

Innenstädte stärken

Juli 2000

Das Kommunalpolitische Forum "Innenstädte stärken" führte im Plenarsaal des Düsseldorfer Rathauses ca. 120 Akteure und Experten zusammen, die das Leben in den Innenstädten gestalten oder beeinflussen: Bewohner, Beschäftigte, Unternehmer, Kunden, Besucher, Wissenschaftler, Künstler, Stadtplaner und Architekten gemeinsam mit Kommunalpolitikern und Verwaltungen.

Als Referenten wirkten mit: **Joachim Erwin**, Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Düsseldorf; **Uwe Spiegel**, Vorsitzender Forum Stadtmarketing, Düsseldorf, 1. Geschäftsführer Galeria Kaufhof Berliner Allee; **Friedel Kellermann**, Geschäftsführender Gesellschafter, RKW Rhode Kellermann Wawrowsky, Architektur und Städtebau, Düsseldorf; **Gerhard Kemper**, Geschäftsführender Gesellschafter, Kemper's City Makler, Düsseldorf; **Elisabeth Lange**, Beiratsvorsitzende des Prisma Instituts, Hamburg, Vorsitzende des Vorstandes, German Council of Shopping Centers e.V., Düsseldorf; **Dr. Gottlieb Leinz**, Stv. Direktor des Wilhelm-Lehmbruck-Museums, Duisburg.

Ergebnisse

- Das kommunalpolitische Leitmotiv "Innenstädte stärken" erhält für alle Akteure und Entscheider, die sich mit stadtentwicklungspolitischen Fragen befassen, eine herausragende Bedeutung:

Die Innenstädte müssen sich gegen starke Konkurrenz - regional, national und international - behaupten: Handel und Dienstleistungen bevorzugen verstärkt Standorte am Stadtrand oder im Umland, Bewohner der Innenstädte zieht es ebenfalls in attraktivere Wohngebiete, imageprägende Unternehmen wandern ab oder verschwinden als "gute Adresse" vom Markt.

- Lebendige Innenstädte werden geprägt durch die enge Verknüpfung ganz unterschiedlicher, vielseitiger Nutzungen. Der Handel ist dabei die entscheidende Komponente.
- Die oft gestellte Frage, ob die Stadt den Handel mehr braucht als der Handel die Stadt, führt aus heutiger Sicht nicht weiter. "Das Jammern muß aufhören": Vielmehr müssen alle Beteiligten erkennen, daß positive Impulse für die Innenstädte nur mit Hilfe integrierter Konzepte und gebündelter Maßnahmen erzielt werden können.

Verdrängungswettbewerb großen Ausmaßes innerhalb der Städte oder zwischen großen Zentren führt nicht weiter ("dabei verlieren alle"). Abhilfe schaffen regional ausgerichtete Zentrenkonzepte, die auf partnerschaftlicher Basis entwickelt werden.

- Der Handel hat die Standorte außerhalb der Stadtmitte gesucht und damit die "grüne Wiese" zum ernstzunehmenden Konkurrenten gemacht. Damit folgte er der Entwicklung großer Wohngebiete, Verwaltungszentren, Campus-Universitäten etc. an den Stadträndern.

Der Leidensdruck für die Innenstädte (z.B. durch beschleunigten Attraktivitätsverlust) mußte erst das heutige Ausmaß erreichen, damit wirksame stadtentwicklungspolitische Gegenmaßnahmen umgesetzt werden.

- Auf die Städte kommen massive, tiefgreifende Veränderungen zu: große stadt-prägende Projekte werden zunehmend durch "Global Players" als Investoren initiiert. Gleichzeitig wird das Internet durch wachsenden "e-commerce" die Bedeutung der Innenstädte beeinflussen. Beide Entwicklungslinien tangieren das kommunalpolitische Entscheidungspotential in starkem Maße.

Für erfolgreiche Innenstadtprojekte kann deshalb nur noch ein ganzheitlicher Strategieansatz gelten, der öffentliche und private Aktivitäten verbindet (public-private-partnership).

- Vorbildliche Lösungen müssen stärker als bisher durch gezielten Erfahrungsaustausch publik gemacht werden.

Als "Erfolgsrezept" hat sich bereits bewährt: konsequentes Planen und Entscheiden der Kommune schafft

die erforderliche Sicherheit für nachhaltiges Investieren und Betreiben.

- Das ständige Verlangen der Besucher/Kunden nach Neuem ist mit dem Ziel der Nachhaltigkeit in Einklang zu bringen. Das kann nur erreicht werden, wenn Qualität ganz oben auf der Prioritätenliste steht.

Dabei kann integrierendes City-Management, so wie es verstärkt in Städten eingerichtet wird, von der Philosophie des professionellen Center-Managements lernen (z.B. für die Aspekte Erlebniseinkauf oder Urban Entertainment).

- Eine Reduzierung auf Kommerz ist für lebendige Innenstädte jedoch nicht möglich: Kultur wird von Kommunen und Wirtschaft als maßgebliche Aufgabe anerkannt und verstärkt als aktiver Partner bei der Entwicklung von Konzepten in die Pflicht genommen. Damit kommt auch die "Logik des Bewahrens und der Denkmalpflege" zu ihrem Recht. Die Rolle des Reagierens reicht für die Kultur im städtischen Raum nicht aus.

Resümee

- Vorausschauende Innenstadt-Konzepte (Leitbilder) sind Herausforderung und Pflichtaufgabe für eine aktive Kommunalpolitik.

Im Rahmen von Kommunalpolitischen Foren und der Aufbereitung und Präsentation vorbildlicher Lösungen (best-practice) soll deshalb der Erfahrungsaustausch zwischen Kommunen und dem breiten Spektrum öffentlicher und privater Akteure und Entscheider unterstützt werden.