

# BRAUNSCHWEIGS INNENSTADT IM UMBRUCH

STÄRKEN ERHALTEN, CHANCEN NUTZEN, HERAUSFORDERUNGEN ANNEHMEN

**JANUAR 2021**

---

BEITRAG DES ARBEITSAUSSCHUSS INNENSTADT BRAUNSCHWEIG E. V.  
(AAI) ZUM INNENSTADTDIALOG DER STADT BRAUNSCHWEIG

**IMPULSPAPIER DES ARBEITSKREISES IMMOBILIEN IM AAI**



*(Foto: Blick auf BS: falco/5412 Bilder pixabay)*

 **Innenstadt  
Braunschweig**  
AAI – Arbeitsausschuss Innenstadt  
Braunschweig e.V. – seit 1985

Autoren Dr.-Ing. Nicolas Petrek, Astrid Sabine Striese

# Inhaltsverzeichnis:

	<b>Seite</b>
<b>1. Einleitung</b>	3
<b>2. Welchen Entwicklungen sehen wir uns gegenübergestellt?</b>	5
<b>3. Braunschweigs Stärken und Schwächen</b>	7
3.1 – Stärken erhalten	7
3.2 – Schwächen begegnen	8
<b>4. Die Maßnahmen - Chancen nutzen und auf Risiken reagieren</b>	10
- Baustein 1 – Schaffung fairer Rahmenbedingungen im Wettbewerb mit dem Onlinehandel	10
- Baustein 2 – Attraktivitätssteigerung leerstehender Flächen	11
- Baustein 3 – Schaffung eines aktiven Leerstandsmanagements	12
- Baustein 4 – Entwicklung eines tragfähigen Zukunftskonzepts für die Innenstadt	14
▪ Ermöglichung von Folge- und Umnutzungen (Ideensammlung)	14
- Baustein 5 - Schaffung der richtigen Rahmenbedingungen	19
▪ Bereitstellung von Fördermitteln	19
▪ Weiterentwicklung des Innenstadtkonzepts	20
▪ Weitere Stärkung des Einkaufserlebnisses	20
▪ Erhöhung der Aufenthaltsqualität	21
▪ Kooperation mit anderen Städten	22
▪ Bürgerbeteiligung	23
▪ Stadtspezifische Besonderheiten	23
▪ Berücksichtigung von Trends der Zukunft	24
▪ Schaffung verwaltungstechnischer Voraussetzungen	25
<b>5. Vorschlag zum weiteren Vorgehen</b>	26
<b>6. Information über den AAI</b>	27
<b>7. Informationen über den Arbeitskreis-Immobilien im AAI</b>	27
<b>8. Literatur- und Quellenverzeichnis</b>	28



*(Animation: Vision Damm 2025, Stauth-Architekten, Braunschweig)*

## 1. Einleitung

Die Innenstädte sehen sich einem tiefgreifenden Umbruch ausgesetzt. Verursacht ist dieser zwar durch langfristige Entwicklungen wie die Digitalisierung und die Etablierung des Onlinehandels, durch die Folgen der Corona-Pandemie ab März 2020 hat er jedoch an Geschwindigkeit gewonnen, sodass ein zeitnahes Handeln erforderlich ist. Als sichtbarstes Zeichen des fortschreitenden Umbruchs sind Stadtzentren zunehmend von Leerständen betroffen, die die Attraktivität und das Einkaufserlebnis maßgeblich negativ beeinflussen. Bevor aber wirksame Maßnahmen angestoßen werden können, muss unter den Beteiligten Einigkeit bezüglich der Analyse der Situation und der Wahl geeigneter Mittel zur Begegnung der Herausforderungen herrschen. Hierfür ist aus Sicht des AAI ein umfassender Dialog innerhalb des AAI und mit allen Beteiligten wie interessierten Innenstadtunternehmer\*innen, der Stadtverwaltung, dem Stadtmarketing und Interessensvertretungen notwendig.

Mit der Initiierung des Innenstadtdialogs hat die Stadt Braunschweig diesen wichtigen ersten Schritt gemacht. Aufgrund der Komplexität der Situation sollte der Dialog aber auf Grundlage einer gemeinsamen Ausgangsposition stattfinden. Diese Grundlage versucht der Arbeitskreis Immobilien im AAI mit dem hier vorliegende Impulspapier zu schaffen. Dafür wurde sich an existierenden Konzepten aus Wissenschaft und Praxis orientiert und bereits in Braunschweig vorhandene Maßnahmen oder geäußerte Ideen wie beispielsweise aus dem Tourismuskonzept der Stadt einbezogen.

Das Impulspapier analysiert im Folgenden die derzeitige Situation unter Berücksichtigung der aktuellen Entwicklungen und wesentlicher Ursachen und untersucht Stärken und Schwächen der Innenstadt, um abschließend fünf Bausteine zu definieren, deren einzelne Maßnahmen zur Bewältigung des Umbruchs beitragen können. Als Ergebnis lassen sich vier Kernbotschaften formulieren:

1. Es muss ein fairer Wettbewerb zwischen dem stationären Handel und dem Online-Handel geschaffen werden.
2. Die Bereitstellung von Fördermitteln, die Zusammenarbeit von Investor\*innen und mehr Flexibilität bei Entscheidungen und Verfahren sind wichtige Voraussetzungen zur Wiederbelebung der Innenstadt.
3. Durch die Schaffung von innerstädtischen Erlebnisräumen und die Erhöhung der Aufenthaltsqualität bspw. durch mehr Grünflächen und Sitzgelegenheiten kann sich die Innenstadt zu einem Ort entwickeln, an dem neben lebendiger Gastronomie und Handel auch Wohnen, Leben und Arbeiten eine Rolle spielt und Besucher\*innen ihre Freizeit gestalten und sich treffen können.
4. Eigentümer\*innen, Investor\*innen, Fondsgesellschaften und alle an der Vermietung von Immobilien in der Innenstadt Beteiligten sollten aktiv die Chancen nutzen, sich gegen Leerstand einzusetzen, um Wertminderungen zu vermeiden.

Das Impulspapier hat zum Ziel, das Innenstadterlebnis zu stärken und die Grundversorgungsfunktion der Innenstadt zu erhalten. Der dafür benötigte breite Konsens zwischen den Beteiligten soll durch eine kritische Reflexion dieses Impulspapiers, in die das gesammelte Feedback aller Interessierten einfließt, sichergestellt werden, bevor die hieraus entstandenen Handlungsempfehlungen in den Innenstadtdialog einfließen.

*Wir möchten Sie daher bitten, uns Ihr Feedback, ob Fragen, Kritik oder Anmerkungen, bis zum **5. Februar** per E-Mail an [ak-immobilien@aai-bs.de](mailto:ak-immobilien@aai-bs.de) zukommen zu lassen. Dafür können Sie sich an folgenden Fragestellungen*



- Deckt sich Ihre Einschätzung der aktuellen Situation mit unserer Analyse und ziehen Sie hieraus ähnliche Schlüsse?
- Würden Sie inhaltlich die im Impulspapier vorgestellten einzelnen Punkte unterstützen und haben Sie hierzu Anmerkungen?
- Sind Ihnen weitere erfolgreiche Ansätze aus anderen Städten bekannt oder haben Sie eigene Ideen hierzu?
- Sind bei Ihnen bereits eigene Maßnahmen in Planung oder Umsetzung und können diese ggf. integriert werden bzw. benötigen Sie Unterstützung?

- Welche weiteren Personen oder Institutionen sollten aus Ihrer Sicht an diesem Prozess beteiligt werden?
- Können Sie sich eine Unterstützung dieses Konzepts vorstellen?
  - Möchten Sie sich an einzelnen Maßnahmen beteiligen?
  - Wollen Sie sich persönlich einbringen?
  - Sind Sie bereit, in die Umsetzung von Maßnahmen dieses Konzepts zu investieren?



*(Foto: Braunschweig Stadtmarketing GmbH/Marek Kruszewski)*

## 2. Welchen Entwicklungen sehen wir uns gegenübergestellt?

Die Innenstädte befinden sich in einem Umbruch, der auch in Braunschweig spätestens seit Beginn der Corona-Pandemie immer sichtbarer wird. Diese Entwicklung hat aus unserer Sicht vor allem folgende Ursachen, die sich zum Teil gegenseitig verstärken:

- Die Marktanteile des Online-Shoppings sind in der Krise weiter gestiegen.
  - Der Online-Einkauf wird nicht nur als bequem, sondern in der jetzigen Situation auch als sicher wahrgenommen. Zudem ist er jederzeit erreichbar und auch von den Corona-bedingten Schließungen nicht betroffen.
  - Auch ältere Menschen werden zunehmend technikaffiner und haben den Online-Einkauf für sich entdeckt.
  - Der Onlinehandel verfügt häufig über einen Kostenvorteil, der sich in niedrigeren Verkaufspreisen niederschlägt. Während der stationäre Einzelhandel Mieten für Verkaufs- und Lagerflächen zahlen muss und allen Auflagen für seine Gewerbeflächen, seine Angestellten und seine Produkte unterliegt und nicht zuletzt seine Steuern zu entrichten hat, existieren für

den Onlinehandel etliche Vorteile beispielsweise bezüglich der Produkthaftung, der Gestaltung der Besteuerung mittels Lizenzrechten sowie der gleichzeitig extensiven Nutzung der Verkehrsinfrastruktur dieses Landes.

- Drei wesentliche Ankerpunkte der Innenstadt der letzten Jahrzehnte sind gleichzeitig in der Krise.
  - Das Geschäftsmodell großer Kaufhausketten wie Galeria Kaufhof/Karstadt trifft in der jetzigen Form vermehrt nicht mehr die Nachfrage der Konsument\*innen.
  - Auch große Ketten wie H&M, Douglas oder Esprit sowie weitere Schuh- und Bekleidungsgeschäfte sind von den Entwicklungen betroffen und planen eine Reduzierung ihrer Filialdichte.
  - Auch das Geschäftsmodell der Shopping-Center, dessen wesentlicher Bestandteil gerade Filialisten sind, ist von der Krise betroffen. Vielmehr noch sind jedoch traditionelle Einkaufspassagen von dieser Entwicklung betroffen.
- Innerstädtische Büroflächen sind unter anderem aufgrund von Homeoffice und digitalen Angeboten in der Vermietungs-Entwicklung aktuell nicht einschätzbar.
- Die positive Entwicklung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt der letzten Jahre ist gefährdet.
  - Der kurzfristig zu erwartende Leerstand und die damit verbundene sinkende Besucherfrequenz droht die Innenstadt unattraktiver werden zu lassen.
  - Die temporäre Schließung der Gastronomie, die Absage von überregional ausstrahlenden Veranstaltungen wie dem Weihnachtsmarkt sowie die Maskenpflicht und die Form der Durchsetzung dieser sorgen für eine zusätzliche Beschneidung des Innenstadterlebnisses.
- Die Adaption an die neue Realität wird einige Zeit benötigen.
  - Für freigewordene Flächen werden Nachmieter\*innen und neue Konzepte gesucht, was sich in der jetzigen Marktsituation nicht einfach gestaltet.
  - Vielfach sind Mietpreise bereits auf einem niedrigen Niveau. Eine weitere Absenkung ist in Teilen für die Eigentümer\*innen nicht finanzierbar und damit keine Lösung. Eine Reduzierung der Miethöhe ist nicht nur für Privateigentümer\*innen, sondern auch für Kapitalgesellschaften aufgrund von Abschreibungen möglicherweise problembehaftet.



(Foto: iStock.com, Axel Bueckert)



(Foto: iStock.com, fermate)

## **Braunschweigs Stärken und Schwächen**

Jede Innenstadt muss sich mit den dargestellten Herausforderungen auseinandersetzen, jedoch sind die jeweiligen Voraussetzungen zum Teil sehr unterschiedlich. Im Weiteren möchten wir kurz aus unserer Sicht die Stärken und Schwächen der Braunschweiger Innenstadt und die damit verbundenen Chancen und Risiken darstellen und im Weiteren jeweils geeignete Maßnahmen zur Begegnung auf die Herausforderungen identifizieren. Einige Bereiche der Braunschweiger Innenstadt sind an einem besonderen Einkaufsverhalten ausgerichtet, das so nicht mehr existiert. So wirken beispielsweise der Welfenhof, die Dompassage oder auch die Burgpassage, für die eine Um- oder Folgenutzung derzeit schwierig ist, wie aus der Zeit gefallen. Die Stadtverwaltung und die Wirtschaftsförderung begleiten daher eng die Entwicklung solcher Objekte.

### **3.1 Stärken erhalten**

Braunschweigs Stadtkern ist historisch gewachsen und bietet mit seinen zahlreichen historischen sowie wiederaufgebauten Gebäuden und seiner großen zusammenhängenden Fußgängerzone einen beliebten Rahmen für den Besuch und das Einkaufserlebnis Innenstadt. Auch existieren mit den einzelnen Museen und zentralen Plätzen weitere Anziehungspunkte, die die Innenstadt aufwerten.

Braunschweig hat bereits frühzeitig ein erfolgreiches Stadtmarketing geschaffen, das nicht nur die Attraktivität der Stadt im Blick hat, sondern auch mit überregional ausstrahlenden Innenstadtveranstaltungen, die teilweise auch von verkaufsoffenen Sonntagen begleitet werden, oder dem Weihnachtsmarkt das Einkaufserlebnis in der Innenstadt stärkt. In enger Zusammenarbeit mit dem AAI und dem Arbeitsausschuss Tourismus Braunschweig e. V. (ATB) sowie den dort engagierten Mitgliedern wird gemeinsam an dem Ziel einer lebendigen und attraktiven Innenstadt gearbeitet.

In Braunschweig existiert ein gewachsenes Netzwerk aus Institutionen, Firmen und Kaufleuten sowie Investor\*innen, die sich für Braunschweigs Zukunft aktiv einsetzen. Auch in großen Teilen der kommunalen Politik besteht ein großes Engagement für die positive Entwicklung der Innenstadt. Darüber hinaus verfügt Braunschweig mit der TU Braunschweig und der Hochschule für bildende Künste (HBK) über zwei große Hochschulen, die junge Menschen in die Stadt ziehen und hohes Innovationspotenzial bergen.



*(Foto: Dom, A. Striese)*

Die Bürger\*innen Braunschweigs identifizieren sich stark mit ihrer Stadt. Auch herrscht ein weiter Konsens darüber, dass Braunschweig in den letzten Jahrzehnten eine positive Entwicklung genommen hat und nicht zuletzt gilt für viele #Braunschweigistschön.

Braunschweigs Innenstadt profitiert von ihrer großen Auswahl an Geschäften sowie ihrer großen Anzahl beliebter Filialisten, die eine gewisse Sogwirkung ausüben. Zudem verfügt die Innenstadt über ein großes Gastronomieangebot mit vielen Außensitzflächen, eine gute Erreichbarkeit sowie ein gut ausgebautes Parkplatzangebot, weswegen es als Oberzentrum auch für das gesamte Umland eine große Anziehungskraft besitzt.

Braunschweig verfügt vor allem im Magniviertel und im Friedrich-Wilhelm-Viertel, aber auch in einigen Bereichen der weiteren Innenstadt über inhabergeführte Einzelhändler\*innen, die eine wichtige Ergänzung zu den großen Ketten und Warenhäusern darstellen und der Innenstadt Charakter verleihen. Darüber hinaus hat bereits das als Kultviertel bekannte Friedrich-Wilhelm-Viertel mit verschiedenen Maßnahmen wie einer Leerstands Börse, der schrittweisen Aufwertung der Straßen und Plätze und nicht zuletzt einem gemeinsamen Engagement von Betreiber\*innen, Eigentümer\*innen, Anwohner\*innen und Sponsor\*innen in Kooperation mit der Stadt in den letzten zehn Jahren einen Wandel erlebt. So hat dieser kultige Bereich der Stadt mit seinen kleinen Läden sowie seinen Bars, Clubs und Gastronomien mittlerweile ein besonders Flair und weist aktuell weniger Leerstand auf als die gesamte Innenstadt – bei jedoch auch geringeren Mieten.



## 2.2 Schwächen begegnen

Die Braunschweiger Innenstadt verfügt in Bezug zu seiner Einwohnerzahl über eine sehr hohe Zahl von Verkaufsflächen, die vor allem mit dem Bau des ECE-Centers im Schloss noch weiter gewachsen ist. Von dem zu beobachtenden Rückgang der Besucherfrequenz sind nun vor allem Bereiche der Innenstadt besonders stark betroffen, die in ihrer Konzeption aus den 70er- und 80er-Jahren stammen. Hier sind insbesondere der Welfenhof, die Dompassage oder auch die Burgpassage zu nennen, wobei für die letztgenannte eine Umnutzung angedacht ist, aber noch nicht umgesetzt wird.



Foto: Bohlweg, A. Striese

Große Teile der Innenstadt sind durch Filialisten geprägt. Was in der Vergangenheit ein großer Vorteil war und in der Zukunft auch wieder sein kann, erweist sich jetzt als Herausforderung, da, mit Blick auf die aktuelle Entwicklung, in Anbetracht der großen Anzahl solcher Läden übergangsweise mit verhältnismäßig vielen Leerständen zu rechnen sein wird. Nach der Schließung von Galeria Kaufhof sowie der wahrscheinlichen Schließung des Karstadt am Gewandhaus werden zusätzlich zwei weitere große Immobilien zu Leerständen, die in der Vergangenheit zur Attraktivität von Braunschweigs Innenstadt maßgeblich beigetragen haben. Die zentrale Innenstadt droht nun nach Schließung weiterer Geschäfte in manchen Bereichen zu einer unbelebten Zone zu werden, die wenig attraktiv ist und zudem bei fortschreitender Entwicklung von den Bewohner\*innen und Passant\*innen vor allem am Abend als dunkel und wenig einladend empfunden werden könnte. Dies stellt für Geschäfte in diesen Bereichen eine besondere Herausforderung dar, da sie sich einem Abwärtstrend aus weniger Laufkundschaft und weniger Attraktivität ausgesetzt sehen.

Braunschweigs Innenstadt verfügt über wenig Grünflächen und größtenteils versiegelte Flächen, die sich im Sommer stark erwärmen. Auch existieren in der Innenstadt abgesehen von einzelnen Installationen keine Kinderspielflächen. Obwohl in der jüngeren Vergangenheit einige Anstrengungen unternommen worden sind, sind Bänke und Sitzmöglichkeiten idealerweise mit Schatten nur in geringer Zahl vorhanden. Nicht nur Plätze und Parks erhöhen die Aufenthaltsqualität einer Stadt, gerade auch Orte am Wasser werten eine Innenstadt enorm auf. Der einzige entsprechende Ort in der Innenstadt mit direkter Verbindung zur Oker am Friedrich-Wilhelm-Platz erlaubt durch die derzeitige Verkehrsführung sowie die betonierte Einfassung der Oker in keiner Weise, dass die Innenstadt hiervon profitieren würde und Braunschweig von Besucher\*innen als Stadt an der Oker wahrgenommen wird.

Obwohl viele Immobilien sich in Privatbesitz oder im Besitz von lokal engagierten Investor\*innen und Firmen befinden, hat sich wie in anderen Großstädten auch in Braunschweig die Eigentumsstruktur zum Teil geändert. Einige Objekte befinden sich im Eigentum nicht ansässiger Fonds und Investor\*innen, die in vielen Fällen neben dem eigenen Investment keinen Bezug zu Braunschweigs Innenstadt haben.

### 3. Die Maßnahmen - Chancen nutzen und auf Risiken reagieren

Nachdem in weiten Teilen bereits ein Erkennen des Handlungsbedarfes erfolgt ist und hierzu auch bereits erste Austausch wie der Innenstadtdialog stattgefunden haben, sollte im Weiteren ein möglichst gemeinsames Handeln aller Akteure in die Wege geleitet werden. Hierzu ist es nach unserer Sicht erforderlich, alle Akteure für den Handlungsbedarf zu sensibilisieren, eine Vernetzung der einzelnen Akteure (AG Innenstadt) zu ermöglichen sowie konkrete Maßnahmen in die Umsetzung zu bringen. Im Weiteren sollen verschiedene Bausteine vorgestellt werden, die Bestandteil eines solchen Handlungskonzepts werden könnten. Neben der Entwicklung eines tragfähigen Zukunftskonzeptes gehören hierzu vor allem auch kurz- und mittelfristige Maßnahmen, deren Umsetzung bereits erfolgen kann.



(Grafik: iStock.com, Bet\_Noire)

#### **Baustein 1 – Schaffung fairer Rahmenbedingungen im Wettbewerb mit dem Onlinehandel:**

Wie eingangs erwähnt, sehen wir einen wesentlichen Kernpunkt zur Stärkung der Innenstadt darin, dass durch die Politik die wesentlichen Rahmenbedingungen geschaffen werden, sodass ein fairer Wettbewerb zwischen Innenstädten und den Händler\*innen vor Ort auf der einen Seite sowie den großen Onlinehändler\*innen auf der anderen Seite stattfinden kann. Alle nachfolgend vorgestellten Bausteine sind für sich wichtig und können zum Erfolg der Innenstadt beitragen. Jedoch sollten aus unserer Sicht auch die strukturellen Herausforderungen betrachtet werden, die maßgeblich zu den beschriebenen Entwicklungen beitragen. Es soll dabei ausdrücklich nicht darum gehen, Entwicklungen der Digitalisierung und des Einkaufsverhaltens zurückzudrehen, sondern diese Entwicklungen aktiv politisch zu gestalten und darauf Einfluss zu nehmen. Derzeit existiert ein eklatanter Wettbewerbsnachteil der lokalen Einzelhändler\*innen, die allen Auflagen und Regelungen unterliegen, Steuern vor Ort entrichten und gleichzeitig Arbeitsplätze mit häufig tarifgebundenen Löhnen schaffen sowie sich häufig vor Ort engagieren. Diese Händler\*innen befinden sich in einem Wettbewerb mit großen Onlinehändler\*innen wie Amazon, die aufgrund ihres Geschäftsmodells nicht nur eine andere Kostenstruktur haben, sondern auch über Möglichkeiten verfügen, viele der genannten Punkte zu umgehen. Wir möchten darauf hinweisen, dass dies nicht nur für die Innenstädte ein Problem darstellt. Auch die Städte und Kommunen werden jeden Euro spüren, der von ihren Bürger\*innen im Onlinehandel und nicht vor Ort ausgegeben wird und somit dem gesamten lokalen Wirtschaftssystem fehlt. Gleichzeitig muss nämlich die Infrastruktur vor Ort, insbesondere die Verkehrswege, weiter finanziert werden, dem gegenüber steht dann aber nur ein Zuwachs bei relativ gering bezahlten Jobs bei Paket-

Lieferdiensten. Auch stellt die Lieferung der im Onlinehandel bestellten Produkte durch Paketdienste die Innenstädte und Städte im Allgemeinen vor weitere Herausforderungen, wie beispielsweise durch ein zunehmendes Verkehrsaufkommen bei Belieferungen und Abholungen sowie die in der Folge sinkende Aufenthaltsqualität und steigende Immissionsbelastung.

Letztendlich liegt ein Teil der Problematik auch darin begründet, dass viele Akteure mit unterschiedlichen Interessen sich zusammenschließen müssen, um von der Politik gehört zu werden. Dies schließt jedoch auch viele Akteure der Innenstadt ein, die zum Teil in den letzten Jahren bereits erfolgreich eigene Lösungen auf die Beine gestellt oder sich unternehmerisch mit der Situation arrangiert haben. Auch existieren durchaus Stimmen, die den Einfluss durch Corona auf das Einkaufsverhalten nicht als dauerhaft ansehen. Jedoch geben wir zu bedenken, dass durch den Wegfall von Kaufhäusern wie Karstadt oder Galeria Kaufhof und der Schließung von Filialen großer Ketten ein Einbruch der Besucherfrequenz in den Innenstädten drohen kann, der auch bisher erfolgreiche Konzepte unrentabel werden lassen würde.

Gleichzeitig ist damit zu rechnen, dass gerade große Konzerne wie Amazon ihre Marktmacht und ihren Einfluss zu nutzen wissen und über geeignete Lobbyarbeit ihre Interessen durchsetzen werden. Erste Entwicklungen hierzu sind bereits zu beobachten. Gleichzeitig steht einer weiter wachsenden Marktmacht der Onlinehändler\*innen eine zunehmend schwindende Zahl von Einzelhändler\*innen gegenüber, sodass Zeitdruck und zusätzliche Dringlichkeit entsteht. Vor diesem Hintergrund könnte es sinnvoll sein, dass Interessenverbände ein Gegengewicht zum Onlinehandel schaffen und sich für einen fairen Wettbewerb einsetzen.

## **Baustein 2 – Attraktivitätssteigerung leerstehender Flächen:**

Bevor die ersten Maßnahmen greifen, werden zu den bestehenden Leerständen zunächst weitere Leerstände hinzukommen. Ein ungehinderter Trading-Down-Prozess sollte unbedingt vermieden werden, auch wenn die Probleme für die Politik hierfür offensichtlicher werden. Wir halten es für zielführender, auf die Probleme durch geeignete Lobbyarbeit hinzuweisen anstatt einen Einbruch in der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt bewusst in Kauf zu nehmen. Daher



*Foto: Schaufenster Kultviertel, F.-M. Drescher*

sollten aus unserer Sicht folgende Maßnahmen ins Auge gefasst werden, die gerade die negativen Auswirkungen des Leerstands auf die Attraktivität der Innenstadt möglichst effektiv eingrenzen: In diesem Zuge sollten Schlüsselimmobilien identifiziert werden, die aufgrund ihrer Lage oder ihrer Gebäudewirkung einen besonders großen Einfluss auf die Attraktivität besitzen. Im Weiteren sollte der Kontakt zu den Eigentümer\*innen der leerstehenden Immobilien gesucht werden. Für einige Objekte und auch Schlüsselimmobilien besteht dieser Kontakt bereits, sodass hier begonnen werden könnte. Zu den einfachsten Möglichkeiten zählt das Bekleben der Fensterflächen der

leerstehenden Objekte, was in einigen Fällen auch schon praktiziert wird. Der Entwurf von Motiven (z. B. Silhouette von Braunschweig, Hinweis auf Online-Portal einer Leerstandsbörse, Ausstellung alter Bilder von Braunschweig in den Schaufenstern in Kooperation mit der Facebook-Gruppe „Braunschweig im Wandel“) sowie die Übernahme der Kosten sollten organisiert werden.

Bei einigen Objekten wird sich erfahrungsgemäß jedoch eine Kontaktaufnahme mit den Eigentümer\*innen schwierig gestalten, vor allem wenn es sich hierbei um nicht ortsansässige Kapitalgesellschaften handelt. Für diese Leerstände sollte geprüft werden, inwiefern eine Verbesserung erreicht werden kann, indem temporäre Flächen vor den Ladenflächen aktiv gestaltet werden, sodass der Leerstand weniger störend wirkt. Unter Absprache mit dem\*der Eigentümer\*in würden sich ggf. Kunstinstallationen, die Aufstellung von Grünpflanzen oder die Aufstellung mobiler, temporärer fliegender Bauten ebenfalls eignen. Solche Maßnahmen werden die eigentlichen Probleme nicht lösen. Sie helfen jedoch aus unserer Sicht dabei, den beschriebenen Trading-Down-Effekt zu stoppen und stellen daher einen wichtigen ersten Schritt dar, das Innenstadterlebnis so gut wie möglich auch in dieser Umbruchphase zu gewährleisten.

### **Baustein 3 – Schaffung eines aktiven Leerstandsmanagements:**

An diese kurzfristigen Maßnahmen sollte sich nach unserer Einschätzung im Weiteren ein aktives Leerstandsmanagement anschließen. Ein solches Management besteht sinnvollerweise aus unterschiedlichen Bereichen, die im Folgenden anhand von erfolgreichen Konzepten anderer Städte vorgestellt werden sollen. Als Alternative zu üblichen Mietverträgen kann es für einzelne Flächen sinnvoll sein, von Mietverträgen mit festem Mietzins zu Umsatzpachtverträgen zu wechseln. Auch haben wir herausgefunden, dass Zwischennutzungen für Ladenleerstände einer besonderen Versicherungsvariante bedürfen, die in unserer Region noch nicht als Produkt existiert.

- Schaffung einer Online-Plattform zur Vermittlung von leerstehenden Flächen (Kiel sowie weitere Städte)

In vielen Städten erfolgt bereits eine zentrale Kartierung und Aktualisierung von Leerständen in der Innenstadt. Einige Städte wie beispielsweise Kiel haben diesen Ansatz weiterentwickelt und eine eigene Online-Plattform geschaffen, die neben den Leerständen auch Suchanzeigen für Anmietungen und Zwischennutzungen enthält. Zudem werden auch Kontaktdaten der Eigentümer\*innen bzw. Verwalter\*innen und falls vorhanden der zuständigen Makler\*innen aufgeführt, sodass die unterschiedlichen Akteure eingebunden werden. Auch in anderen Regionen existieren ähnliche Konzepte, darunter auch unkomplizierte Angebotsformen für Gesuche (Auflistung Homepage Stadtmarketing).

- Anmietung leerstehender Flächen (Mettmann/NRW; Sinzing/Bayern)

Eine direkte Maßnahme stellt die Anmietung leerstehender Flächen durch die Stadt dar, auch wenn hier mit zunächst niedrigeren Mieten pro Quadratmeter gerechnet werden muss. Ein Beispiel eines solchen Vorgehens stellt das Projekt „Mettmann handelt“ der gleichnamigen Stadt dar. Mettmann plant, ab Mitte 2021 selbst leerstehende Ladenlokale anzumieten und zu vermarkten. Die

Landesförderung (Sofortprogramm des Landes NRW) wird in diesem Projekt von der Stadt als Mietminderung an die Neumieter\*innen leerstehender Ladenlokale weitergegeben. Neben Start-up-Stores sollen auch Geschäfte mit regionalen landwirtschaftlichen Produkten entstehen. Die Koordination liegt bei Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung.

Ein ähnliches Konzept verfolgt die Stadt Sinzing seit acht Jahren, die zu diesem Zeitpunkt eine eigene GbR gegründet und eine kleine Anzahl leerstehender Gewerbeflächen angemietet hat. Die Eigentümer\*innen leerstehender Objekte konnten sich für diese Anmietung durch die Stadt bewerben, wobei ein reduzierter Mietzins anzubieten war. Für die fünf angemieteten Gewerbeflächen wählte die GbR in der Folge nach vorher festgelegten Kriterien die zukünftigen Mieter\*innen selbst aus, sodass ein direkter Einfluss auf die Branchenauswahl und somit auch die Stadtentwicklung gegeben ist.

Darüber hinaus wäre es möglich, diese Form des Projekts mit eigenen Ansätzen zu verbinden. So könnte beispielsweise eine der so angemieteten Flächen einem Zusammenschluss aus Gastronom\*innen und Schausteller\*innen für ein Pop-Up-Konzept zur Verfügung gestellt werden.

- Förderung von Gründer\*innen (Wittlich/Rheinland-Pfalz)

Eine weitere Möglichkeit ist die gezielte Förderung neuer Projekte. Der Stadt Wittlich ist es mit einem solchen Ansatz gelungen, den Leerstand zwischen 2016 und 2018 fast zu halbieren. Dieses Projekt für ein aktives Leerstandsmanagement in der Wittlicher Innenstadt mit dem Namen „Alwin“ besteht aus den drei Bausteinen „Alwin genial“, „Alwin direkt“ und „Alwin Pop-Up“.

Interessent\*innen bewerben sich mit einer Projektidee zunächst im Rahmen von „Alwin genial“ auf eine Ladenfläche, die sie für den Zeitraum von einer bis zu zwölf Wochen für die Bruttomiete von 75 Euro pro Woche anmieten und sich hier ausprobieren können. Erfolgreiche Konzepte haben dann die Möglichkeit, sich in der folgenden Phase „Alwin direkt“ darauf zu bewerben, sodass die Stadt für ein halbes Jahr die Miete komplett übernimmt. Wobei sich an diesen mietfreien Zeitraum eine vorher festgelegte reduzierte Staffelmiete anschließt. Im letzten Schritt „Alwin Pop-Up“ verhandeln die Gründer\*innen direkt mit den Eigentümer\*innen ihrer Ladenfläche und können hierbei auf Unterstützung und Beratung des städtischen Leerstandsmanagements-Büros zurückgreifen.

Andere Städte unterstützen die Ansiedlung neuer Konzepte dadurch, dass sie Gründer\*innen wie die Stadt Sebnitz mit einem Begrüßungsgeld von bis zu 10.000 Euro fördern oder ihnen wie die Stadt Alsfeld über Förderungen ein mietfreies Quartal ermöglichen.

Darüber hinaus bietet sich in diesem Bereich die Kooperation mit der ansässigen Start-up Branche, Hochschulen und dem bereits existierenden [Entrepreneurship-Hub](#) an. Dieser unterstützt Studierende, Alumni und wissenschaftliche Mitarbeiter\*innen der Ostfalia Hochschule, der TU Braunschweig und der HBK Braunschweig, die ein eigenes Unternehmen gründen wollen. Andere Städte haben gezeigt, dass regionale Versicherungsunternehmen mit der Entwicklung eines eigenen Produktes für Zwischennutzer\*innen als temporäre Mieter\*innen von leerstehenden Ladenlokalen sehr hilfreich sein können.

In Braunschweig existiert seit 2007 ein Gründerfond, mit dem die Gründung oder der Erwerb eines Unternehmens mit bis zu 7.500 Euro gefördert werden kann. Diese Fördermaßnahme könnte in Anlehnung an das Wittlicher Format „Alwin“ genutzt und ausgeweitet werden.

## Baustein 4 – Entwicklung eines tragfähigen Zukunftskonzepts für die Innenstadt:

Haben sich die ersten beiden Bausteine noch mit den Maßnahmen beschäftigt, die zum großen Teil auf dem bisherigen Konzept der Innenstadt aufbauen und eine erste Reaktion auf die beschriebenen Probleme darstellen, sollen in Baustein 4 die weitergehenden Ansätze vorgestellt werden, um die Innenstadt auch unter den geänderten Rahmenbedingungen wieder zukunftsfähig zu machen. Nicht alle Flächen werden sich über die bereits dargestellten Konzepte einer neuen

**alwin pop-up**

Dein Laden auf Zeit!

Unter dem Baustein **alwin pop-up** kannst du deinen Laden für 1 - 12 Wochen ausprobieren. Wir suchen einen Laden für Dich. Du zahlst dafür 75 Euro/Woche (Kosten sind inkl. Miete, Nebenkosten und Mehrwertsteuer).  
Einzigste Bedingung: Öffnungszeiten!

Interesse? **Dann ruf uns an!**

Die pop-up Galerie: Impressionen umgesetzter Konzepte

**\*Neue Konzeptidee für alwin pop-up Store gefunden!\***

psssst - wir verraten noch nicht viel, außer: Ab Februar 2021 wird voraussichtlich für ca. 8 Wochen ein neues pop-up Konzept die Räumlichkeiten in der Trierer Str. 16 (ehem. Lucie Schneider) am Pariser Platz einziehen! More news coming soon...

*Abbildung: Projekt „Alwin“ mit freundlicher Genehmigung der Stadt Wittlich.)*

Nutzung zuführen lassen, sodass es eben dieser weitergehenden Ansätze bedürfen wird. Einige dieser Ansätze hiervon werden in Braunschweig in Teilen schon verfolgt oder sind in der Diskussion. Jedoch bedarf es aus unserer Sicht eines tragfähigen Gesamtkonzepts zur aktiven Gestaltung der Braunschweiger Innenstadt. Sowohl für einige kleinere inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte als auch für große Ladenflächen müssen Lösungen zur Folge- oder Umnutzung gefunden werden. Im Folgenden möchten wir die wesentlichen Kernpunkte wiederum an Beispielen vorstellen.

### **Ermöglichung von Folge- und Umnutzungen**

Wie eingangs in der Beschreibung der derzeitigen Entwicklungen dargestellt, sind gleichzeitig drei wesentliche Ankerpunkte von Innenstädten unter Druck geraten. So drohen nicht nur große Flächen der Warenhäuser wie Galeria Kaufhof oder Karstadt, sondern auch viele Ladenflächen in Fußgängerzonen vor allem durch die Schließung von Filialen großer Ketten leer zu stehen. Eine ähnliche Entwicklung ist bei den traditionellen Einkaufspassagen zu beobachten. Aus all diesen Entwicklungen folgt notwendigerweise ein steigendes Angebot an Verkaufsflächen, für die derzeit keine adäquate Nachfrage besteht. Baustein 3 beschreibt Ansätze, wie gegebenenfalls einige dieser Verkaufsflächen neuen Ladenkonzepten zugeführt werden können. Gleichzeitig wird es aber auch Konzepten zu Folgenutzungen abseits der klassischen Verkaufsfläche bedürfen. Für eine Stadtentwicklung der Zukunft sind neben Fördermitteln, die als Unterstützung dienen können, vor allem Investitionen von möglichst vielen Eigentümer\*innen, Vermieter\*innen, Fondsgesellschaften sowie neuen Investor\*innen notwendig und unvermeidbar. Hierbei ist auch die Anpassung der Miethöhe ein wichtiges Werkzeug, weil hier verschiedene Modelle mit zeitlicher Begrenzung möglich sind, die Anreize schaffen, um neue Nutzungen anzusiedeln.



*(Foto: iStock.com, Pekic)*

Als tragfähige Folgenutzungsvarianten haben sich in anderen Städten folgende Ansätze entwickelt, die wir im Folgenden unsortiert als Ideenliste aufzählen:

- **Co-Working-Konzepte:** Da auch durch Corona der Trend zum dezentralen Arbeiten weiter anhält, werden auch Co-Working-Konzepte wie bereits in den Großstädten zu beobachten in die Innenstädte drängen. Hybride Lösungen von Co-Working-Plätzen im Obergeschoss mit frei zugänglichen Cafés im Erdgeschoss stellen eine besondere Lösung für die Innenstadt dar. Da es auch Co-Working-Großanbieter\*innen mit Filialen gibt, könnten diese gezielt als Mieter\*innen akquiriert werden.
- **Neue Ladenkonzepte:** In vielen Fällen stellen die teils sehr großen Ladenflächen ein Problem für die Weitervermietung dar. Als Antwort hierauf haben sich in der jüngsten Vergangenheit mehrere Konzepte bewährt. Zum einen ist es möglich, größere Flächen zu unterteilen und auf diese Weise mehrere kleine Händler\*innen oder Pop-Up-Konzepte auf einer Fläche unterzubringen. Zum anderen gibt es den Ansatz, solch große Flächen als Präsentationsfläche mehrerer Anbieter\*innen zu nutzen, die nur einzelne Exemplare zur Ansicht und Anprobe vorhalten und die gekaufte Ware den Kund\*innen direkt nach Hause senden. Dieser Ansatz ist besonders deswegen interessant, weil er die Möglichkeit bietet, vorhandene Mietpreise umzulegen und eine vergleichbare Gesamtmiete zu erzielen.
- **Ansiedlung eines Mini-Baumarktes in der Innenstadt** wie dem Baumarkt Horst in Hamburg. Eventuell sind auch Konzepte mit bestehenden Baumarktketten interessant. Da Wohnen in der Innenstadt immer beliebter wird, könnten neben Supermärkten auch kleinere Baumärkte auf Nachfrage in der Innenstadt stoßen. Auch verfolgt IKEA neuerdings das Konzept, mit kleineren Geschäften direkt in der Innenstadt vertreten zu sein.
- Auch das Thema Markthalle hat sich bereits in vielen Innenstädten wie unter anderem Freiburg oder Kopenhagen bewährt und bedient den Trend zu

regionalen Produkten und neuartigen Food-Konzepten und kann für eine unmittelbare Steigerung der Aufenthaltsqualität sorgen.

- Wiederbelebung großer Magnet-Kaufhäuser durch breite Angebotsaufwertung: Für die Nutzung großer Flächen haben Inverstor\*innen in Kiel und Hamburg neue Konzepte gestartet mit der Ansiedlung von Erlebnisgastronomie (Brauerei), Trainingszentren (Sport) in Form von E-Sport, Computerspielen, Platz für Wettkämpfe und Fernsehübertragungen. Auch ein Podcast-Studio, kleine Lounges und Büros/Start-ups sowie ein Fitnessbereich in den oberen Etagen und eine Whiskybar mit Ledersesseln wurden umgesetzt. In Osnabrück will man nach diesem Muster auch ein altes Galeria Kaufhof-Gebäude wiederbeleben. Bekannt ist auch das Sporthaus L & T in Osnabrück mit einem Wellenbecken und einer Tribüne für Wassersportler\*innen.
- Erlebnis-Einkauf mit ausschließlich regionalen Produkten: Als Anziehungspunkt und gleichzeitig touristisches Highlight mit positiver Auswirkung auf den kleinen Einzelhandel und Produktionsstätten/Landwirtschaft wäre folgendes Konzept denkbar: In einer groß dimensionierten Ladenfläche werden regionale Produkte aller Händler ausgestellt und an Tresen erlebbar gemacht, in dem Schauspieler\*innen diese Produkte den Besucher\*innen anbieten und dazu erzählen bzw. dem Produkt so eine Bühne geben. Durch „Sehen, Schmecken, Hören, Fühlen“ mit hochwertiger Ausstattung (Beleuchtung, Inneneinrichtung usw.) und Marketingkonzept kann ein solches Projekt unter einem guten Motto eine große Bekanntheit finden und Ziel für Erstbesucher\*innen (Touristen) und Unterhaltungssuchende sein.
- Die Innenstadt als der zentrale Ort einer Stadt besitzt gerade auch vor dem Hintergrund der hier entstehenden neuen Konzepte zu Wohnen, Arbeiten und Leben eine besondere Anziehungskraft auf die junge Generation. Diese Entwicklung lässt die Innenstadt für Unternehmen interessant werden, die gerade dieses Image bedienen möchten. So könnten große Unternehmen der Region in der Innenstadt Flächen anmieten, um hier nicht nur neueste Produkte und Entwicklungen vorzustellen, sondern auch Mitarbeiter\*innen besonders attraktive, zentrale Arbeitsplätze zu bieten.
- Aufgrund der demografischen Entwicklung und der veränderten Lebensweise der älteren Bevölkerung erscheint auch eine Umnutzung zu seniorengerechtem Wohnraum, möglicherweise mit Seniorenangeboten im EG (Therapie, Seniorenfitness, Aufenthaltsräume) als sehr sinnvolle Variante.
- Schaffung einer gut ausgestatteten und angenehm dekorierten Ladenfläche mit Umkleidekabinen und Präsentationsflächen, die gleichzeitig eine Postadresse für Paketlieferungen ist, eventuell mit kleiner angeschlossener Gastronomie wie einem Café. Hier können Kleidungsstücke anprobiert und bei Nichtgefallen direkt zurückgesendet werden. Ein solches Konzept wurde in Helsinki erfolgreich umgesetzt.
- Ein niederländisches Konzept stellt Kästen in Schaufenstern zur Verfügung und profitiert von der Besucherfrequenz in den Innenstädten. In diesen Kästen können



Anbieter Ware mit einem dazugehörigen QR-Code installieren, über den die Ware direkt bestellt werden kann.

- Die Umnutzung von Teilen der Gewerbeflächen in Wohnflächen in der Fußgängerzone bringt in der Folge auch eine Nachfrage an Waren des täglichen Bedarfs und damit ebenfalls eine neue Ansiedlungsstruktur mit sich. Das hat sich in anderen Städten bereits gezeigt. Bei einer Anpassung des Baubestands in der Innenstadt (Umwandlung zu Wohnraum) scheint eine Bedarfsermittlung für eine Anpassung an Alters- und Familienstrukturen sinnvoll.
- Beispiel „Piazza“: Die Tatsache, dass sich in Deutschland die Freizeit- und Einkaufskultur erheblich verändert, hat Michael Otto (Aufsichtsratsvorsitzender und früherer, langjähriger Vorstandsvorsitzender der Otto Group) gen Süden schauen lassen. Otto plant, in anderen Städten gegen Leerstand seine eigene Vision zu verwirklichen: mit Investitionen zur Schaffung einer italienisch anmutenden „Piazza“ als Mittelpunkt der Fußgängerzonen in deutschen Großstädten. Dort sollen familienfreundliche und seniorengerechte Wohnmöglichkeiten geschaffen werden, zudem ein Mix aus Manufakturen, Handwerksunternehmen und Händler\*innen sowie Unterhaltung und kleine Bars und Cafés in einem entsprechend anmutend gestalteten Umfeld.
- Differenzierung der Miethöhe: Michael Otto publizierte im November 2020 eine weitere Idee. Je nach Unternehmensbranche und Größe könnten in den Ladenflächen der Fußgängerzonen unterschiedlich hohe Mieten verlangt werden, um auch eine gemischte Ansiedlung und Angebotsbreite zu ermöglichen. In Shoppingcentern sei eine solche Differenzierung bereits üblich, in Fußgängerzonen könnte diese hilfreich sein.
- Ein weiterer Trend ist die Ansiedlung von unterschiedlichen Geschäften und Dienstleistungen, die einem besonderen Oberthema wie Seniorenbedarf oder Luxus untergeordnet sind. Für Braunschweig wäre auch eine „Studentengasse“ mit Angeboten für junge Leute denkbar. Auf diese Weise könnten „Mottostraßen“ entstehen. Das bedarf allerdings einer aufwändigen gemeinschaftlichen Planung inklusive einer tragfähigen Marketingstrategie.
- Für leerstehende Einkaufspassagen sind bisher auch in der Literatur nur wenige Lösungen beschrieben. Die Betreiber\*innen großer Einkaufspassagen verfolgen jedoch mittlerweile den Ansatz, erfolgsversprechende Erkenntnisse hinsichtlich der Kundenbedürfnisse aufzunehmen und investieren in einen neuen Branchenmix mit inhabergeführten Geschäften, etablieren neue gastronomische Angebote und versuchen die Verweilqualität beispielsweise durch die Schaffung dritter Orte und besonderer Architektur zu verbessern. Zudem kann die vorhandene häufig barrierefreie Umgebung mit vorhandenen Parkmöglichkeiten dafür genutzt werden, Zielgruppen anzusprechen, die hierauf besonders angewiesen sind. So verfolgt beispielsweise die Stadt Offenburg seit August 2019 ein Projekt, in dem spezielle Einkaufsrollatoren verliehen werden. In Verbindung mit weiteren senioren- und behindertengerechten Angeboten wie Bankfilialen oder Geschäften für diese Zielgruppen könnte ein tragfähiges Gesamtkonzept entstehen.

- Einige Städte verfolgen bewusst das Planungsziel, Hinterhöfe und offene Passagen als Oasen mit Grünflächen, Brunnen und Bänken als Aufenthaltsort umzugestalten, machbar z. B. mit nächtlicher Schließung aus Sicherheitsgründen. Vorstellbar: Passage Kleine Burg.
- Darüber hinaus sind für Braunschweig als Stadt der Wissenschaft Konzepte interessant, die die Forschung und Lehre in die Innenstadt einbinden und sichtbar machen. Hierbei ist beispielweise die Schaffung eines Innenstadtcampus mit der TU Braunschweig denkbar oder die Eröffnung von Ateliers und Ausstellungsflächen der Hochschule für bildende Künste. Auch könnten Kooperationen mit kulturellen Institutionen wie dem Staatstheater für leerstehende Flächen angestoßen werden.
- Des Weiteren gibt es interessante Ansätze aus anderen Städten wie Berlin, dass neben hochschulischen Einrichtungen auch Kitas in der Innenstadt angesiedelt werden. Eine zusätzliche, geförderte temporäre Kinderbetreuung für einkaufende Stadtbesucher\*innen wäre ebenfalls denkbar. Für die Innenstadt spricht vor diesem Hintergrund vor allem die gute Verkehrsanbindung. Gleichzeitig bringen solche Konzepte Leben und Publikumsverkehr in die Stadt und sorgen mit der Schaffung von neuen Angeboten wie Kinderspielplätzen für eine Erhöhung der Aufenthaltsqualität.
- Kommunale Träger können Standorte in die Fußgängerzone verlagern, wobei Bildungsorte auch als zentrale Begegnungs- und Kulturorte fungieren können.
- Gleichzeitig würde sich die Schaffung eines Erlebnismuseums anbieten, das ähnlich dem Phaeno in Wolfsburg mit einem auf Braunschweig zugeschnittenen Themenkomplex aus Forschung und Wissenschaft beispielsweise in Kooperation mit der PTB, dem Helmholtz-Institut, dem Johann Heinrich von Thünen-Institut und dem Forschungsflughafen aufwartet. Vielleicht sollte bei Bereitschaft der Eigentümer\*innen geprüft werden, inwieweit Standorte wie die Galeria Kaufhof oder Karstadt Gewandhaus dafür in Frage kommen könnten und auf welche Weise hier die erforderlichen Mietzahlungen erwirtschaftet werden könnten.

Neben diesen Ansätzen stellt auch die Umnutzung von Flächen einen wichtigen Baustein der Innenstadtgestaltung dar. Wie bereits dargestellt, wird die Innenstadt seit einiger Zeit nicht nur als Ort des Einkaufens, sondern auch des Wohnens und Lebens angesehen, sodass vor dem Hintergrund steigender Nachfrage auch vermehrt Wohnraum in der Innenstadt nachgefragt wird und sie so eine Reurbanisierung erfährt. Auch bieten sich hybride Konzepte an, die beispielsweise Wohnen in den oberen Geschossen und modernes Arbeiten im Erdgeschoss anbieten. Ein weiterer Bereich ist die Umnutzung von bisherigen Verkaufsflächen in Gastronomie. So lässt sich in den vergangenen Jahren beobachten, dass neben Cafés auch neue gastronomische Konzepte ihren Weg in die Innenstädte gefunden haben. Dieser Trend wird weiter anhalten, wenn neben der Digitalisierung der Arbeit auch der Wohnraum in der Innenstadt weiter zunimmt. Auch ist als Alternative zu Amazon eventuell die Schaffung einer regionalen Einkaufsplattform wie z. B. Shoptimist denkbar, bei der in der Suchfunktion die Verfügbarkeit einzelner Artikel in ansässigen Geschäften angezeigt wird.

## **Baustein 5 - Schaffung der richtigen Rahmenbedingungen:**

Damit ein solcher Wandel angestoßen werden kann, sehen wir bei der Verwaltung vor allem die Aufgabe, die richtigen Rahmenbedingungen und Anreize zu schaffen. Es wurde bereits in Baustein 3 dargestellt, welche Anreize dies hinsichtlich des Umgangs mit Leerstand sein können. Darüber hinaus halten wir folgende Aufgaben für essenziell, auf die die kommunale Verwaltung in Zusammenarbeit mit der Landesregierung einen direkten Einfluss ausüben kann:



*(Grafik: iStock.com, Andrey Popov)*

### **Bereitstellung von Fördermitteln**

Einige der vorgestellten Maßnahmen werden direkt oder indirekt auf Fördergelder angewiesen sein. Wir schlagen vor, dass eine politische Diskussion im Rat der Stadt Braunschweig angestoßen wird, ob zusätzlich zu der Forderung auf ein landesweites Förderprogramm auch kommunale Förderungen unter Leitung der Braunschweig Zukunft sinnvoll sein können und wie die Ausgestaltung im Detail sinnhaft ist. Braunschweigs Oberbürgermeister hat in

einer [Pressemitteilung am 10. Dezember 2020](#) bekannt gegeben, dass er sich gemeinsam mit dem Städtetag für derartige Fördermittel gemäß dem Vorbild aus NRW einsetzen möchte. Das Bundesland NRW bietet beispielsweise seit Juli 2020 ein „Sofortprogramm Innenstadt 2020“, welches vier Interventionsfelder umfasst und eine Gesamtfördersumme von 70 Millionen Euro aufweist und neben der Anmietung von Mietflächen bis zu 300 Quadratmeter unter Voraussetzung der Mietreduzierung auch ein Unterstützungspaket für Einzelhandelsgroßimmobilien enthält. Hier werden unter anderem Machbarkeitsstudien, Gutachten und Planungen zu Nachnutzungskonzepten unterstützt. Darüber hinaus haben die Städte und Gemeinden im Verfügungsprogramm Anmietung für einen Zeitraum von zwei Jahren die Möglichkeit, leerstehende Gewerbeflächen mit bis zu 300 Quadratmeter anzumieten und neue Nutzungskonzepte zu etablieren. Solche Maßnahmen müssen auch im Angesicht fallender Gewerbesteuererinnahmen finanziert werden. Mittlerweile gibt es politische Diskussionen darüber, ob beispielsweise der Onlinehandel gezielt besteuert werden soll. Sollten solche Pläne umgesetzt werden, könnten diese Einnahmen beispielsweise zielgerichtet für solche Förderungen eingesetzt werden. Die Bereitstellung von Fördermitteln, die Zusammenarbeit von Investor\*innen und mehr Flexibilität bei Entscheidungen und Verfahren sind wichtige Voraussetzungen zur Wiederbelebung der Innenstadt.

### **Städtische Fördermittel unserer Nachbarstädte:**

Auch umliegende Städte haben schon auf Leerstände reagiert und Fördermittelkonzepte geschaffen, an denen sich Braunschweig orientieren kann: Die Stadt Salzgitter hatte bereits 2013 für ausgewählte Innenstadtbereiche eine Förderung des inhabergeführten Einzelhandels in zentrumsrelevanten Branchen bei Neugründung in Höhe von 50 Prozent der Nettokaltmiete (höchstens 500 Euro) für sechs Monate eingeführt. Die Stadt Wolfenbüttel fördert die Ansiedlung von Einzelhandelsunternehmen und Gastronomiebetrieben in der Innenstadt mit einem nicht rückzahlbaren Zuschuss bis zu 10.000 Euro (50.000 Euro jährliche Gesamtverfügung je nach Haushaltslage). Außerdem

gibt es in Wolfenbüttel ein Programm zur Förderung der Reduzierung von Leerstand durch Schaffung von bezahlbarem Wohnraum in der Innenstadt.

### **Nutzung vorhandener Fördermittelstrukturen**

Es sollte stets überprüft werden, inwieweit bereits vorhandene oder neu aufgelegte Fördermittel von Land und Bund, sowie europäische Fördermittel, Wettbewerbe oder Zuschüsse beantragt und verwendet werden könnten. Ein Beispiel hierfür ist das Städtebauförderungsprogramm der letzten Jahre „lebendige Zentren – Erhalt und Entwicklung der Orts- und Stadtkerne“ oder der seit 2007 in Braunschweig bestehende Gründerfonds.

### **Weiterentwicklung eines Innenstadtkonzeptes**

Braunschweig hat bereits in der Vergangenheit bewiesen, dass es sich an neue Herausforderungen erfolgreich anpassen kann und ist auch gerade deswegen in den letzten Jahrzehnten als Oberzentrum so erfolgreich gewesen. Wie eingangs dieses Konzepts bereits dargestellt, hat Braunschweig viele Stärken, auf die auch im Wandel aufgebaut werden kann. So existiert ein modernes Stadtmarketing, das nicht zuletzt auch dafür gesorgt hat, dass Einkaufen in Braunschweig als Erlebnis wahrgenommen wird und neue Konzepte angestoßen werden. Gleichzeitig findet in Braunschweig seit langem ein enger Dialog zwischen Vertreter\*innen der Innenstadt, dem AAI, dem Arbeitsausschuss Tourismus Braunschweig e. V. (ATB), der Industrie- und Handelskammer (IHK), dem Handelsverband Harz-Heide e. V. und den Dezernent\*innen der Stadt statt. So wird der AAI bei innenstadtrelevanten Themen wie beim Integrierten Stadtentwicklungskonzept, dem Stadtbahnausbaukonzept oder der branchenübergreifenden Logistik- und Mobilitätsstudie proaktiv von der Stadtverwaltung eingebunden. Der AAI-City-Check hat in der Vergangenheit bereits Handlungsbedarf in der Innenstadt sichtbar gemacht. Genau diese funktionierenden Netzwerke unter Einbindung weiterer Akteure sind nun wichtig, um gemeinsam ein tragfähiges Konzept zu entwerfen und voranzubringen. Ein solch weiterentwickeltes Innenstadtkonzept, welches den aktuellen Herausforderungen gerecht wird, könnte sich unserer Meinung nach an folgenden Eckpunkten orientieren:

### **Weitere Stärkung des Innenstadterlebnisses**

Die aktuelle Forschung beschreibt eine zweiteilige Entwicklung. Zum einen gibt es den Trend hin zum lokalen Einkauf von Verbrauchsgütern. Hierfür werden die Menschen sich nur sehr selten extra in die Innenstadt begeben. Auf der anderen Seite gewinnt die Erlebnisseite des Einkaufs weiter an Bedeutung. Hiervon profitieren gerade Metropolen wie Hamburg, Frankfurt oder Berlin, in denen das Einkaufserlebnis mit einer Kombination aus Sightseeing, Gastronomie- und Kulturerlebnis aufgewertet werden kann. Großstädte wie Braunschweig befinden sich genau zwischen diesen beiden Entwicklungen und müssen hierauf ihre eigenen Antworten finden. Hieraus wird sichtbar, dass die Stärkung des Einkaufserlebnisses, wie in Braunschweig praktiziert, ein wichtiger Bestandteil einer solchen Strategie ist. Eine weitere Strategie ist die Erhaltung und Verschönerung des Stadtbildes bis hin zum Wiederaufbau historischer Gebäude, um mit einem attraktiven Stadtbild das Einkaufserlebnis aufzuwerten. So hat beispielsweise die Stadt Solingen ein Hof- und Fassadenprogramm und einen Verfügungsfonds für engagierte Eigentümer\*innen in der Innenstadt aufgelegt. Ein ähnliches Konzept wird in der Stadt Wittingen verfolgt. Anders machte es die Stadt Wien, die 20.000 Kletterpflanzen an Hauseigentümer\*innen zur Begrünung von Hauswänden und zur Verbesserung des Stadtklimas verteilt hat.

Zudem werden Veranstaltungen in der Innenstadt wie der Weihnachtsmarkt oder auch über die Stadt verteilte Aktionen wie der Braunschweiger Lichtparcours weiterhin ein wichtiger Bestandteil sein. Gleichzeitig sollten neue Konzepte entwickelt und ausprobiert werden. Eine Unterstützung der Anlieger\*innen beispielsweise bei der Finanzierung der Weihnachtsbeleuchtung in der Fußgängerzone wäre ebenfalls wünschenswert. Üblich sind bei Stadtentwicklungskonzepten ferner auch solche Projekte, die zunächst unrentabel sind, aber die Innenstadt erlebbarer, bunter bzw. besonders machen.

### **Erhöhung der Aufenthaltsqualität**

Die Aufenthaltsqualität der Innenstadt gewinnt immer mehr an Bedeutung. Dies stellt aus unserer Sicht einen Aspekt dar, in dem Braunschweig besonderes Potenzial besitzt, sich zu verbessern. Braunschweig verfügt zwar bereits über eine große autofreie Fußgängerzone, die jedoch verhältnismäßig wenig Grünflächen und Plätze zum Verweilen besitzt. Die gerade veröffentlichte Online-Umfrage der Stadt mit dem Titel „Freiräume in Braunschweig“ hat dies näher untersucht und kam zu folgendem Ergebnis: 99,4 Prozent der Befragten sprachen sich dafür aus, dass Grün- und Freiflächen sich positiv auf das Stadtklima auswirken. Vor diesem Hintergrund schätzten fast 40 Prozent der Befragten das Angebot in Braunschweig qualitativ als unzureichend ein. Die Quantität der vorhandenen Grün- und Freiflächen wurde sogar von der Hälfte als unzureichend bewertet. Es bestehen bereits Bestrebungen, das Stadtgrün und Aufenthaltsorte wie z. B. am Löwenwall zu verbessern, jedoch besteht hier eindeutig weiterer Handlungsbedarf. Dieser Handlungsbedarf besteht besonders auch vor dem Hintergrund der fortschreitenden Klimaerwärmung, die ein Aufheizen von Innenstädten, die über einen hohen Anteil versiegelter Plätze und Fußgängerzonen verfügen, im Sommer begünstigt. Dies hat zuletzt die kontroverse Diskussion um die geplante Neugestaltung des Hagenmarkts gezeigt. Dieser Aspekt sollte bei der weiteren Stadtentwicklung und -gestaltung aus unserer Sicht zwingend berücksichtigt werden. Zudem sollten im Rahmen der vom AAI generell begrüßten, bereits von der Politik angestoßenen, Debatte zur Schaffung innerstädtischer Pocket-Parks und zusätzlicher Grünflächen stets die unterschiedlichen Nutzungsansprüche der Freiräume beachtet werden (Parkplätze, Außengastronomie, Veranstaltungsflächen, Sitzgelegenheiten etc.). So sollte aus Sicht des AAI am Beispiel des Parkplatzes Kannengießers Straße eine vernünftige Abwägung erfolgen und nicht die ggf. vermeintliche einfachste Lösung, den gesamten Platz in eine Grünfläche umzuwandeln, erfolgen.

Visualisierte Gestaltungsbeispiele für Braunschweig: Ringerbrunnen heute und Vision:



*(Foto li. und Animation re.: Stauth-Architekten, Braunschweig)*

Damm heute und Vision:



*(Foto li. und Animation re.: Stauth-Architekten, Braunschweig)*

Die Stadt Lüneburg hat hinsichtlich dieses Aspekts das „Reallabor Zukunftsstadt“ ins Leben gerufen. Hier werden bis zum Jahr 2023 15 Experimente zu den Themen Grünflächen, Biodiversität, Gesundheit, Wohnen und Wohlfühlen, Füreinander und Miteinander, lokales Einkaufen und Mobilität umgesetzt. Wir schlagen vor, beispielsweise in Kooperation mit dem Studiengang Architektur der TU Braunschweig und dem Studiengang Stadt- und Regionalmanagement der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften in Wolfenbüttel ein ähnliches Konzept zu erarbeiten. Gleichzeitig finden Konzepte wie im Münchener Stadtteil Sendling immer mehr Zuspruch, wo ein kanalisierter Stadtbach wieder an die Oberfläche der Fußgängerzone geholt werden soll. Das Gegenstück hierzu könnte die Einbindung der Oker an den Friedrich-Wilhelm-Platz sein, sodass in Verbindung mit der Änderung der derzeitigen Verkehrssituation ein innenstädtischer Platz am Wasser geschaffen werden könnte.

Als wesentlicher Bestandteil einer hohen Aufenthaltsqualität gelten mittlerweile sogenannte Dritte Orte, die mit ihren Grünflächen, schattenspendenden Bäumen oder besonderen Sitzgelegenheiten wie Oasen in der Innenstadt zum Verweilen und Entspannen einladen. Auch können solche Dritten Orte mit klassischen Konzepten wie Kinderspielflächen verbunden werden, wodurch Elternteile mit Kindern die Möglichkeit haben, sich in der Innenstadt aufzuhalten und diese zu beleben. So könnte beispielsweise in Anknüpfung an die Löwenstadt ein Löwenspielplatz gerade dort entstehen, wo bisher attraktive Konzepte fehlen, und so auch neue Anreize für die Ansiedlung von Cafés oder inhabergeführten Kindergeschäften setzen. Die Stadt Wien ist hinsichtlich der Dritten Orte ein anderes Konzept gegangen und hat sich für die Aufstellung eines Pop-Up-Pools direkt in der Innenstadt entschieden, der im Sommer zum Verweilen einlädt.

### **Kooperation von Städten**

Wie bereits bei Baustein 1 erwähnt, ist der Zusammenschluss von Interessen sinnvoll. Wir haben in diesem Konzept bereits einige der Maßnahmen anderer Städte aufgegriffen und vorgestellt. Aus unserer Sicht ist es sinnvoll, über die bestehenden Kooperationen mit anderen Städten, wie sie IHK und Handwerkskammer bereits betreiben, den Erfahrungsaustausch fortzuführen. So steht beispielsweise Lüneburg mit seiner Innenstadt ähnlichen Herausforderungen gegenüber und bildet zudem mit Braunschweig eine Handwerkskammer. Wir halten es aus diesem Grund für sinnvoll, hier eine Zusammenarbeit zu intensivieren, sodass Konzepte gemeinsam entwickelt und umgesetzt werden können.

## Bürgerbeteiligung

Generell ist es notwendig, sich in dem Gesamtprozess um Formen der Bürgerbeteiligung Gedanken zu machen. Die Braunschweiger Wirtschaftsförderung hat hier bereits erste Schritte getan und neben der Plattform [www.braunschweig.de/innenstadtdialog](http://www.braunschweig.de/innenstadtdialog), eine zentrale E-Mailadresse [innenstadtdialog@braunschweig.de](mailto:innenstadtdialog@braunschweig.de) zum Innenstadtdialog eingerichtet sowie in der [Pressemitteilung vom 20.11.2020](#) eine aktive Bürgerbeteiligung angekündigt. Ein interessantes kreatives Beispiel für direkte Bürgerbeteiligung ist auch das Projekt „Spielplatz-Sparen“, das von der Stadtparkasse Gevelsberg-Wetter in NRW als Produkt aufgelegt wurde. Mit Bürgerbeteiligung wurde so ein Spielplatz als Treffpunkt für junge Familien in der Fußgängerzone geschaffen. Es könnte beispielsweise für Braunschweig geprüft werden, ob ein Kleinkinderspielplatz am Domplatz nahe der Touristinfo gebaut werden könnte oder ein anderer Standort in Frage kommen würde.



(Foto iStock.com, querbeet)

## Stadtspezifische Besonderheiten

Grundsätzlich gewinnen gerade für die Attraktivität von Großstädten solche Innenstadtbereiche an Bedeutung, die ein besonderes Maß an Authentizität besitzen und dies idealerweise mit regionalen Produkten, inhabergeführten Händler\*innen und Gastronomien sowie Möglichkeiten der Entschleunigung verbinden. Gerade das Magniviertel und das Kultviertel in Braunschweig zeigen, dass dies eine Mischung ist, die diese Viertel mit den neuen Herausforderungen teils besser umgehen lässt als weite Teile der restlichen Innenstadt.

Da der Wandel auch am Bohlweg durch Leerstände sichtbar wird, kann hier über eine Neugestaltung mit verschiedenen Maßnahmen nachgedacht werden, welche das Stadtbild an diesem wichtigen Punkt deutlich verbessern und außerdem die Investor\*innen darin unterstützen könnten, dass ihre aufwändigen Projektentwicklungen nachhaltig sind. Das beinhaltet möglicherweise auch eine neue Diskussion über die Bohlwegsatzung. Die Problematik der teilweise alten Nachkriegsfassaden am Bohlweg könnte mit gezielten Marketingmaßnahmen und Fördermittelprogrammen ebenfalls in einem erneuten Versuch zur besseren Gestaltung angegangen werden, auch wenn Maßnahmen in der Vergangenheit nur bei wenigen Eigentümer\*innen Anklang fanden. Hierfür könnten eine stärkere Visualisierung und konkrete Vorschläge mit ausführenden Unternehmen und vorkalkulierten Angeboten bereitgestellt werden.

Wir glauben, dass auch eine Lösung für die zeitliche Verbesserung von Denkmalschutz- und Brandschutz-Entscheidungen gefunden werden sollte. Über die Veränderung denkmalgeschützter Gebäude mit dem Ziel einer langfristigen Nutzung sollte im Rahmen des Zumutbaren im Einzelfall nachgedacht werden. Auf die besondere Wichtigkeit von authentischen Bereichen in den Innenstädten haben wir bereits hingewiesen, die kann hier zu Interessenskonflikten führen.

Den Großinvestoren z. B. des Galeria Kaufhof-Gebäudes sollte man etwas Zeit geben, sich selbst um eine sinnvolle Nutzung Gedanken zu machen. Auch vor dem Hintergrund, dass eventuell Fördermittel für Planungsvarianten vom Land Niedersachsen noch auf den Weg gebracht werden und somit der Gesamtprozess der neuen Stadtentwicklung gerade erst beginnt.

### **Berücksichtigung von Trends der Zukunft**

Die Entwicklungen in den Innenstädten werden gleichzeitig von großen Trends überlagert, die Berücksichtigung finden sollten. Wie bereits angeklungen, gibt es eine deutliche Entwicklung zu einer grüneren und nachhaltigeren Innenstadt. Dies betrifft zum einen das große Thema *Mobilität* und die Fragestellungen, wie und mit welchen Verkehrsmitteln die Menschen in die Innenstadt gelangen und sich dort fortbewegen. Unterstützt wird dies durch das Aufkommen der *Share Economy*, die als Kerninhalt das Nutzen und Teilen anstatt des Besitzens hat. Ein modernes Innenstadtkonzept sollte dies berücksichtigen und von den neuen Möglichkeiten der Mobilität wie Car Sharing oder elektrisch betriebene Fortbewegungsmittel profitieren. Auch die Schaffung von Lademöglichkeiten für Autos und Fahrräder wird weiter an Bedeutung gewinnen. Fahrradfreundliche Städte haben gute Erfahrungen mit der Bereitstellung von überdachten Rad-Abstellplätzen und Angeboten für die Bedürfnisse von Fahrradfahrer\*innen gemacht. Ein solches Projekt, das die Chancen der Mobilität der Zukunft mit einer Verbesserung der Aufenthaltsqualität verbindet, plant zum Beispiel derzeit die Stadt Eltville, die parallel zu besonderen Radverkehrsprojekten die Verbesserung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt durch Ruhezonen sowie zusätzliche Brunnen und Wasserstellen anstrebt. Vom Regionalverband Großraum Braunschweig existierte 2020 zu diesem Thema der Fördermittelauftrag unter dem Motto „Rauf aufs Rad“ mit dem Ziel der Stärkung und Weiterentwicklung der regionalen Radmobilität.

Gleichzeitig verfügt Braunschweig im Gegensatz zu vielen anderen Städten bereits über eine weitestgehend verkehrsfreie Kerninnenstadt. Trotzdem sollte auch in der Zukunft über eine stets gute Erreichbarkeit und Parkmöglichkeit für jene nachgedacht werden, die mit dem PKW privat, beruflich oder touristisch die Stadt besuchen. Ein Zielkonflikt bei der Mobilitätswende kann nur mit Berücksichtigung aller Interessen vermieden werden. Eine gute Verkehrsführung und Bereitstellung von Parkplätzen erhöht nachweislich die Besucherzahlen im Einzelhandel. Wir denken, dass auch im Zuge der angesprochenen Entwicklungen ein Konzept möglich ist, das die Chancen der neuen Mobilität aufgreift und die guten Voraussetzungen in Braunschweig weiterentwickelt. So ein Konzept sollte die verkehrliche Erreichbarkeit als eines der wichtigen Merkmale einer Innenstadt berücksichtigen und unter dieser Voraussetzung Bereiche identifizieren, die aus Sicht der Mobilität und Aufenthaltsqualität neu gedacht werden können. In Braunschweig stellt beispielsweise der Friedrich-Wilhelm-Platz mit Kalen- und Bruchtorwall einen solchen Bereich dar, der verkehrspolitisch umgedacht werden kann und gleichzeitig eine Zugangsmöglichkeit zur Oker geschaffen werden könnte. Auch kann über den Ausbau kostenloser „Park & Ride“-Varianten sowie ein generell kostenloses Nutzen von öffentlichen Verkehrsmitteln nach dem Vorbild der Städte Ulm und Monheim nachgedacht werden. Solche Konzepte sind jedoch auch bereits gescheitert und bedürfen daher einer genauen Analyse der Umsetzbarkeit sowie nicht zuletzt auch der Finanzierung.



Darüber hinaus wird die Digitalisierung und die Smart City einen erheblichen Einfluss auf die Innenstädte der Zukunft haben. Braunschweig besitzt mit seinen Forschungsinstitutionen und Unternehmen der Region gute Voraussetzungen hier am Puls der Zeit zu bleiben und unterstützt mit der Initiative „Besser smart – Das Innovationsportal“ bereits Projekte, Initiativen, Forschungsvorhaben und Unternehmen der Region, die sich mit diesen Themen beschäftigen. Beispielsweise ist Braunschweig das Testfeld für automatisiertes und vernetztes Fahren im Realverkehr und wurde hierfür vom Bundesverkehrsministerium ausgewählt. Auch werden bereits smarte Angebote wie das Handyparken zusammen mit Partner\*innen der Privatwirtschaft erprobt und umgesetzt. Solche bestehenden Kooperationen eröffnen die Möglichkeit, weitergehende Ansätze und Lösungen auf zukünftige Fragen der Digitalisierung und Mobilität zu liefern. Solche Ansätze und Lösungen sollten identifiziert sowie in der Folge angestoßen und koordiniert werden.

### **Schaffung verwaltungstechnischer Voraussetzungen**

Die hier vorgestellten Konzepte und Maßnahmen sind für ihren Erfolg nicht zuletzt auf die Verwaltung angewiesen. Es bedarf neben der Entscheidung, was in welcher Form umgesetzt werden soll, der Schaffung von Anreizen für diese Veränderungen, aber auch der Vorgabe eines Rahmens. Nachdem mögliche Anreize und Förderungen bereits weiter oben vorgestellt wurden, soll abschließend noch auf die Schaffung eines Rahmens eingegangen werden, der den geeigneten Boden für Veränderungen schafft. Beispielsweise wurde mit der Novelle des Baugesetzbuches im Jahr 2007 die Voraussetzung für „Business Improvement Districts“ (BID) geschaffen – also die Möglichkeit Bereiche zu definieren, in denen Grundeigentümer\*innen und Gewerbetreibende gemeinsam versuchen, die Standortqualität durch geeignete Investitionen und Maßnahmen zu verbessern. Wir halten es für denkbar, dass auch in Braunschweig in der Zukunft solche Bereiche definiert werden könnten, in denen auf diese Weise unter Abstimmung mit den städtebaulichen Zielen der Stadt Konzepte zur Entwicklung der Innenstadt von Eigentümer\*innen und Gewerbetreibenden umgesetzt werden. Inwieweit so etwas in Braunschweig überhaupt gewünscht und aus verwaltungsrechtlicher Sicht möglich sein wird, sollte geprüft werden. Auch steht die Verabschiedung des Gesetzes des Landes Niedersachsen dazu noch aus.

Des Weiteren können auch neue Konzepte hinsichtlich der Fragen zu Öffnungszeiten von Geschäften hilfreich sein, auch wenn dies ein kontrovers diskutiertes Feld darstellt. Vor diesem Hintergrund wurde beispielsweise in NRW im Jahr 2006 ein neues Ladenöffnungsgesetz verabschiedet, das es den Händlern erlaubt, auf ihr Klientel zugeschnittene Öffnungszeiten anzubieten und individuelle und bedarfsangepasste Lösungen zu schaffen. Auch die spanische Stadt Madrid ist mit variablen Öffnungszeiten seit Jahren sehr erfolgreich.

Nicht zuletzt bedürfen viele der hier diskutierten Maßnahmen einer Genehmigung durch die zuständigen Behörden. Um diese zu erleichtern, hat beispielweise die Stadt Köln Bereiche definiert, in denen Umnutzungswünsche wie Gewerbeflächen in Wohnraum in wenigen Tagen entschieden und genehmigt werden können. Es soll jedoch nicht unerwähnt bleiben, dass Teile der hier vorgestellten Maßnahmen Nutzungskonflikte erwarten lassen, für die vorab Lösungswege geschaffen werden sollten. So wird die Schaffung von neuem Wohnraum in der Innenstadt gepaart mit dem Ruhebedürfnis der

neuen Anwohner Konflikte mit gastronomischen Betrieben und Veranstaltungen in der Innenstadt entstehen lassen.

#### 4. Unser Vorschlag zum weiteren Vorgehen

Dieses ausführliche Impulspapier mit Vorschlägen und Beispielen soll eine Grundlage für die notwendige Diskussion über die Zukunft der Innenstadt bilden, der bereits mit der Vorstellung des Konzepts "Zukunft Innenstadt" durch die Stadt und die Wirtschaftsförderung und dem ersten Innenstadtdialog ein Gesprächsrahmen gegeben worden ist. Wir sind uns bewusst, dass einige der hier vorgestellten Maßnahmen durchaus kontrovers gesehen werden können und laden alle Akteure dazu ein, sich mit eigenen Analysen der Situation, positiver und auch negativer Kritik sowie Ideen und Lösungsansätzen in diese Diskussion einzubringen.

Wir denken, dass Braunschweig in den letzten Jahrzehnten besonders vom Engagement seiner Unternehmer\*innen und Bürger\*innen, den unterschiedlichen Interessen sowie seinen Institutionen und Netzwerken profitiert hat und denken, dass gerade dies nicht nur eine Herausforderung, sondern auch ein Schlüssel zur erfolgreichen Gestaltung Braunschweigs sein wird. Wir lassen aber auch nicht unerwähnt, dass dieses Konzept vor allem auch als Augenöffner der Erkenntnis dienen soll, dass nach einer langen erfolgreichen Phase sich auch Braunschweigs Innenstadt einem Wandel ausgesetzt sieht. Einen durch die aktuellen Entwicklungen nochmals beschleunigten Wandel, auf den neue Antworten und Lösungen gefunden werden müssen und bisher erfolgreiche Konzepte nicht mehr ohne weiteres funktionieren werden. Solche Umbrüche bedürfen Lösungen und Kraftanstrengungen und nicht zuletzt auch eine Zusammenarbeit zwischen Vertreter\*innen unterschiedlicher Interessen, die in normalen Zeiten außerhalb des Möglichen liegen würden. Hierin liegt eine besondere Chance, die darauf angewiesen ist, dass alle Interessensgruppen auch vor dem Hintergrund eines bevorstehenden politischen Wahlkampfes an einer durchdachten gemeinsamen Lösung im Sinne der Stadt und Ihrer Bürger\*innen interessiert sind.

Braunschweig ist schön: Kohlmarkt im Sommer



*(Foto: iStock, venemama)*

## **Feedback erbeten, Kritik herzlich willkommen.**

Wo stimmen sie zu, was sehen Sie anders? Was haben Sie für Ideen? Wie wollen Sie sich einbringen oder was wollen Sie unbedingt loswerden?

Als zentrale Interessensvertretung der innerstädtischen Unternehmer\*innen und vielen sich für das Herz der Stadt engagierenden Firmen liegt dem AAI sehr daran, mit allen Beteiligten gemeinsam an Lösungswegen zu arbeiten. Bitte setzen Sie sich mit uns per E-Mail in Verbindung. Wir freuen uns auf weitere Anregungen.

### **Kontakt zu den Verfassern des Impulspapiers:**

Herr Dr.-Ing. Nicolas Petrek  
Frau Astrid Sabine Striese

Wir bitten der besseren Koordinierung wegen um Kontaktaufnahme per E-Mail, stehen aber auch für persönliche Gespräche zur Verfügung:

E-Mail: [ak-immobilien@aai-bs.de](mailto:ak-immobilien@aai-bs.de)

### **Über den Arbeitsausschuss Innenstadt Braunschweig e. V. (AAI):**

Der AAI ist eine rund 200 Mitglieder starke Vereinigung aus Braunschweiger Unternehmen und Kaufleuten. Zur Stärkung der Innenstadt, dem Herzen Braunschweigs, wurde der Verein 1985 gegründet. Mit ehrenamtlichem Engagement vertritt und fördert der AAI die wirtschaftlichen Interessen von Handel und Gewerbe in Partnerschaft mit der Stadt Braunschweig, dem Stadtmarketing, der IHK, dem Einzelhandelsverband und anderen. Der Verein setzt sich ein für Aufenthaltsqualität, Vielfalt, Erlebnis, Service sowie Emotionen und übernimmt soziale Verantwortung für eine starke Löwenstadt. Ehrenamtliche Vorsitzende sind Olaf Jaeschke, Inhaber der Galerie Jaeschke, und Mirko Rüsing, Geschäftsführender Gesellschafter Media Markt TV- HiFi- Elektro GmbH Braunschweig.

### **Über den Arbeitskreis Immobilien im AAI:**

Die AK Immobilien im AAI wurde 2020 als Reaktion auf den Strukturwandel in Innenstädten, der alle Beteiligten vor große Herausforderungen stellt, gegründet. Mit dem AK möchte sich der AAI als zentrale Interessenvertretung der Innenstadtunternehmer\*innen inhaltlich fokussiert für die Zukunft der Innenstadt einbringen, die Eigentümer\*innen, Verwalter\*innen vernetzen, neue Wege diskutieren und umsetzen (Pop Up, Folgenutzungen etc.).

### **Die AAI-Geschäftsstelle**

Arbeitsausschuss Innenstadt Braunschweig e.V.

Sack 17 | 38100 Braunschweig

Telefon: 0531 470-2056

E-Mail: [info@aai-bs.de](mailto:info@aai-bs.de)

Internet: [www.aai-bs.de](http://www.aai-bs.de)

## **Literatur- und Quellenverzeichnis, sowie Veröffentlichungen, die wir für unsere Recherche verwendet haben: (nach Erscheinungsdatum sortiert)**

IHK Braunschweig, Ideenpapier Handel und Corona, Handel während und nach Corona mit vereinten Kräften aufrechterhalten (13. Juli 2020)

Stadterneuerung in Klein- und Mittelstädten (Jahrbuch Stadterneuerung, Herausforderungen und Potentiale - Programme und Strategien), von Uwe Altrock, Detlef Kurth, et a, Springer Verlag (2020)

Springer Gabler, Frank Manfrahs, Citymanagement: Innenstadt-Belebung mit System - starke Zentren mit Erlebnisqualität gestalten (2019)

Springer Verlag, Breuste, Jürgen Heinz, Die Grüne Stadt, Stadtnatur als Ideal, Leistungsträger und Konzept zur Stadtgestaltung (2019)

Matthias Pösel, Aufgaben und Strukturen eines effizienten Leerstandsmanagements und deren Umsetzbarkeit, Studienarbeit aus 2017

Akademiker Verlag, Reihe Gesellschaftswissenschaften, Lucie Lommel: Leerstand im innerstädtischen Einzelhandel, Ursachen, Folgen, Maßnahmen am Beispiel der Stadt Lüdenscheid (2014)

Forschungsinitiative Zukunft Bau, Jana Reichenbach-Behnisch, Antje Fläming, Jürgen Kasek, Jens Klöckel, Eugenia Freund: „Aktivieren des Stadtzentrums von Kleinstädten durch die verknüpfte Anwendung erfolgreicher Modelle aus Großstädten und ländlichen Regionen wie innovatives Leerstandsmanagement, Installieren multipler Häuser und Förderung alternativer Wohnformen für die Generation Plus“ (Bonn 2012).

### **Quellenverzeichnis Internet:**

Braunschweig.de, Braunschweig Zukunft GmbH, Wirtschaftsförderung

Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen, Das neue Sofortprogramm zur Stärkung unserer Innenstädte und Zentren in Nordrhein-Westfalen 2020 (Juli 2020)

Die Stadtretter, Lösungen für die Innenstadt von morgen, Innovationsprojekt von Fraunhofer IAO und der Initiative Stadtretter, 2020

Businessinsider.de, Ausgabe 21.11.2020, Michael Otto hat eine Vision

Wissensplattform Stadtentwicklung Wien: Stadt und Hochschule im Dialog, Step 2025

StadtBauKulturNRW: „Einkaufsstraßen neu denken: Bausteine für neue Perspektiven“, Rolf Junker, Holger Pump-Uhlmann, 2019

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Perspektiven für eine lebendige Stadt, Mai 2017

Bundesinstitut für Bau- Stadt- und Raumforschung, Online-Publikation Nr. 23/2017, Nutzungsmischung und die Bewältigung von Nutzungskonflikten in den Innenstädten, Stadt- und Ortsteilzentren - Chancen und Hemmnisse (2017)

ZZZ.Bremen.de (Zwischenzeitzentrale Bremen)

Stadt-Marketing-Seiten der Städte: Eltville, Kiel, Köln, Lüneburg, Lünen, Mettmann, Neunkirchen, Schweinfurt, Salzgitter, Sebnitz, Solingen, Stuttgart, Wittingen, Wolfenbüttel, Wien u. a.

Urbanicom, deutscher Verein für Stadtentwicklung und Handel e. V, Dokumentation der 40. Studientagung, Mai 2017

Ergebnisbericht Mobilität in Deutschland MID 2017

Stadt Köln: schnelle Genehmigung bei Umnutzung: gemeinsames Programm mit dem Haus- und Grundbesitzerverein, das Programm „Leerstand vermeiden, Wohnraum schaffen“ Quelle: FAZ, 16.04.2014, Artikel: „Wieder Leben im Laden“ von Marcus Stölb

DSSW Publikation: Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft, Leitfaden Senioren und Innenstadt, Christine Meyer, Stephanie Scherer, 2004

Wikipedia

Die Autoren übernehmen keine Gewähr für Inhalt, Aktualität, Korrektheit und Vollständigkeit der bereitgestellten Informationen.

---

**Das Impulspapier ist in ehrenamtlicher Tätigkeit unentgeltlich entstanden.**