 ehemaligen Touristikzentren beobachten. Ein weiterer häufiger Fehler ist der Versuch,
30 Konzepte der größeren Wettbewerbsstädte zu kopieren, ohne ein eigenes Profil unter
31 Betonung der lokalen Vorzüge zu entwickeln. Hier sind die Verantwortlichen im
32 Stadtmarketing und der Stadtentwicklung gefragt, gemeinsam mit den ansässigen
33 Gewerbetreibenden, insbesondere den Einzelhändlern und Gastronomen, passende
34 Lösungen zu entwickeln, die an den aktuellen lokalen Gegebenheiten ansetzen.



35 **Attraktive Fußgängerzonen**

36 Leerstände, geringerer Publikumsverkehr, Attraktivitätsverlust, Verunreinigung – all dies
 37 sind Stichworte, die in den letzten Jahren die Diskussionen zu Fußgängerzonen
 38 dominierten. Hinzu kommen die Auswirkungen der Corona-Pandemie. Tatsache ist,
 39 Fußgängerzonen sind mit Herausforderungen und Problemen konfrontiert, vor allem in
 40 kleinen und mittleren Städten. Die MIT Hessen ist der Ansicht, dass Fußgängerzonen und
 41 verkehrsberuhigte Bereiche eine sehr wichtige Bedeutung für die Stadt- und
 42 Standortattraktivität haben. Daher sehen wir eine einfache Rückführung von
 43 Fußgängerzonen zu Straßen mit Autoverkehr kritisch und als nicht zielführend an. Sondern
 44 raten eine hybride Nutzung mit Fuß- und Radverkehr zu prüfen.

45

46 **Veränderte Bedürfnisse und Wünsche**

47 Die MIT sieht eine geänderte Erwartungshaltung der Bürgerinnen und Bürger an ihre
 48 Innenstädte. Fuhr man früher in die Innenstadt, um Produkte des täglichen Bedarfs
 49 einzukaufen, so kann man heute diese Einkäufe, gerade im Lebensmittelbereich, in den
 50 entsprechenden Einkaufszentren auf der „grünen Wiese“ erledigen. Die Bürgerinnen und
 51 Bürger suchen aus unserer Sicht bei einem Besuch in der Innenstadt heute mehr das
 52 Erlebnis und die Erholung, wobei der Einkauf an sich zwar Auslöser, aber nicht mehr
 53 unbedingt primärer Zweck des Innenstadt Besuches ist.

54

55 **Verödete Innenstädte - kurzfristige Maßnahmen**

56 – Stärkung des Handels durch rechts- und planungssichere Sonder- und
 57 Sonntagsöffnungsmöglichkeiten. Die MIT Hessen sieht in dem neugestalteten
 58 Ladenöffnungsgesetz des Landes Hessen eine gute Möglichkeit, um einen temporären
 59 Zuwachs an Publikums- und Kundenverkehr zu generieren.

60 – Die temporäre Verringerung von Mieten für städtische Gewerbeimmobilien sorgt zwar
 61 für geringere Einnahmen, kann aber dazu beitragen, Geschäfte am Ort zu erhalten und
 62 somit Synergien zu stärken.

63 -Die Nutzung des öffentlichen Raums für Außengastronomie oder Ausstellungsflächen
 64 beleben den Straßenraum und bereichern das Stadtbild. Kommunen sollten daher eine
 65 entsprechende Sondernutzung zu angemessenen Gebühren ermöglichen.

66 -Schaffung von temporären Veranstaltungen mit Magnetwirkung. Gerade für eine
 67 kurzfristige und unkomplizierte Belebung von Innenstädten eignen sich aus unserer Sicht
 68 dezentrale Veranstaltungen und Angebote. Hier sehen wir ein großes Potential bei der



69 Einbindung von ansässigen Schaustellerbetrieben, die durch ihre vorhandenen
 70 Fahrgeschäfte und Unterhaltungsbetriebe über das nötige Know-how verfügen, um ohne
 71 Baugenehmigung an vielen Orten auch kleinere Besuchermagnete zu schaffen.

72

73 **Verödete Innenstädte - frühzeitig und langfristig bekämpfen**

74 Um ein Aussterben der Innenstädte zu verhindern und den Besuchern ein angenehmes
 75 Erlebnis zu gewährleisten, sind aus unserer Sicht verschiedene Faktoren wichtig:

76 -Eine gute Verkehrsanbindung, sowohl des ÖPNV, als auch des Individualverkehrs, wobei
 77 man für ausreichend Parkmöglichkeiten im unmittelbaren Umfeld zu angemessenen
 78 Preisen sorgen muss.

79 -Eine präzise Darstellung der nahegelegenen Attraktionen auch im Umfeld der
 80 Innenstadt bzw. des Ortes.

81 -Ein gutes und abwechslungsreiches Angebot an gastronomischen Betrieben. Hierbei gilt
 82 es neben den überproportional vertretenen Fastfood-Ketten und Imbissen auch Betriebe
 83 anzusiedeln, die von ihrer Konzeption her auf eine höhere Verweildauer und einen
 84 gesellschaftlichen Austausch ausgelegt sind.

85 -Leerstand, insbesondere sichtbaren Leerstand, von Gewerbeflächen vermeiden. Selbst
 86 faktischer und gefühlter Leerstand von Laden- und gastronomischen Flächen führen zu
 87 einem Attraktivitätsverlust. Kommunen und Vermieter sollten darum unbedingt versuchen
 88 Leerstand nicht als solchen erkennbar zu machen. So sind Zwischennutzungen anzuregen,
 89 bspw. als temporäre Galerie für lokale Künstler und Vereine oder für Popup- und
 90 Werbeaktionen. Außerdem sollten die Kommunen Vermarktungskanäle wie eine
 91 Onlineplattform schaffen, um so potentielle Interessenten bei der Suche nach
 92 Gewerbeflächen zu unterstützen. Hierdurch kann auch ein zu offensives Bewerben des
 93 Leerstands mit Außenwerbung an den betreffenden Objekten vermieden werden. Ein
 94 weiterer Vorteil einer Onlineplattform ist die frühzeitige Nachmietersuche, bspw. bei
 95 altersbedingter Geschäftsaufgabe.

96 -Sauberkeit und ein attraktives Erscheinungsbild. Gerade im innerstädtischen Bereich
 97 müssen durch eine kontinuierliche Reinigung aber auch ausreichende Angebote von
 98 Entsorgungsmöglichkeiten eine gepflegte Atmosphäre geschaffen werden.

99 -Sicherheit. Eine ausreichende Beleuchtung, die Präsenz von Ordnungskräften sowie eine
 100 mögliche Kameraüberwachung an kritischen Stellen erhöhen die tatsächliche und die
 101 gefühlte Sicherheit.

102 -Lebendige Innenstädte müssen auch Lebens- und Wohnraum sowie Arbeitsstätten
 103 beinhalten. Um eine Attraktivität für alle gesellschaftlichen Schichten zu generieren und



104 einen gewissen Grundsockel an Publikumsverkehr zu garantieren, ist eine Durchmischung
105 der innerstädtischen Gebiete und Immobilien von Gastronomie, Handel, privatem- und
106 sozialem Wohnraum unerlässlich. Die Kommunen sollten hier versuchen eine gemischte
107 Nutzung der vorhandenen und neuen Immobilien zu fördern.

108 -Ansiedelung von Läden, Dienstleistern, Kultureinrichtungen und Gastronomie mit
109 Alleinstellungsmerkmal

110 -Kostenloses WLAN lädt zum Verweilen ein und bietet zusätzliche Möglichkeiten bei der
111 touristischen Stadtentwicklung (Digitale Dorfllinde).

112 - Vernetzung von Gesellschaft, Verwaltung, Politik und Wirtschaft zur Gestaltung der
113 Förderung der Attraktivität des Standortes

114 -Der Onlinehandel darf nicht als Gegner des stationären Einzelhandels gesehen werden,
115 sondern muss als Erweiterung und neuer Vertriebsweg verstanden und mit Nachdruck
116 verfolgt werden. Konzepte dürfen hierbei nicht halbherzig betrieben werden, da sonst die
117 Gefahr besteht, dass die Anzahl der Kunden nicht eine kritische Masse erreicht und sich
118 auch die bestehenden Nutzer aufgrund des geringen Angebots wieder zurückziehen.

119 Wichtig ist, dass alle Maßnahmen einem ganzheitlichen Konzept folgen, denn sonst
120 verpuffen die erhofften Magnetwirkungen der Investitionen.

121

122



123 **Best Practice Beispiel**

124 **Zwischennutzung von Leerstand fördern:**

125 Ein gutes Beispiel hierfür ist die Nutzung einer ehemaligen Bank-Filiale in München von
 126 Februar 2020 bis Januar 2021 als Co-Creation-Space „BREAKOUT“ – als ein zentraler Ort
 127 für Kreativarbeitende. Betrieben wird er vom MUCBOOK-Team in Kooperation mit dem
 128 Kompetenzteam Kultur- und Kreativwirtschaft der Landeshauptstadt München.

129 [Breakout - der Co-Creation-Space - MünchenArchitektur \(muenchenarchitektur.com\)](https://www.muenchenarchitektur.com)

130

131 **Onlinehandel und Plattformen als Ergänzung des lokalen Marktes nutzen:**

132 Dass solche Angebote funktionieren können, zeigen Unternehmen wie die
 133 Augsburger Handels- und Logistikplattform Boxbote.

134 <https://www.boxbote.de/>

135



136 **Schaffung von temporären Veranstaltungen mit Magnetwirkung:**

137 **„Nacht der Sinne“ in Groß Gerau**

138

139 Die „Nacht der Sinne“ verbindet Shoppen mit
 140 außergewöhnlichen, künstlerischen Aktionen in einer
 141 durch Lichteffekte verzauberten Innenstadt.
 142 Überraschend, bezaubernd und verführerisch: Bereits
 143 zum dreizehnten Mal taucht die Kreisstadt 2021 in
 144 eine besondere Welt ein. Mit einem vielfältigen
 145 Programm aus Künstlern, Musikern, Akrobaten soll
 146 auch dieses Jahr wieder eine ganz besondere
 147 Atmosphäre für die vielen tausend Besucher kreiert
 148 werden.

149 Inzwischen hat sich die „Nacht der Sinne“ als eine der
 150 größten Veranstaltungen in Groß-Gerau etabliert und
 151 lockt viele Interessenten aus Südhessen in die
 152 Kreisstadt. Neben vielen kulinarischen Highlights und
 153 tollen Shoppingangeboten können sich die Besucher
 154 immer auf besondere Highlights freuen. Musik,
 155 Theater, kreative Ausstellungen oder gar eine
 156 Modenschau.

157 [https://www.gross-gerau.de/Veranstaltungen-](https://www.gross-gerau.de/Veranstaltungen-Sport/Feste-M%3%A4rkte/Nacht-der-Sinne/)
 158 [Sport/Feste-M%3%A4rkte/Nacht-der-Sinne/](https://www.gross-gerau.de/Veranstaltungen-Sport/Feste-M%3%A4rkte/Nacht-der-Sinne/)



159 **Sonder- und Sonntagsöffnung:**

160 **Erdbeersonntag des Handel- und Gewerbevereins**
 161 **Langenselbold**

162 Durchführung: jährlich

163 Dauer: 1 Tag

164 Organisation: Ehrenamtlich Besucher: ca. 5.000 (überregional)

165 Link: [https://www.gnz.de/region/langenselbold/steinweg-wird-zur-](https://www.gnz.de/region/langenselbold/steinweg-wird-zur-festmeile-GA1277967)
 166 [festmeile-GA1277967](https://www.gnz.de/region/langenselbold/steinweg-wird-zur-festmeile-GA1277967)

167

168

169 **Lokalwährungen/Gutscheine :**

170 **GG-Schenk**

171 Der Gutschein ist bei zahlreichen teilnehmenden Händlern, Gastronomen und
 172 Dienstleistern in und um Groß-Gerau einlösbar. So können Sie die Vielfalt der Stadt
 173 verschenken und gleichzeitig die lokalen Geschäfte vor Ort unterstützen – eine Win-Win-
 174 Situation!

175 Der GG-Scheck kann mit beliebigen Beträgen aufgeladen und in beliebigen Teilbeträgen
 176 eingelöst werden. So hat der Beschenkte die volle Flexibilität und kann sich gleich mehrere
 177 Wünsche gleichzeitig erfüllen.

178 <https://www.ggscheck.de/>

