

Revitalisierung von innerörtlichen Leerständen: Übertragbarkeit urbaner Konzepte auf regionale Mittelzentren

Prof. Dr. Martin Engstler, Hochschule der Medien, Stuttgart (engstler@hdm-stuttgart.de)

Abstract zum Workshop am 27.10.2022 in Baiersbronn

Städte sind im Wandel. Dies gilt besonders für innerstädtische Strukturen und deren Nutzung. Mit den zunehmenden wirtschaftlich bedingten Leerständen in den Stadtzentren hat sich auch das soziale Bild der Städte drastisch geändert: Innenstädte verlieren ihre Bedeutung als Orte des Einkaufens, der Nahversorgung und des sozialen Lebens. Sie bedürfen neuer Ideen zur Wiederbelebung, damit sie attraktive Orte des Erlebens und sozialer Lebensraum werden. Doch wie kann dies erreicht werden, welche neuen Ansätze können dies leisten? Der Beitrag gibt einen Einblick in einen möglichen Ansatz, der im Rahmen von zwei Pilotierungen in der Stadt Herrenberg erprobt wurde und regt zum Transfer auf Mittelzentren in ländlichen Räumen an.

Wandel urbaner Strukturen

Der Wandel urbaner Räume ist ein Spiegelbild der stetigen Veränderungen in Wirtschaft und Gesellschaft, der alle Arbeits- und Lebensbereiche einschließt. Das Thema beschäftigt Städte aller Größenklassen, doch vor allem in kleineren und mittleren Städten ist dieser strukturelle Wandel der Innenstädte zu einer existenziellen Herausforderung geworden. Prägte viele Jahre der stationäre Einzelhandel das Bild der Innenstädte, so ist dieser unter dem wachsenden Druck der Onlineanbieter immer öfter an die wirtschaftlichen Grenzen gestoßen. So reichen rein stationären Geschäftsmodelle heute selten mehr für die langfristige Existenzsicherung. In der Folge geben immer mehr langjährig etablierte und traditionelle Einzelhändler in Innenstädten auf, wodurch sich schleichend die Angebotsvielfalt und -qualität für die Innenstadtbesucher reduziert und somit auch die Gesamtattraktivität eines urbanen Raums als Einkaufsort. Selbst einstige 1A-Lagen in den Innenstädten sind davon betroffen und führen zu Leerständen oder weniger gelungenen Zwischennutzungen, die keine nachhaltigen Wirkungen begründen. Hinzu kommen weitere strukturelle Verlagerungen im Dienstleistungs- und im Freizeitbereichs in digitalen Räume, z.B. digitale Behördengänge, Onlineshopping bzw. Onlinebanking unter Einbeziehung von Bewertungsportalen oder Influencermeinungen anstelle der qualifizierten Vor-Ort-Beratung, die Verlagerung von Filmabenden vom Kino auf den Streamingdienst usw. Damit gesunkene Besucherfrequenzen in den Innenstädten insgesamt reduzieren damit auch die potenziellen Kundenkontakte des verbliebenen Einzelhandels und verhindern zunehmend den wirtschaftlichen Standortbetrieb in teuren Innenstadtlagen und die Attraktivität als sozialem Raum insgesamt.

Diese Entwicklungen wurden durch die Effekte der Coronapandemie ab 2020 nochmals deutlich intensiviert. So sind in Folge der Zwangsschließung, erhöhten Aufwendungen für den Filialbetrieb durch Hygienemaßnahmen und auch die Zurückhaltung der Kunden bei persönlichen Kontakten die verbliebenen Anbieter in den Innenstädten weiter wirtschaftlich belastet worden bzw. die Existenzgrundlage zerstört. Auch die Folgen des Ukrainekriegs seit Anfang 2022 mit damit verbundenen höheren Energiekosten, unterbrochenen Lieferketten sowie in der Folge beobachtbare zunehmende Kaufzurückhaltung breiter Bevölkerungsschichten sind Rahmenbedingungen, die weiter trendverstärkend als trendumkehrend wirken. Doch selbst bei positiver Trendumkehr der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen könnten viele bisherige Anbieter nicht mehr in die Ausgangslage zurückkehren, da u.a. auch das notwendige Personal (z.B. im Gastronomiebereich) und zerstörte wichtige Partnernetzwerke einen Wiedereinstieg in das alte Geschäftsmodell verhindern.

Ergebnisse aus dem EU-INTERREG-Projekt CINEMA

Wie könnten also innovative Ansätze für die Rettung bzw. Weiterentwicklung urbaner Räume aussehen? Die Revitalisierung von Leerständen in urbanen Umgebungen mit Hilfe der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) steht im Fokus des Projekts „CINEMA“ (Creative Industries for New Urban Economies in the Danube Region), das im Rahmen des EU-INTERREG Donaauraum-Programms gefördert wird. Hier arbeitet ein Konsortium von 17 internationalen Kooperationspartnern aus acht Ländern der Donauregion von Juli 2020 bis Dezember 2022 an kreativen Instrumenten und Konzepten zur Lösung von Problemstellungen in urbanen Revitalisierungsprojekten. Im Mittelpunkt steht hierbei ein Innovationsprozess zwischen der Kultur- und Kreativwirtschaft und der städtischen Wirtschaft. Entlang der drei Schwerpunkte „Floor Space Concepts“, „Retail & Small Businesses“ und „CI Support Centre“ werden Lösungen erarbeitet, die auf die unterschiedlichen Gegebenheiten und Rahmenbedingungen in den Ländern des Donaauraums eingehen und dabei einen Transfer von Ideen sowie unterstützenden Tools erlauben. So hat die Hochschule der Medien Stuttgart (HdM) zusammen mit den Kooperationspartnern im Donaauraum im Rahmen dieses Förderprojekts innovative Raumnutzungskonzepte und Instrumente zur Revitalisierung von Leerständen in urbanen Umgebungen entwickelt. Entstanden ist hieraus u.a. die „Creative Urban Revitalisation-Toolbox“ (kurz: CUR-Toolbox) mit insgesamt 20 Tools, die zur erfolgreicherer Umsetzung der Pilotprojekte in den beteiligten Ländern bereits eingesetzt wurden. Die kreativen Instrumente und Konzepte stehen Interessierten über den Weblink https://www.hdm-stuttgart.de/wib/projekte/forschung/cinema_toolset kostenfrei zur Verfügung.

Erfahrungen aus zwei Pilotierungen in der Innenstadt von Herrenberg

Die Hochschule der Medien (HdM) und die Wirtschaftsförderung Region Stuttgart (WRS) entwickelten zusammen mit der Stadt Herrenberg und regionalen Akteuren ein innovatives Revitalisierungskonzept und begleiteten die hierzu erfolgten beiden Pilotierungsphasen in Herrenberg, bei denen ausgewählte Tools der CUR-Toolbox zum Einsatz kamen und erprobt wurden. Im wichtigen initialen Schritt der Konzeptentwicklung wählte das Forschungsteam zusammen mit der regionalen und städtischen Wirtschaftsförderung das Format eines Hackathons. Wichtig war es, regionale Akteure aus Herrenberg von Beginn an als Ideengeber und Experten aktiv in den Ideen- und Gestaltungsprozess einzubinden und diese zusammen mit Forschern sowie kreativen Köpfen aus dem Kreis der HdM-Studierenden und Start-ups in einen Innovationsprozess einzubinden. Die Corona-bedingte Verlagerung des Hackathons in ein virtuelles Format war hierbei eine Herausforderung, die aber erfolgreich unter Einsatz digitaler Tools gelöst werden konnte. Als Gewinneridee dieses Hackathons wurde das Konzept der „Chamäleon Spaces“ prämiert, das im Nachgang vom Projektteam mit direkter Beteiligung der schon im Hackathon beteiligten regionalen Akteure zu einem pilotierungsreifen Konzept weiterentwickelt wurde. Das so entstandene Konzept der „Chamäleon Spaces“ zur Innenstadtbelebung kombiniert hierbei Ansätze aus der Gastronomie und des Einzelhandels, gepaart mit Angeboten aus dem Kultursektor und innovativen Arbeitsmodellen des „New Work“.

Das Konzept wurde 2021 und 2022 in zwei Phasen an zwei unterschiedlichen Standorten mit jeweils unterschiedlichen konzeptionellen Schwerpunkten in der Herrenberger Innenstadt erfolgreich pilotiert. Bei den Pilotierungen wurden insbesondere zwei der entwickelten CUR-Tools eingesetzt:

- das Storytelling-Tool „Creative Retail“ (wie nutzt man schnell und wirksam die Schaufenster leerstehender Flächen?) als Kommunikationsmaßnahme zur Vorbereitung der Pilotierung.
- das „Homeowners Consultation Package“ (wie adressiert man die Eigentümer leerstehender Flächen?) zur Konkretisierung des Geschäftsmodells und als Entscheidungshilfe für Betreiber.

Die beiden Pilotierungen haben gezeigt, dass das Konzept der „Chamäleon Spaces“ an das spezifische Umfeld anpassbar ist und über das Pilotprojekt hinaus Innovationsimpulse für Innenstädte verankert. Die coronabedingten Einschränkungen in den Pilotzeiträumen (z.B. Kontaktbeschränkungen,

Schutzmaßnahmen) waren für das Projektteam eine große Herausforderung, dennoch konnten die Potenziale des Konzepts erfolgreich aufgezeigt und den regionalen Akteuren sowie der Bevölkerung ein neuer Weg innerstädtischer Flächennutzungen erlebbar gemacht werden.

Erkenntnisse und Ausblick

Aus der Konzeptentwicklung und den Pilotierungen lassen sich folgende Erkenntnisse zusammenfassen:

- Die Revitalisierung von urbanen Räumen kann nur mit innovativen Ansätzen gelingen. Vorgehensweisen, die eine Wiederherstellung eines früheren Status quo anstreben, scheitern.
- Der Erfolg eines innerstädtischen Revitalisierungskonzepts liegt im Wesentlichen (a) in den Händen motivierter und aufgeschlossener regionaler Akteure (Wirtschaftsvertreter und Kreativschaffende), die hierdurch eigene tragfähige Geschäftsmodelle mitgestalten können und (b) bei der Bevölkerung (innerstädtisch und Einzugsgebiet), die diese neuen Konzepte annehmen und durch ihr Kaufverhalten auch monetär wertschätzen.
- Die Akzeptanz der Revitalisierungskonzepte bei den Akteuren und in der Bevölkerung erfordert eine professionelle Vorbereitung, Zeit, Durchhaltevermögen und Rückhalt in der Regionalpolitik.
- Politik und regionale Wirtschaftsförderer können wichtige Impulse geben, notwendige Rahmenbedingungen schaffen, bei der Vernetzung unterstützen und initiale Starthilfen geben (z.B. Infrastrukturen), sollten sich aber nicht in die Verantwortungsrolle drängen lassen.

Eine Weiterentwicklung des Konzepts und die Umsetzung mit regionalen Akteuren an weiteren Standorten in Herrenberg ist angedacht. Das Konzept ist somit auch für regionale Mittelzentren von besonderer Relevanz, da diese als Ankerpunkte in der Region eine hohe Bedeutung haben. Es gilt daher nicht allein ein innovatives und tragfähiges Geschäftsmodell für die Leerstandnutzung zu entwerfen. Vielmehr geht es darum, Innenstädte als Orte des Erlebens und als wirtschaftlichen und sozialen Lebensraum neu zu gestalten und dabei Innenstädte neu zu denken.

Quellenhinweise

Engstler, M.; Mörgenthaler, L.: Kreativwirtschaft im Ländlichen Raum: Kommunikationskonzept und Förderansätze. Situation und Potenziale von Coworking zur Förderung der Kreativwirtschaft im Ländlichen Raum in Baden-Württemberg, Stuttgart: MLR und HdM 2018

EU Interreg Danube Transnational Programme: CINEMA (Creative Industries for New Urban Economies), Internet: <https://www.interreg-danube.eu/approved-projects/cinema> (Stand: Oktober 2022)

HdM: Creative Urban Revitalisation Tools, Internet: https://www.hdm-stuttgart.de/wib/projekte/forschung/cinema_toolset (Stand: Oktober 2022)

Ruess, P; Vrhovac, B. & Yoga, K.: Zukunft der Innenstädte. Innovationspotenziale in der Entwicklung zukunftsfähiger Innenstadtkonzepte, Potsdam-Babelsberg: Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit 2021

Stolte, U.: Raum für Kreatives in Herrenberg. Jetzt ploppt die Gaststätte „Rose“ auf, Kreiszeitung Böblinger Bote, 1.9.2021, Internet: <https://www.krzbb.de/inhalt.raum-fuer-kreatives-in-herrenberg-jetzt-ploppt-die-gaststaette-rose-auf.f4488c9-0088-4c76-926f-4625323f8df4.html>

WRS: „Chamäleon Spaces“ in Herrenberg, Kreativregion Stuttgart: News, 26.2.2021, Internet: <https://kreativ.region-stuttgart.de/news/chamaeleon-spaces-in-herrenberg/>

WRS: Chamäleon Spaces 2.0 in Herrenberg – schön wars!, Kreativregion Stuttgart, Juli 2022, Internet: <https://kreativ.region-stuttgart.de/projekte/chamaeleonspaces-kreatives-konzept-fuer-leerstehende-raeume/>