

Innenstadtforum Brandenburg - Workshop „Wege zur Stärkung des Handels- und Dienstleistungsstandortes Innenstadt“ am 1.10.2009 in Potsdam - Zusammenfassung

Herr Reim, Bürgermeister der Stadt Fürstenwalde sowie **Herr Klipp**, Baudezernent der Stadt Potsdam begrüßten die Teilnehmer des Workshops. Mit seinen Ausführungen zum Wandel der Potsdamer Innenstadt in den vergangenen 20 Jahren unterstreicht **Herr Klipp** die Schwerpunktsetzung zugunsten der Innenstadt auch mit Blick in die Zukunft. Darüber hinaus betont er die Notwendigkeit zum Erfahrungsaustausch und wird daher auch das Engagement von Potsdam im Innenstadtforum fortführen.

Herr Dr. Baatz, Geschäftsstelle Innenstadtforum Brandenburg, machte in den einleitenden Bemerkungen darauf aufmerksam, dass sowohl die EFRE Förderung als auch die neue Städtebauförderrichtlinie das Innenstadtmanagement grundsätzlich als Fördertatbestand möglich machen, um die Funktionsstärkung der Innenstädte zu unterstützen. Wie weit die bereits gesammelten Erfahrungen und unterschiedlichen Ansätze, die in den folgenden Vorträgen vorgestellt werden, den übrigen Städten als Vorbild dienen, wird zu diskutieren sein.

Herr Wolfram, Fachbereich Stadtentwicklung Potsdam stellt zusammen mit **Herrn Graumann**, Fachbereichsleiter Stadtentwicklung Potsdam das Einzelhandelskonzept der Stadt sowie dessen praktische Umsetzung vor. Wenn sich die Landeshauptstadt auch in vielerlei Hinsicht in einer Sondersituation befindet, so sind die Probleme der Einzelhandelsentwicklung vergleichbar mit den kleineren Städten. Auch die Potsdamer Innenstadt leidet nach wie vor unter einer unzureichenden Kaufkraftbindung. Daher wurde in den Steuerungsleitlinien festgelegt, dass größerer Einzelhandel ab 300 m² nur in dafür vorgesehenen Bereichen zulässig ist. Dies wird durch die Bauleitplanung (mehrere Bebauungspläne) sukzessive abgesichert. Wichtig ist dabei, vom Konzept auch bei großen Ansiedlungsvorhaben (z.B. Verbrauchermärkten) nicht abzuweichen. Eine Fortschreibung ist in 5 Jahren unumgänglich. Beim innerstädtischen Einzelhandelsflächenzuwachs wird es keine Beschränkungen seitens der Stadt geben, gegenwärtig ist eine exorbitante Zunahme allerdings auch nicht zu erwarten.

Herr Graumann stellte an ausgewählten Beispielen vor, wie innerstädtische Potenziale identifiziert wurden und welche Schritte die Stadtverwaltung zur Nutzung dieser Potenziale durch private Investoren vornimmt. So sind z.B. am S-Bhf. Babelsberg signifikante zusätzliche Verkaufsflächen unterzubringen.

Herr Kickinger, Geschäftsstraßenmanager von Potsdam, berichtete von den Zielsetzungen des Geschäftsstraßenmanagements für die Landeshauptstadt (Kaufkraftbindung, Standortmarketing, Branchenvielfalt, Absicherung der Sanierungserfolge) und seinen Erfahrungen mit den ersten Projekten für die Innenstadt und das Stadtzentrum von Babelsberg. Aufbauend auf den Erfahrungen aus Babelsberg wurde bereits eine Parkgebührenerstattung für die Innenstadt auf den Weg gebracht. Einkaufsflyer und Gewerbeflächenbörse wurden weiterentwickelt. Ganz entscheidend ist zudem, die Potsdamer Touristen für den Handels- und Dienstleistungsstandort Innenstadt zu interessieren und die bestehenden Parkhäuser für die Potsdamer als auch für die Touristen stärker ins Blickfeld zu bringen. Mit einem Ideenworkshop sollen weitere Aktivitäten und Initiativen gestartet werden. Für die Zukunft geht es insbesondere auch darum, eine Nachhaltigkeit zu erzielen, um angeschobene Aktionen und Projekte mittelfristig eigenfinanziert fortführen zu können.

Frau Haring, von der IGIS aus Frankfurt/Oder, kann mit auf die längsten Erfahrungen im Geschäftsstraßenmanagement im Land Brandenburg zurückblicken. Seit dem Jahr 2000 operiert der Verein mit einem kleinen Team weitgehend mit Mitgliedsbeiträgen und ohne Zuschüsse der Stadt. Schwerpunkte des Frankfurter Citymanagements ist die Durchführung von Märkten und Events, die sich jeweils selbst tragen müssen bzw. mit geringen Überschüssen die Büroinfrastruktur mitfinanzieren. Lediglich durch zwischenzeitliche Unterstützung mit geförderten Arbeitskräften konnte das Aufgabenspektrum des Vereins erweitert werden. **Frau Haring** skizzierte eine mögliche Erweiterung der Managementaufgaben zum Stadtmarketing und der noch stärkeren Vernetzung der in Frankfurt tätigen Institutionen.

Herr Klein-Hessling, Stabsstellenleiter Stadtentwicklung Neuruppin, berichtete von den Innenstadtmanagementaktivitäten in Neuruppin. Beim „Neuruppiner Modell“ konzentrierte sich der Verein in der Vergangenheit auf die Organisation und Durchführung von Märkten und Events. Finanzierungsgrundlage für den Personaleinsatz und der teils defizitären Veranstaltungen war die Übertragung der Durchführung der städtischen Wochenmärkte. Dieses Modell hat von 1997-2007 gut funktioniert, hing allerdings an engagierten Einzelpersonen und konnte ab 2008 aufgrund personeller Veränderungen nicht fortgeführt werden. **Herr Klein-Hessling** sieht für die Zukunft noch erhebliche Bündelungspotenziale und möchte die Förderperiode nutzen, um für die Stadt in gutachterlich begleiteten kleinen Schritten ein nachhaltiges Stadtmarketingkonzept (bis 2012) zu entwickeln. Zu den aktuell initiierten Maßnahmen gehört eine Stadtmarketingkonferenz.

Herr Busch-Petersen, Handelsverband Berlin Brandenburg, sieht trotz der aktuell schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen einen Trend zur Rückkehr zum Markt in der Stadt, als den authentischen Ort des Handels. Letzte BAG Untersuchungen haben diesen Trend bestätigt. Er sieht die Städte und deren Aktivitäten zur Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels sehr wohlwollend, gehen sie doch über das notwendige regulierende Maß weit hinaus. Auch dem Handelsverband gelingt es leider nicht, die Mehrzahl der Einzelhändler zur aktiveren Mitarbeit bei Marketingaktionen zu bewegen. Zu den Schlüsseln künftiger Entwicklungen gehören die Nutzung des Tourismuspotenzials und der Umbau zur Barrierefreiheit. Eine weitere Steigerung und ggf. ein Übermaß an Events hält er für weniger zuträglich. Qualifizierung und Verstetigung bestehender Veranstaltungen sind sachdienlicher als immer mehr anzubieten, weil die Menschen keine Zeit, Lust und auch nicht mehr Geld zum ausgeben haben.

Im Hinblick auf die Insolvenz der Kaufhäuser, die zwar nur wenige Städte in Brandenburg betreffen, sieht Herr Busch-Petersen schwerwiegende Managementfehler in der Vergangenheit bei Karstadt/Acandor und Woolworth. Kaufhof ist hier viel besser aufgestellt und das zeigt, dass trotz des noch zunehmenden Internethandels das innerstädtische Kaufhaus eine Zukunft hat. Deswegen glaubt er daran, dass für die karstadt betroffenen Städte Grund zum Optimismus besteht.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass unsere Innenstädte auch künftig nicht ohne Einzelhandel auskommen müssen. Für die europäische Stadt bleiben Markt und Einzelhandel wesentliche Funktionen der Innenstadt; diese sind durch Strukturveränderungen permanent anzureichern und im Blick zu behalten.