

# Stadt im Wandel

Städte verändern sich in der heutigen Zeit drastisch.  
Auch im Zuge des Wegfalls des klassischen Einzelhandels definieren sich Städte neu.  
Welche Stadt künftig belebt sein werden, hängt von vielen Faktoren ab

Ein Streifzug durch die Ideenlandschaft und die neuen Konzepte der Stadtentwicklung

# Zentrale Fragen für Innenstädte:

- Müssen wir den Handel in der Innenstadt ersetzen?
- Müssen wir unsere Vorstellung dessen, was eine Innenstadt ist, verändern oder gar aufgeben?
- Wenn wir uns mit “der Innenstadt“ beschäftigen: Denken wir zu sehr in althergebrachten Bahnen?
- Hilft das Bewahren des aktuellen/früheren Zustands?
- genügt das “Inhaftnehmen“ der unterschiedlichen Akteure? - „Ihr müsstet doch...“: Händler, Geschäftsleute, Immobilieneigner, Politik, Gesellschaft, ...?

# Thesen der Stadt in Zukunft

- Passanten nehmen Verödung der Innenstädte nicht pauschal wahr
- Innenstädte punkten insbesondere mit Ambiente und Flair
- Gebäude und Plätze prägen den Charakter der Innenstadt sowie Lebendigkeit und Sightseeing
- Die Währung der Zukunft heißt „Relevanz“ die z.B. durch Faktoren wie Grün, Kultur oder Architektur erreicht wird
- Menschen von heute sammeln Eindrücke nicht Dinge
- Städte müssen sich daher für die Verbesserung allgemeiner Rahmenbedingungen einsetzen
- Es gilt sich attraktiv zu machen
- Wer baut, ist baukulturell verantwortlich
- Attraktive Städte der Zukunft sind Grün, lauf- und fahrradfreundlich

# Neue Ansätze für Innenstädte

- Eine Renaissance des öffentlichen Raums findet derzeit statt
- „Cornern“ (Treffen und Sitzen an Strassenecken)
- Spontane Treffen auf Straßen, auf Plätzen und in Parks ziehen Hunderte an
- Mediterranes Lebensgefühl ist angesagt
- Draußen ist das neu Drinnen – Plätze werden zum Aufenthalt
- „Optimierung der Stadtgene“ ist wichtig – „sich für Zielgruppen schön machen“
- Einen Ausstellungsplatz Stadt schaffen – Treffpunkt Stadt – Sozialisation auf dem Marktplatz
- Stadt bietet Raum um Gesellschaft zu genießen
- Kultur ist Publikumsmagnet

# Neue Ansätze für Innenstädte

- geteilte Verantwortung ist gefragt – „Shared Places“ zur partizipativen Entwicklung werden gesucht und/oder erobert
- Kunst, Essen, Einkaufen, Sport und Miteinander zählen
- Grüne Stadt – Urban Gardening – Ökologische Inszenierung – Platzgestaltung
- Marktplätze sind Aufenthalts- Verkaufs- und Feierplätze – ausgefallene Architektur - Einzigartigkeit
- Der Kunde (Bürger, Gast) ist Lifestyltourist – demokratischer Erlebnisraum Stadt
- jeder – auch der Einwohner - ist ein Tourist auf der Suche nach Entdeckungen
- Die Stadt bietet Raum für Kunst für jeden statt Museumsräume für Eliten
- Stadt wird als Platz mit Unterhaltungsprogramm verstanden

# Neue Ansätze für Innenstädte

- Haptik, Geschmack – Menschen sehnen sich nach Authentischem!
- „Essen wird über lange Sicht das sein, was uns im Zeitalter der immer schnelleren Digitalisierung noch mit der analogen Welt verbindet.“ – René Redzepi
- Erfolgreiche Städte beantworten die Frage: Welches Bild sollen unsere Kunden von uns haben?
- Die Innenstadt wandelt sich: vom Handelsplatz – zum Einkaufserlebnis – zur Sinneswelt – zur Identifikationswelt
- Das „Warum“ ist das neue „Wohin“ - Sinn ist heute zentral wichtig
- Warum und in welcher Reihenfolge der Relevanz entscheiden sich junge Menschen für den Besuch einer bestimmten Stadt?
  - Netzerlebbbarkeit
  - Alkoholzugang
  - Persönliche Entwicklungsmöglichkeit
  - lokales Essen kann dort erlebt werden
  - Sightseeing

# Neue Ansätze für Innenstädte

Innenstädte werden zunehmend für „Erlebnisse“ frequentiert weniger für Ziel - oder Plankäufe

Steigende Bedeutung von Verweilorten, insbesondere Gastronomieangeboten – Geselliges Zusammensein als relevante Komponente („Sehen und gesehen werden“)

Bedeutungszuwachs von Gastronomie in den Innenstädten:

Anteil bei neu vermieteten Flächen z.T. über 20 %

Durchschnittlich rd. 20 % Flächenanteil in Einkaufszentren

Generell höhere Bedeutung von „Essen und Trinken“

„Food ist das neue Fashion“ (Jonathan Doherty, Jones Lang Lasalle, 2017)

## Neue Ansätze für Innenstädte

„(...) wir betrachten bis heute den Einzelhandel zwar als wesentliches Element unserer Städte, aber unsere Zentren werden auch geprägt von dem Sitz von Verwaltungen und Firmen, von Stadtverwaltungs- und Regierungsbauten, Banken, Versicherungen und von Hotels, Gastronomie und Veranstaltungsstätten, von Theatern, Konzerthäusern, Studios, Kinos, Schulen und Universitäten und manchem mehr, und zwar nicht nur in den Großstädten.

Auch in den Klein- und Mittelstädten sind Teile dieser öffentlichen und zentralen Einrichtungen zu finden und sind der Grund dafür, dass ihre Einwohner die Zentralität wahrnehmen und auch das Einkaufen nutzen.“



# Fazit

Deutlich ist: die Herausforderungen für Städte und den Handel stehen unter einem starken Wandel.

Der Handel allein vermag Städte in Zukunft nicht mehr lebendig zu erhalten.

Die Einbeziehung von Kultur, Grün, Platz für soziales Miteinander, attraktiv gestaltete Flächen etc. sind heute zentrale Elemente und Faktoren für den nachhaltigen Erfolg und die Belebung von Städten.

Die Vorträge stützen unsere Planung für die Innenstadtentwicklung

Gene der Stadt optimieren

Sinn schaffen - warum komme ich in die Stadt?

Stadthaus mit vielen Funktionen

Attraktiver Platz und Grün

Öffentlich genutzte Flächen für Kultur und Soziales

Aufenthaltsqualität für Spielen, Geniessen, Treffen etc.