

Impulse für zukunftsfähige Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren in der Region Würzburg

Die Auswirkungen der Corona-Krise treffen viele Branchen, insbesondere aber auch Einzelhändler, Gastgewerbe, Dienstleister oder Kulturtreibende gerade in den Innenstädten, Stadtteil- und Ortszentren. In Zeiten der Digitalisierung und eines immer stärkeren Wettbewerbs zwischen den Standorten sind Grundstücks-/Mietpreise oder die Verkehrsanbindung wie attraktive Innenstädte mit Erlebniswert wichtige Faktoren der Zukunftsfähigkeit. Zu attraktiven Wirtschaftsstandorten gehören auch pulsierende Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren.

Neben vielen mittel- und langfristigen Konzepten zur Stärkung der Innenstädte bedarf es neuer Konzepte und Ideen, die kurzfristig umsetzbar sind sowie schnell, pragmatisch und unmittelbar attraktive Innenstädte sichern. Ziel aller Maßnahmen sollte sein, kurzfristig innerstädtisches Gewerbe zu sichern und gleichzeitig die Weichen für starke Handelsstandorte zu stellen.¹

Folgende **Impulse** können gesetzt werden:

Weihnachtsmärkte und Weihnachtsshopping ermöglichen

Derzeit laufen trotz Corona-Pandemie noch in verschiedenen Orten die Vorbereitungen für die Weihnachts- und Wintermärkte. Für den Wirtschaftsstandort Innenstadt sind sie wichtig. Viele innerstädtische Einzelhändler, Restaurant- und Cafébetreiber erzielen bis zu 30 Prozent ihres Jahresumsatzes während der Weihnachtszeit. Kreative Maßnahmen, wie beispielsweise eine dezentrale Verteilung der Lokalitäten auf die Innenstadt und Stadtteilzentren, um mehr Abstände zwischen den Ständen einzuhalten, sind Ideen, solche Märkte möglich zu machen. Märkte könnten dann mit den entsprechenden Hygienekonzepten ihr Angebot machen. Klare Vorgaben für den Ausschank oder Unterstützungsansätze von Schaustellern und Kommunen können zudem einen Weg weisen. Ein einheitlicher Ansprechpartner der Kommune kann ferner Lösungen für Fragestellungen aufgreifen und bearbeiten. Digitale Tools, wie Informations-Apps, die in Echtzeit über das aktuelle Besucheraufkommen informieren, können helfen. Verzicht auf die Erhebung von Standgebühren, unterstützt dies zusätzlich. Ferner können Kommunen eine Schlüsselrolle einnehmen, wenn es darum geht, den Weihnachtseinkauf in Form von innerstädtischen Hygienekonzepten mit entsprechendem, positiv belegtem Marketing sicher zu gestalten.

Saison für Außergastronomie verlängern, Außenverkaufs- und -stellflächen erleichtern

Die Möglichkeit zur – häufig genehmigungs- und gebührenfreien – Erweiterung der Außergastronomie ist ein wichtiger Baustein zur Bewältigung der Corona-Pandemie für Gastronomiebetriebe. Sie ist auch ein Gewinn für lebendige Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren. Zum einen sind die Innenplätze aufgrund der Abstandsregelungen weiterhin reduziert und zum anderen fühlen sich viele Gäste, nach Einschätzung der Branche, momentan im Freien wohler. Gleiches gilt für Verkaufs- und Stellflächen vor Ladengeschäften. Erweiterungen der Außergastronomie- und Außenverkaufsflächen sollten abseits coronabedingter Beschränkungen unbürokratisch und ohne zusätzliche Kosten unabhängig der Jahreszeit beibehalten werden. Unbürokratisch und ohne zusätzliche Kosten sollte auch die Erlaubnis für geeignete Maßnahmen zum Schutz gegen Wind, Regen und Kälte erteilt werden. Auch kommunale Förderprogramme können hierbei unterstützen.

¹ Neben den hier genannten Maßnahmen sei vor diesem Hintergrund dito auf die Grundsatzpositionen Handel der IHK Würzburg-Schweinfurt verwiesen (online unter https://www.wuerzburg.ihk.de/fileadmin/user_upload/downloads/Standort/Positionspapier_Handel_IHK_Wue-SW_final_mit_Beschluss_VV.pdf)

Digitale Tools etablieren

Vielfach gibt es Begrenzungen der Personenzahl pro qm Verkaufsfläche oder für die Besucheranzahl auf Wochen- und Weihnachtsmärkte. Mit Hilfe digitaler Anwendungen können Warteschlangen vermieden und Kundenfrequenzen zeitlich besser verteilt werden.² Digitale Lösungen helfen dabei, dass Kunden wissen, wann sie den Laden betreten dürfen, ohne in einer Menschenschlange vor dem Laden zu warten. Buchungstools unterstützen und vermitteln den Kunden Sicherheit beim Besuch von Geschäften. Frequenzmessung in Echtzeit kann die Besucher über die aktuellen Kundenströme informieren. In einigen Kommunen wurden hierzu in Zusammenarbeit innerstädtischer Gewerbetreibender und Kommunen bereits Standards bei der Anwendung digitaler Tools gesetzt, die die Nutzung vereinfachen – hier etwa durch Einigung auf einheitliche Anbieter statt individueller Lösungen je Geschäft beziehungsweise Restaurant. Auch hier können Kommunen Akzente zum Wohl der ansässigen Unternehmerschaft setzen.

Digital sichtbar werden und online verkaufen

In der Krise haben viele Einzelhändler versucht, durch das Online-Geschäft die Einbrüche im stationären Handel zu kompensieren. Einige der Unternehmen haben das bestehende Digital-Business verstärkt, andere sind ganz neu gestartet. Noch besteht aber vor allem bei kleinen Einzelhändlern und in anderen Branchen Nachholbedarf, sowohl beim Online-Vertrieb als auch bei der Sichtbarkeit im Internet (s. IHK-ibi-Studie zur Digitalisierung im Handel).³ Es gibt zahlreiche Initiativen, die über den Start in den Online-Handel informieren. Zusätzlich gibt es mancherorts Digital-Kümmerer, die bei konkreten Fragen helfen. Auch lokale virtuelle Netzwerke sind dabei hilfreich. Für den lokalen Online-Vertrieb gilt es, geeignete Logistik-Systeme bereit zu stellen. Kommunen könnten hier als Initiator und Koordinator fungieren, dies gegebenenfalls auch kommunenübergreifend. Zudem könnten branchen- beziehungsweise anbieterübergreifende Informationsangebote kommunal initiiert beziehungsweise gefördert werden.

Gesundheitsschützende Maßnahmen finanziell unterstützen

Unternehmen investieren in hohem Maße in Schutzeinrichtungen und -vorkehrungen und nehmen hier ihre Verantwortung wahr. Die Hygienekonzepte umfassen vielfältige Bausteine – von der Desinfektion über Abstandsgebote bis zur Anschaffung von technischen Einrichtungen zur Vermeidung von Infektionen. So können neben einem regelmäßigen Lüften zum Beispiel auch Lüftungsanlagen die Erregerübertragung mutmaßlich reduzieren. Die kurzfristigen Ausgaben für diese und andere Hygienemaßnahmen (wie Desinfektionsmittel) und auch Investitionen, von dem der Gesundheitsschutz aller Menschen (etwa Schutzmasken für Innenstadtbesucher) profitiert, kann durch die Kommune finanziell unterstützt werden.

Leerstehende Immobilien und Ladengeschäfte schnell umnutzen

Der Strukturwandel und die Corona-Pandemie führen vielerorts zur Geschäftsaufgabe von Filialbetrieben und inhabergeführten Läden. Gefragt sind Lösungen nicht nur von Kommunen, sondern von unterschiedlichen Akteuren, wie Unternehmen, Kammern, Verbänden, Stadtmarketingvereinen oder Immobilien- und Standortgemeinschaften, um auch unkonventionelle neue Geschäftsideen entstehen zu lassen. Durch Pop-up-Konzepte, Co-Working-Spaces und andere Formate können interessante (Zwischen-)Nutzungen entstehen oder neue Nutzungen vorbereitet werden. Daneben können neue Gewerbemietmodelle für kleine gewerbliche Eigentümer und Nutzer helfen, neue Geschäftsideen entstehen zu lassen. Die Erstellung von digitalen Ladenleerstandskatastern kann dies unterstützen. Für die Ladenleerstandsbekämpfung sollten Mittel, beispielsweise der Städtebauförderung, kurzfristig beantragt und genutzt werden. Kommunen könnten hier als Impulsgeber, Vermittler, Projektkoordinatoren und Antragsteller unterstützen.

² Weiterführende Informationen bietet der DIHK online unter www.ihk.de/digitale-anwendungen.

³ Online abrufbar unter www.ibi.de/handelsstudie2020.

Mehr Digitalisierung in Genehmigungs- und Planverfahren

Bislang laufen viele Baugenehmigungs- und Planverfahren analog. Auch die Gastronomie kann nicht einfach Tische und Stühle auf die Straße stellen und Gäste bewirten. Dafür wird eine Sondernutzungsgenehmigung benötigt, die ebenfalls vielfach noch analog beantragt werden muss. Ob Bau- oder Sondernutzungsgenehmigung, sinnvoll kann es sein, die Antrags- und Genehmigungsverfahren digital anzubieten. Hierdurch könnten die Verfahren deutlich beschleunigt werden. Zusätzlich kann ein einheitlicher Ansprechpartner im Sinne eines One-Stop-Shops für alle Fragen rund um die Baugenehmigung in den Behörden die Unternehmen durch die Verfahren lotsen. Eine digitale Bauakte kann helfen, das gesamte Verfahren fortlaufend transparent auszugestalten, so dass die Betriebe den Verfahrensstand jederzeit einsehen können.

Erreichbarkeit der Innenstädte sichern

Für die Attraktivität von Innenstädten ist eine gute verkehrliche Erreichbarkeit unabdingbar. Dies gilt für den Personenverkehr und Güterverkehr gleichermaßen. Viele Unternehmen befürchten, dass Bestrebungen, Mobilität einzuschränken, zu verringerter Kundenfrequenz und zu Problemen in der Logistik führen werden. Dies könnte den Trend zur Abwanderung auf die „grüne Wiese“ weiter verstärken. Die Erreichbarkeit der Innenstädte ist zu sichern und restriktive Maßnahmen sind zu vermeiden. Veränderten Bedürfnissen – so der verstärkten Nutzung des Fahrrads im Berufsverkehr – ist Rechnung zu tragen, ohne die anderen Verkehrsträger dabei einzuschränken. Zudem sollten Wirtschafts-, Belieferungs- und Kundenverkehre nicht unnötig eingeschränkt werden. Leistungsfähige Verknüpfung im ÖPNV zwischen Stadt und Umland zur Aktivierung von Kann-Fahrern, den Aufbau eines Park-&-Ride-Systems, die Schaffung von intermodalen, überregionalen Informationsangeboten mit digitalem Ticketing ebenso, wie den zügigen Bau adäquater Infrastrukturen oder Aufbau und Förderung einer Stadtlogistik sind zentrale Hebel.

Runde Tische einrichten, gemeinsam Sicherheit schaffen

Unumgänglich ist der aktive Austausch von Kommunen und den Unternehmen vor Ort. Dabei sind Bedarfe abzuklären und praktische sowie unbürokratische Lösungen zu suchen. Zertifikate für Hygienekonzepte können dabei helfen: Steigende Infektionsfälle verunsichern Kunden und sorgen für Frequenzeinbrüche in Handel, Gastgewerbe und Dienstleistung. Kommunen können gemeinsam mit den ansässigen Unternehmen Zertifikate erarbeiten, die bei Erfüllung von Hygienestandards vergeben werden. Kombinierte Angebote (zum Beispiel freier Eintritt in städtische Museen bei Einkäufen im lokalen Handel oder Gastrobefuch ab einem bestimmten Betrag) können mittelfristig weitere Erleichterungen bringen.

Ansprechpartner: Dr. Christian Seynstahl, Tel. 0931 4194-314, E-Mail: christian.seynstahl@wuerzburg.ihk.de.

Stand: 11.11.2020