

Jens Imorde

# „Innenstadt - Neu Denken“

Kongress Kommunale Wirtschaftsförderung NRW  
Gelsenkirchen, 30. August 2023



# Netzwerk Innenstadt NRW

Das Netzwerk bietet Handlungsträgern in Kommunen eine Plattform zum fachlichen/kollegialen Austausch ... **AUS DER PRAXIS FÜR DIE PRAXIS.**

## **DAS NETZWERK INNENSTADT NRW**

- ... bündelt Erfahrungen und macht sie den Mitgliedern zugänglich,
- ... qualifiziert Innenstadtakteure,
- ... fördert den Austausch untereinander,
- ... stellt sich den Erkenntnissen der Wissenschaft.
- ... erleichtert den Einstieg in die Umsetzung lokaler Projekte
- ... initiiert und unterstützt regionale Kooperationen und Vorhaben

# 170 Mitglieder



# Innenstadt – Neu Denken

## **These 1**

Die Innenstadt der Zukunft ist wieder multifunktional.

# Innenstadt – Neu Denken

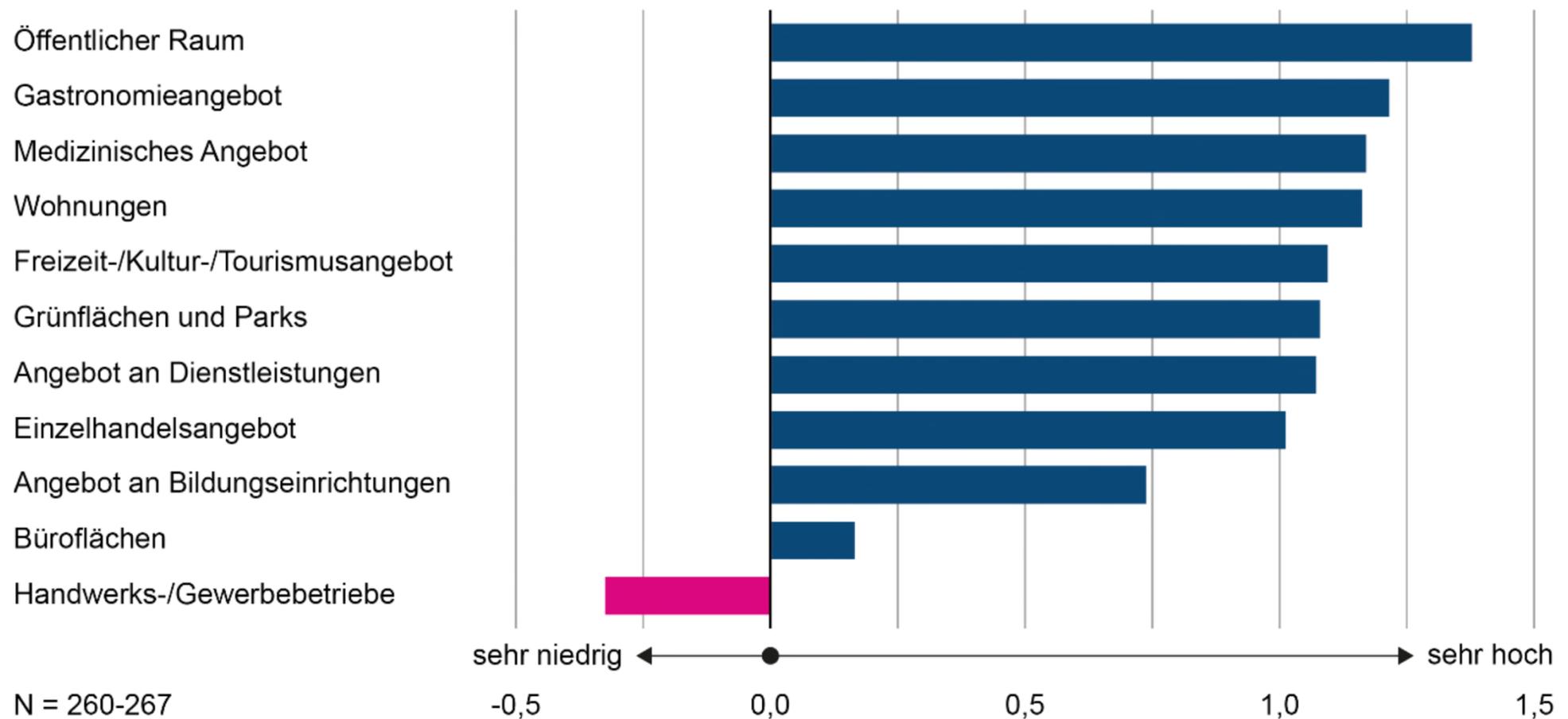
- Einzelhandel wird weiterhin eine wichtige Rolle spielen, aber nicht mehr die dominierende.
- Innovative Konzepte für die Innenstadt sind gefragt – Smart City.
- Es müssen neue Funktionen für die Innenstädte gefunden werden – Aufenthaltsqualität.

# Salzwedel



# Innenstadt – Neu Denken

Attraktivität von Zentren: Bedeutung von Funktionen in Zukunft



# Innenstadt – Neu Denken

## These 2

Die Unternehmen im Einzelhandel werden sich noch stärker mit den Veränderungen auseinandersetzen müssen, als bisher.

# Dannenberg



# Ennigerloh



# Nordenham



# Arnhem



## These 3:

Die **Pandemie** wurde und wird von großen Handelsunternehmungen genutzt, um „geräuschlos“ Flächenbereinigungen vorzunehmen.

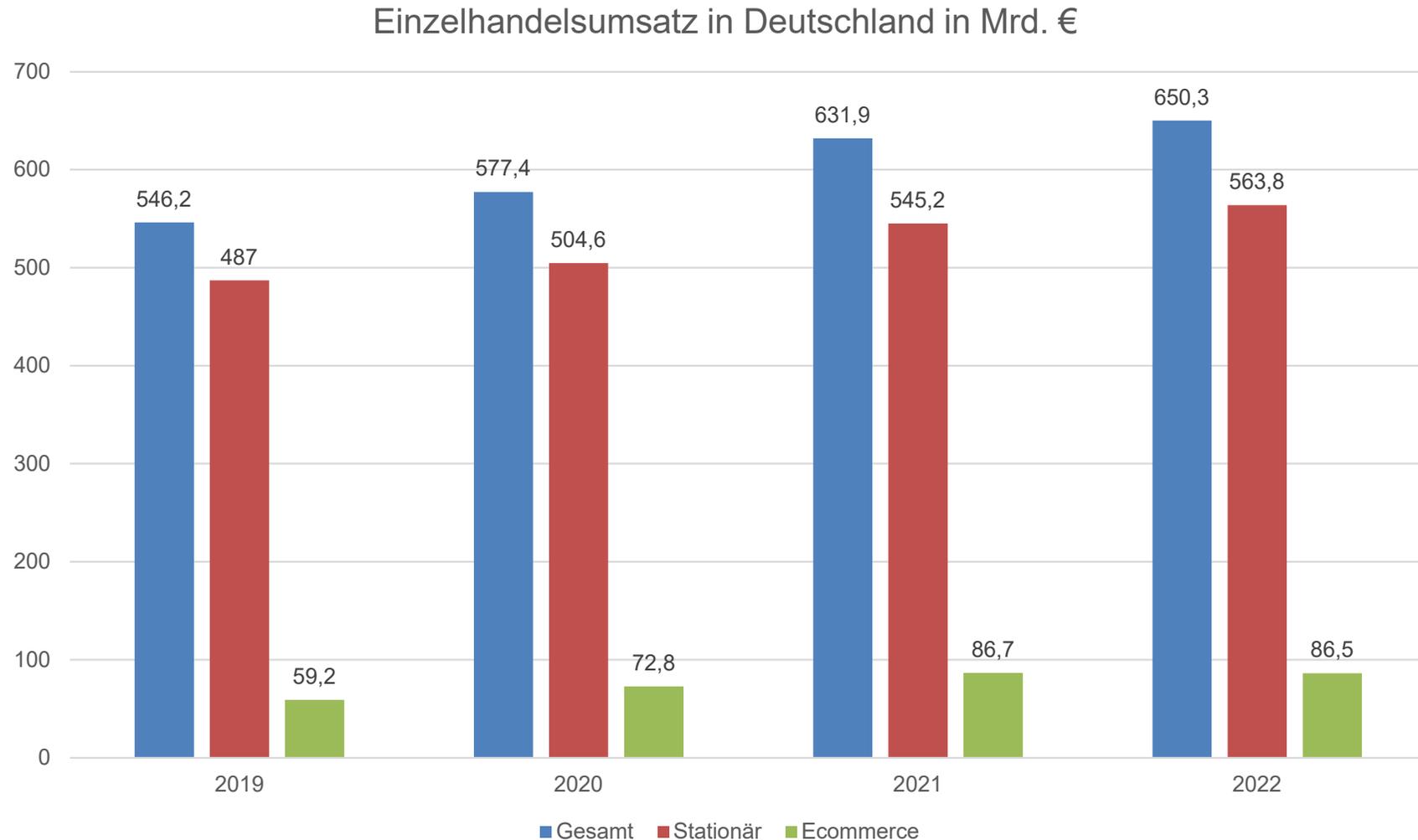
## Schließungen im Einzelhandel in den letzten Jahren

<b>Karstadt/Kaufhof</b>	über 90 Filialen in Deutschland
<b>C&amp;A</b>	50% aller Filialen in Deutschland
<b>Douglas</b>	20% aller Filialen in Deutschland
<b>Esprit</b>	50% aller Filialen in Deutschland
<b>Runnerspoint</b>	alle Filialen in Deutschland
<b>Zara</b>	1.200 von 3.800 Filialen weltweit
<b>H&amp;M</b>	350 Filialen weltweit

## These 4:

Der Online-Handel ist **nicht** der alleinige Treiber dieser Entwicklung, denn der stationäre Handel wächst in absoluten Zahlen stärker als der Online-Handel.

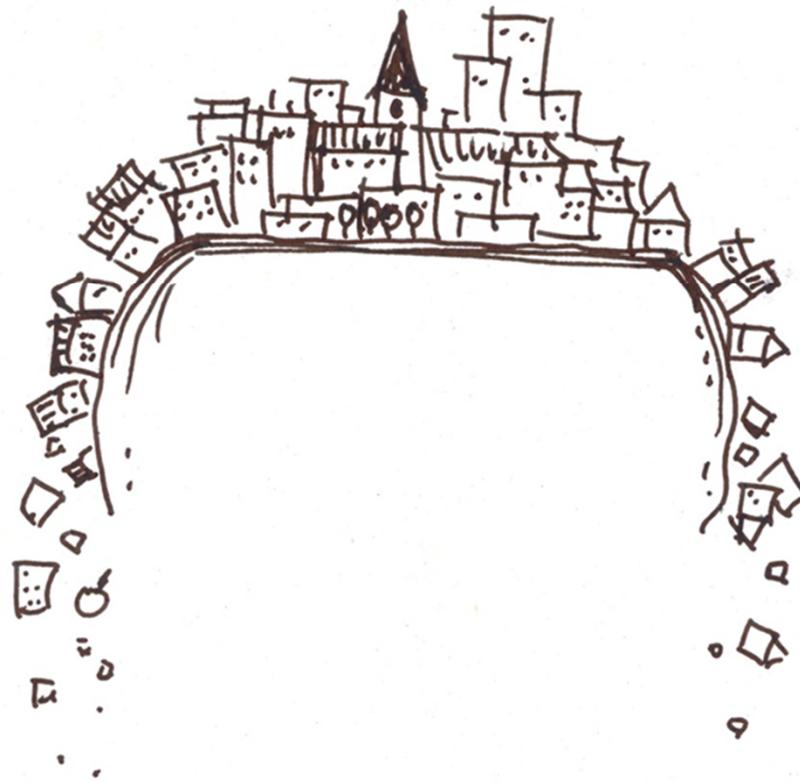
# Einzelhandelsumsatz in Deutschland



Quelle: Eigene Recherche

## **These 5:**

Es können Themen angesprochen werden,  
die vorher tabuisiert waren,  
z.B. Verkleinerung von Fußgängerzonen



Die Randlagen fallen weg.

# Gronau



# Rüsselsheim



## These 6:

Innenstädte brauchen eine wesentlich **größere Aufenthaltsqualität** und das sowohl für die Bereiche „Grün“ in der Stadt als auch für das Mobiliar.

# Übach-Palenberg



# Bamberg



# Wissen an der Sieg



# Herford



# Duisburg



# Kleve



# Altena



# Werdohl



## **These 7:**

Die autogerechte Stadt ist kein Konzept für die Zukunft.

# Hannover



# Braunschweig



# Bocholt



## Grundsätzlich:

- Jede Innenstadt ist einzigartig. Sie braucht **Individualität** statt Uniformität.
- Konkurrenzfähigkeit erhalten: **Alleinstellungsmerkmale** und Authentizität sind unverzichtbar und Voraussetzung für **Identifikation** der Bewohner und Besucher.
- Zukunftsorientierte Innenstadtentwicklung sollte auf städtebauliche und architektonische **Qualität** setzen.
- Öffentlicher/ politischer **Dialog** zur Stadtentwicklung und Architektur. Verständigungsprozesse organisieren.

