Perspektive Innenstadt.

Herausforderungen und Chancen aus BürgerInnen-, BesucherInnen- und KundInnensicht aktiv aufgreifen!

Impulsvortrag im Mobilitätsausschuss der Stadt Donaueschingen

10. Oktober 2023 | Donaueschingen

Dr. Stefan Leuninger | cima Büroleitung Stuttgart

Tom Bremer | Projektleitender Berater

CIMA Beratung + Management GmbH

>95
Mitarbeiter*innen

>35
Jahre
Marktpräsenz

Eigene Unit:
cima.immobilien

CIMA Institut für
Regionalwirtschaft

Eigene Unit:
cima.digital

CIMA-Projektmanagement im Auftrag des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg

Ideenwettbewerb Einzelhandel – Chance für Kooperationsansätze ?

- www.ideenwettbewerb-einzelhandel.de
  - Aufenthalt + Erlebnis im stationären Einzelhandel stärken
  - Starke Umsetzungs-orientierung – Wissenstransfer
  - Max € 70.000,- Zuschuss für Betriebe (Mittelstand)
  - Abschluss mit Prämierung mit der Wirtschaftsministerin am 23. Oktober 2023

IDEENWETTBEWERB
EINKAUFSERLEBNISSE

StadtImpulse

Worum geht es?

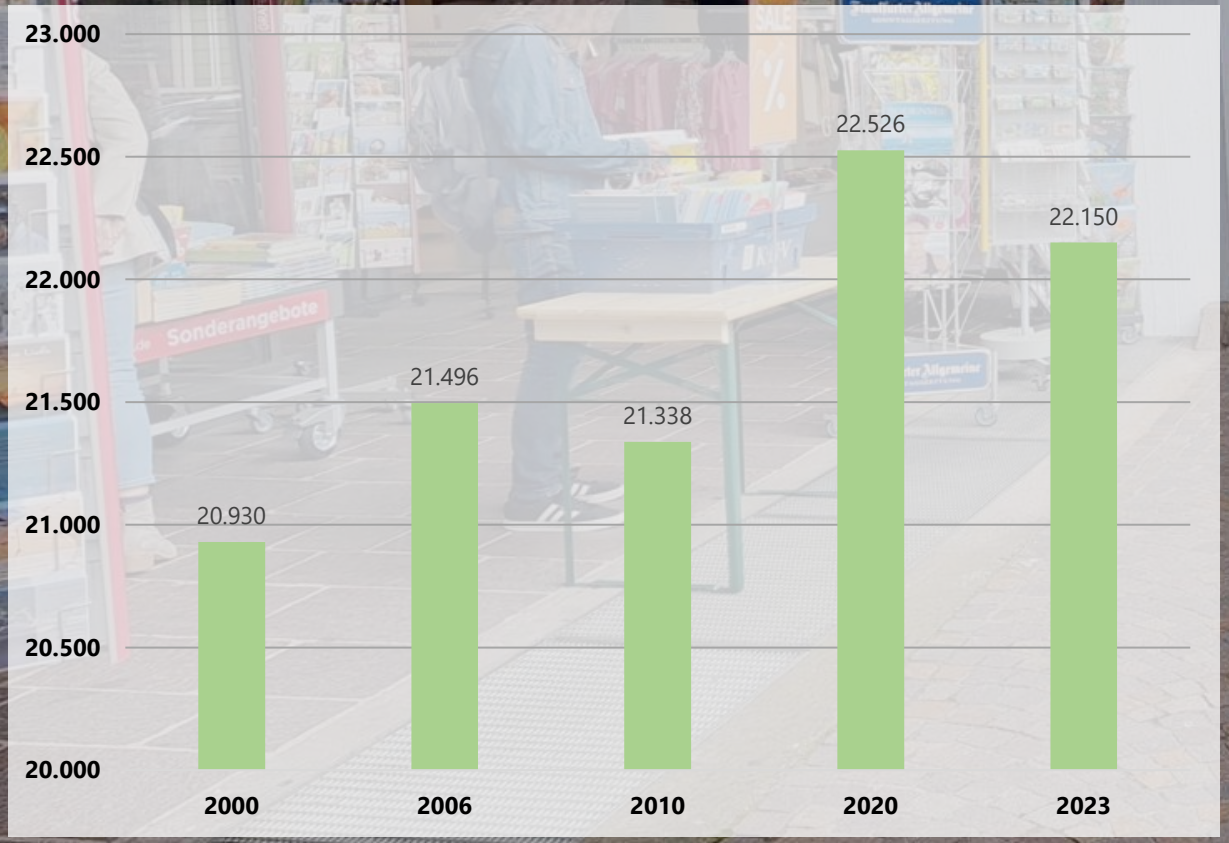
- Idee: „Abgucken erlaubt!“
  - Umgesetzte Best-Practice-Maßnahmen
  - von Kommunen aus dem ganzen Bundesgebiet
  - aus acht verschiedenen Themenclustern
  - ausgewählt und zertifiziert von einer Fachjury
  - transparent aufbereitet
  - getragen von starken Partnern:

Das zertifizierte Best-Practice-Logo

HDE Handelsverband Deutschland
DStGB
bcsd Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.
Deutscher Städtetag

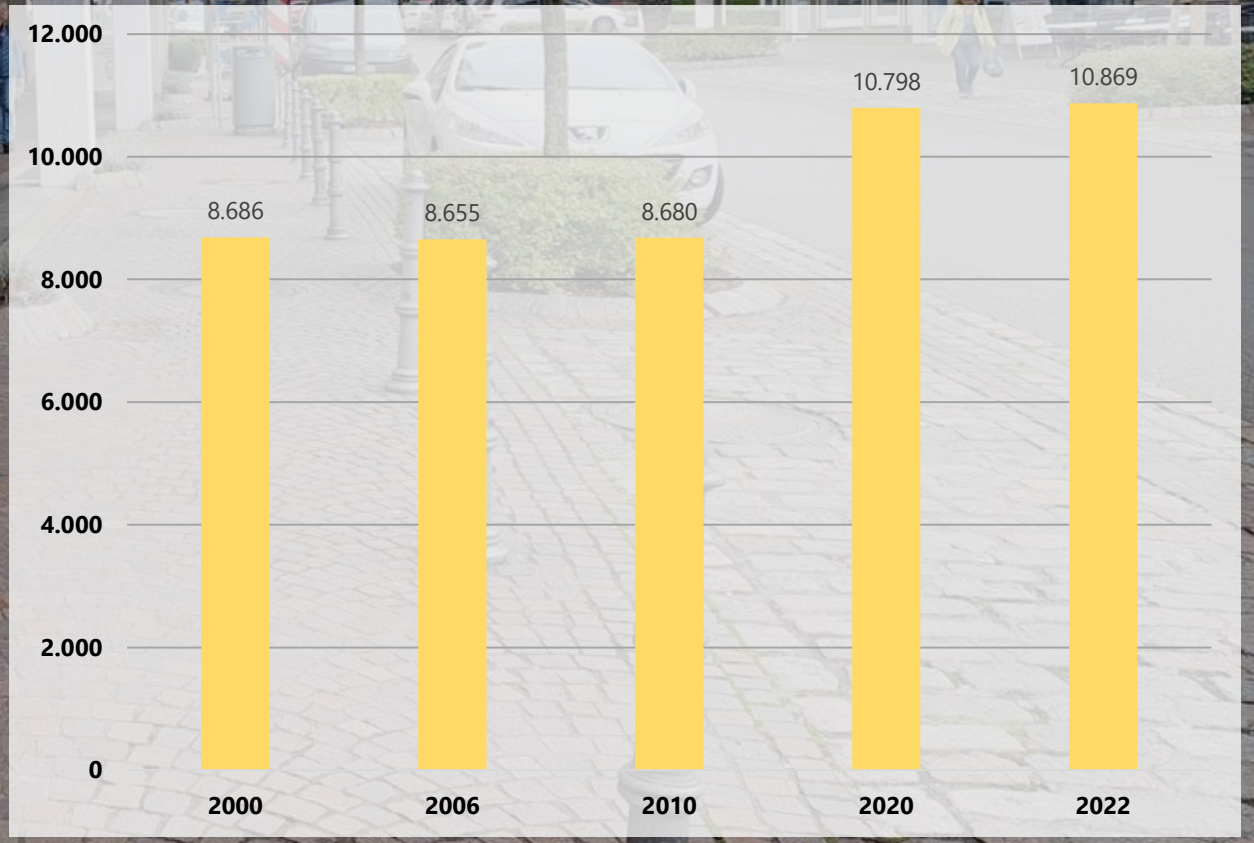
Die Stadt Donaueschingen im Spiegel der Zahlen

Bevölkerungsentwicklung 2000 – 2023



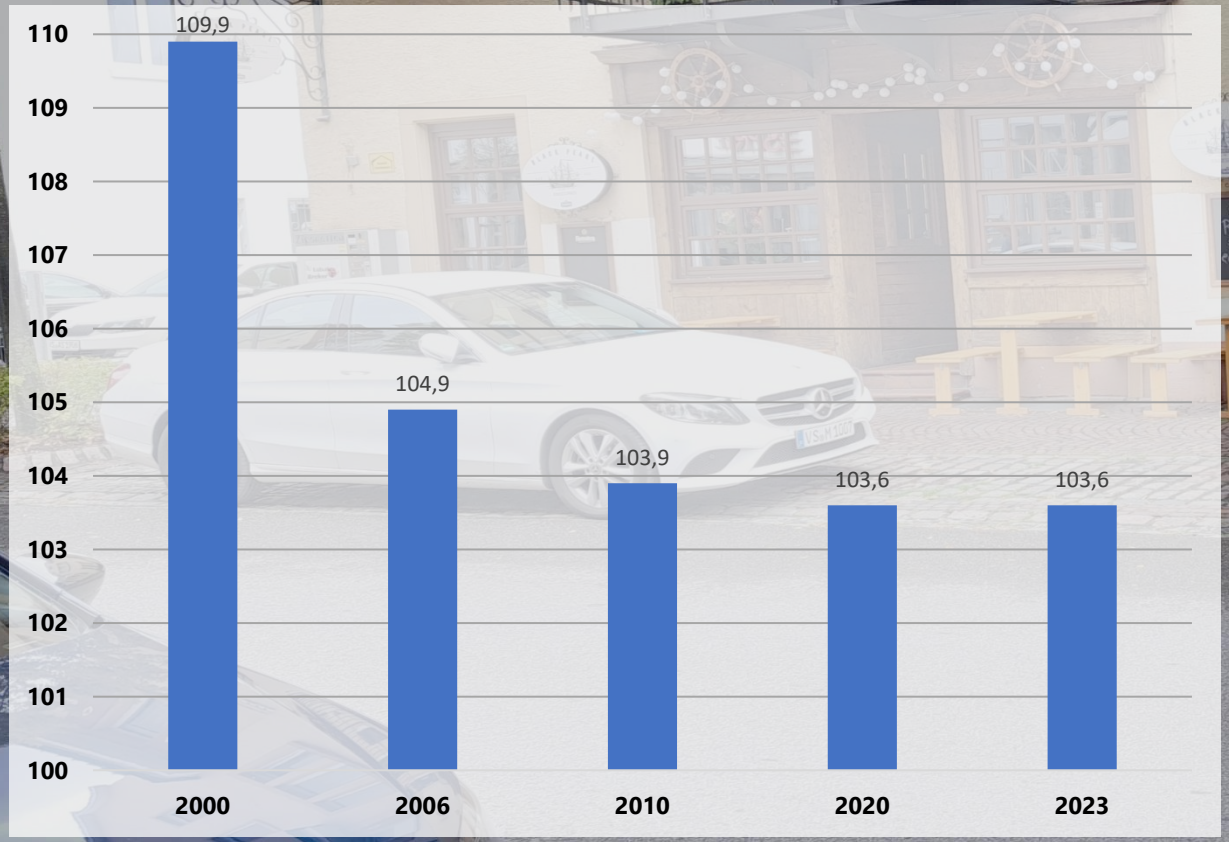
Quelle: BBE!CIMA!MB Research 2023; Bearbeitung: CIMA 2023

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2000 - 2022



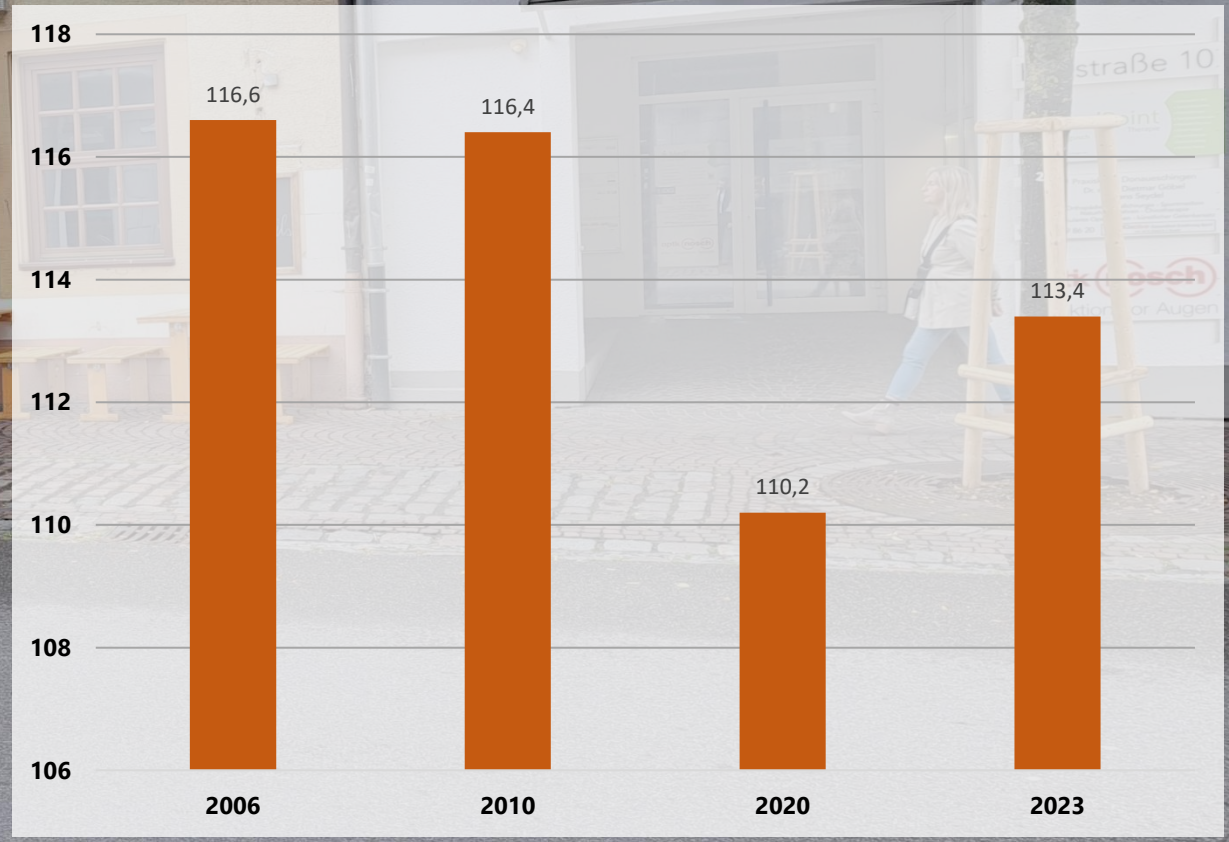
Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2023; Bearbeitung: CIMA 2023

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2000 - 2023



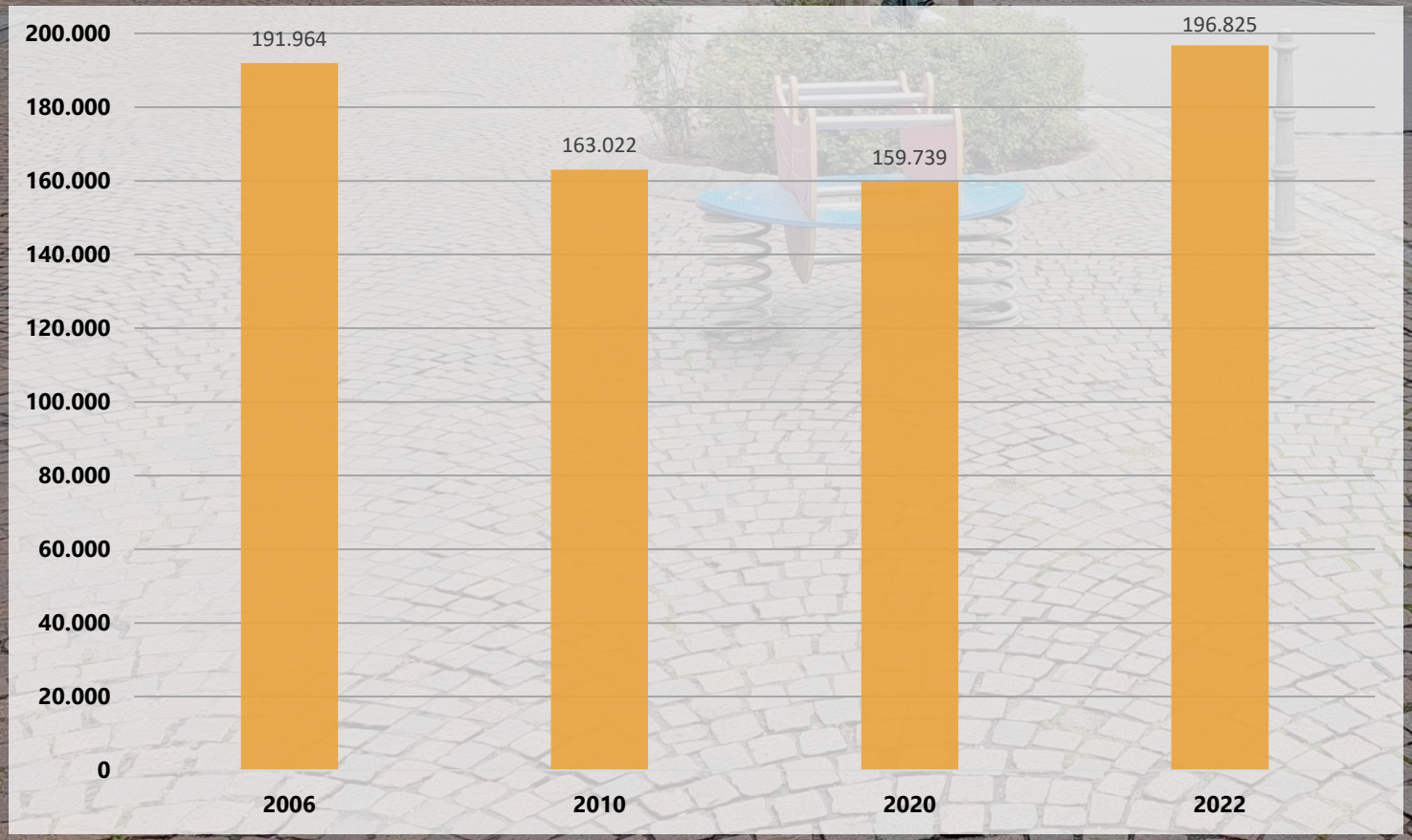
Quelle: BBE!CIMA!MB Research 2023; Bearbeitung: CIMA 2023

Zentralitätskennziffern 2006 - 2023



Quelle: BBE!CIMA!MB Research 2023; Bearbeitung: CIMA 2023

Übernachtungen 2006 - 2022



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2023; Bearbeitung: CIMA 2023

→ Auch die vielen Tagesgäste "bringen" Verkaufskraft

Trends & Entwicklungen

Cima Deutschlandstudie Innenstadt

Innenstädte im Wandel!

- „Vater Staat“
- Top down
- Zentralisierung

- Staat zieht sich zurück
- Zunehmende Privatisierung €
- Machtverteilung zwischen verschiedenen Stadtakteuren

- Online-Handel
- Corona
- Energie
- Strukturwandel

Government

Governance

Multifunktionale Innenstädte

Monofunktionale Innenstädte

Post-Corona Stadt

Verödung der Innenstädte

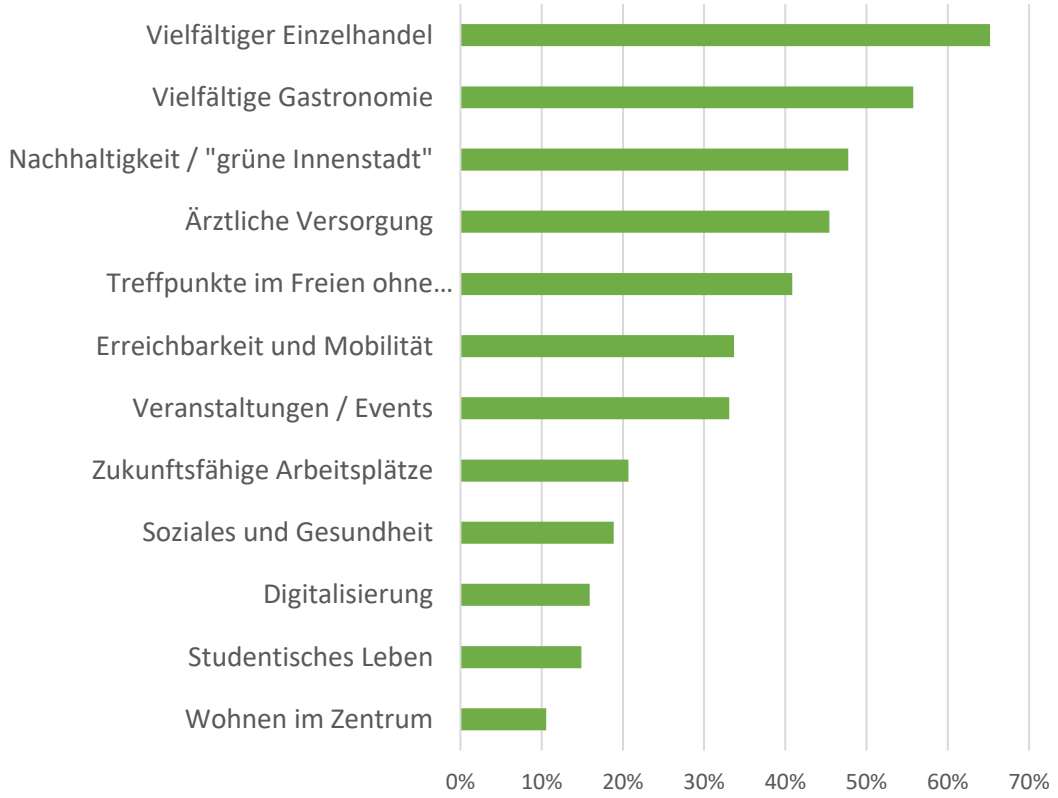
Multifunktionaler Versorgungs- und Erlebnisraum mit zeitgemäßem Nutzungsmix

Praxisbeispiel 2022/23 (N=2.000)

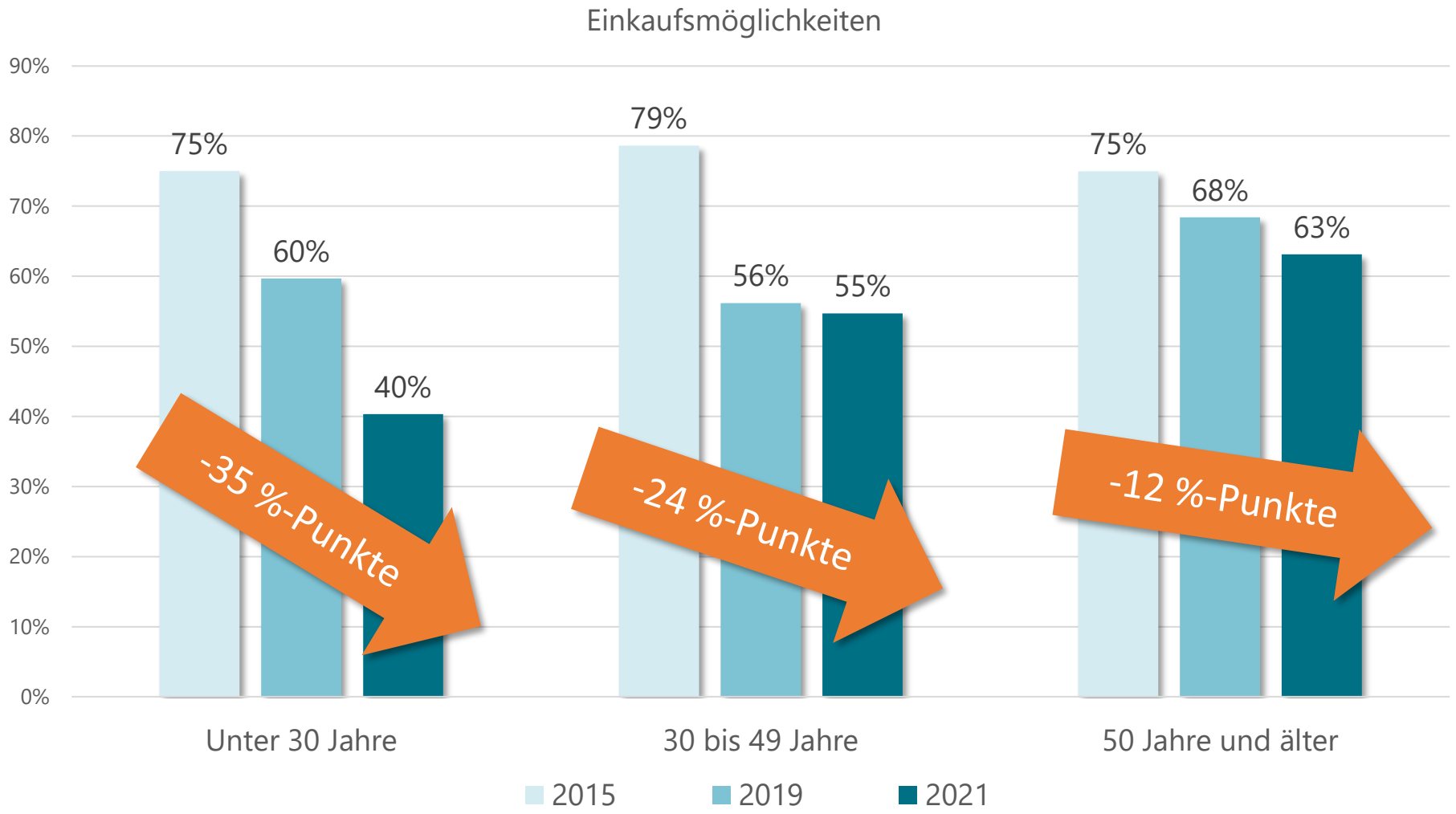
„Was sind für Sie die Hauptgründe für den Besuch der Innenstadt? “

Besuchsgründe aktuell

Zukunftsthemen

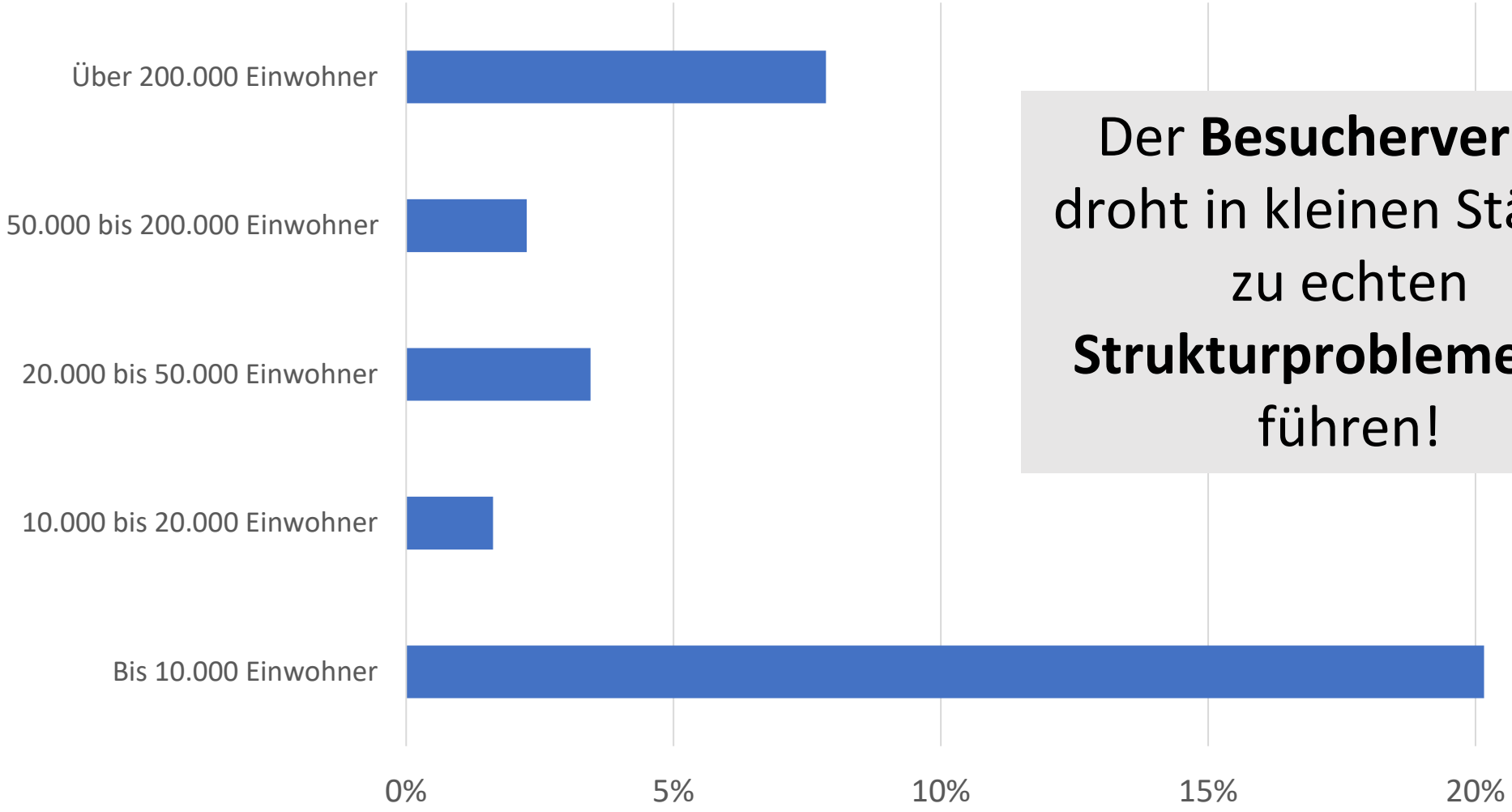


Fokus Innenstadt - „Was zeichnet eine attraktive Innenstadt aus?“



Die **Bedeutung** des Einkaufens wird sich **verringern**!

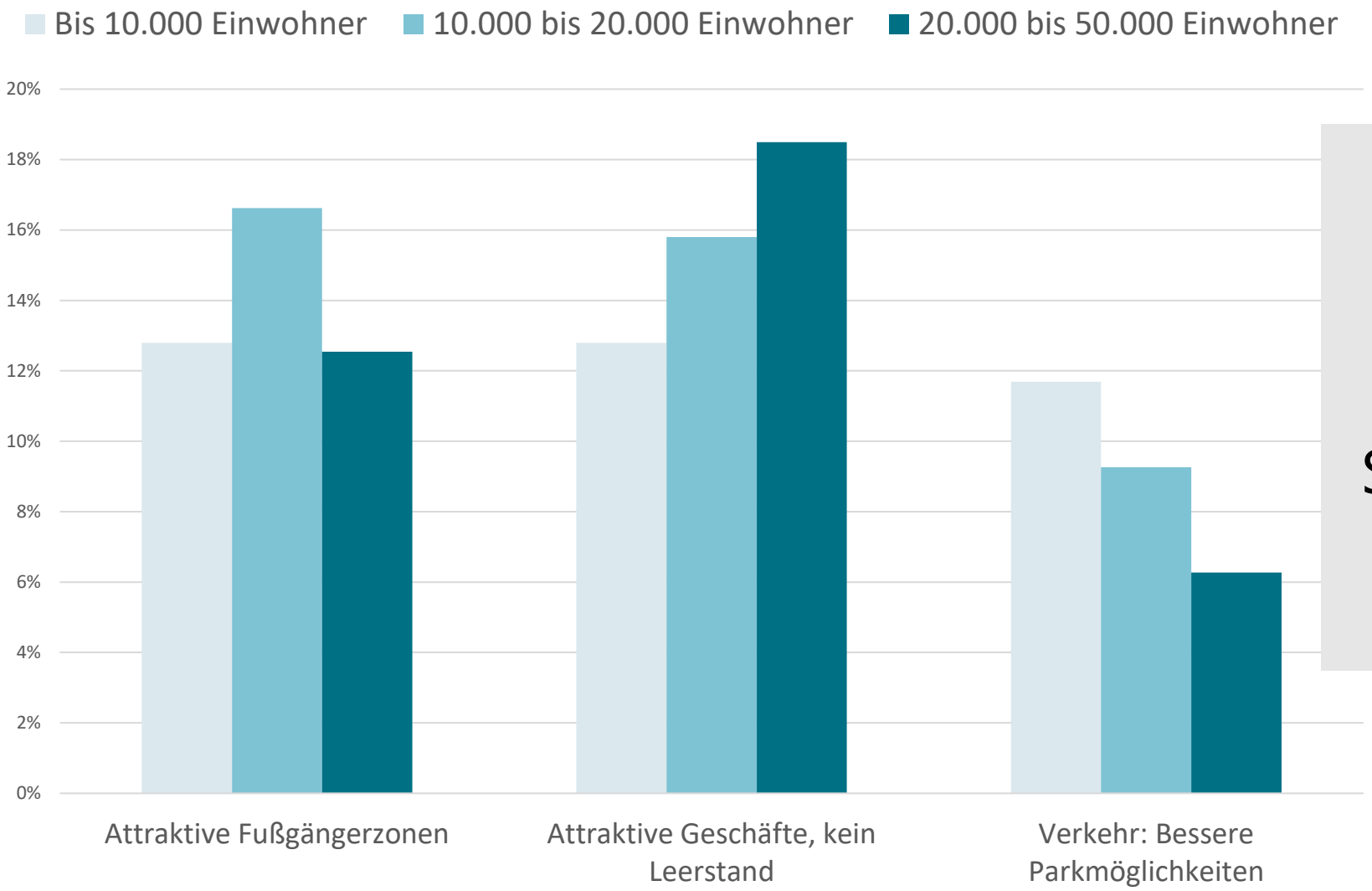
Besucherverluste in der Post-Corona Stadt/ Gemeinde



Der **Besucherverlust** droht in kleinen Städten zu echten **Strukturproblemen** zu führen!

N=2.429

Fokus Innenstadt – „Was muss sich verändern, damit Sie die Innenstadt häufiger besuchen?“



Attraktive Erlebnisräume, Geschäfte, gute Erreichbarkeit!
Stadtgröße beeinflusst insbesondere den Mobilitätsbereich!

N=2.429

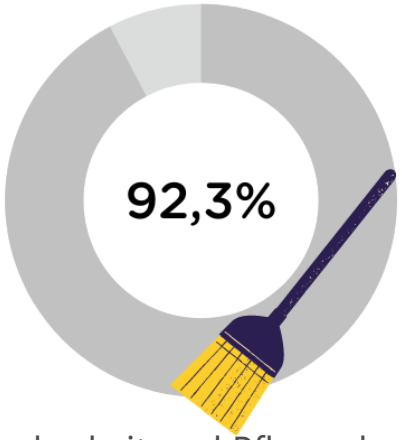
Post-Corona Stadt – Eine Perspektive

Junge Menschen wollen die Innenstadt!

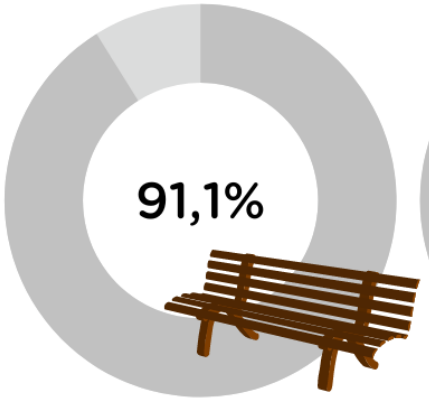
Sie wollen zukünftig **häufiger** kommen als vor der Pandemie

Innenstadtkriterien – TOP 10 aller Bereiche

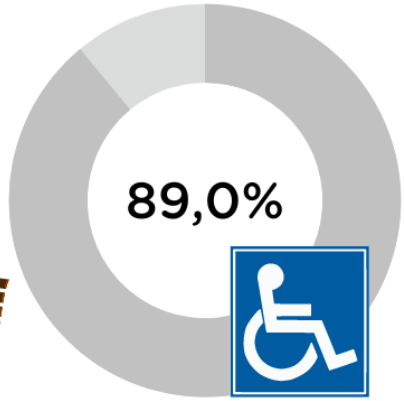
Was müssen Ihnen attraktive Innenstädte konkret bieten?



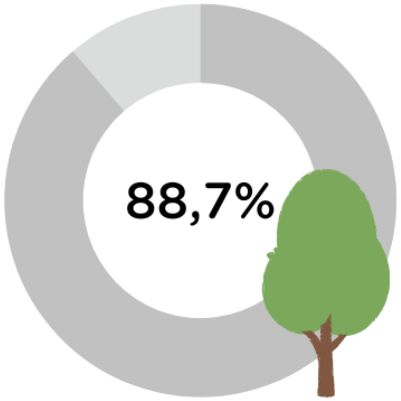
Sauberkeit und Pflege des Stadtbildes



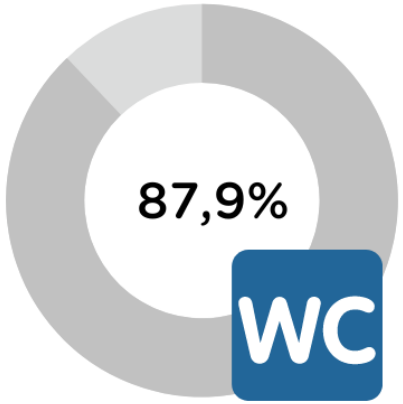
Sitzgelegenheiten, Bänke



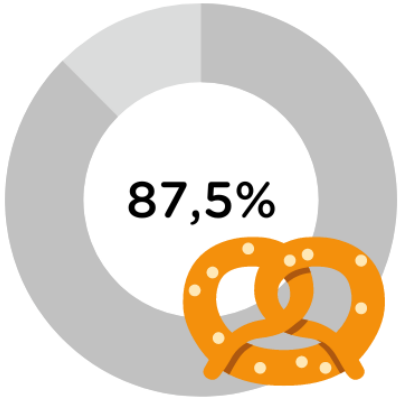
Barrierefreiheit/ Fußgängerfreundlichkeit



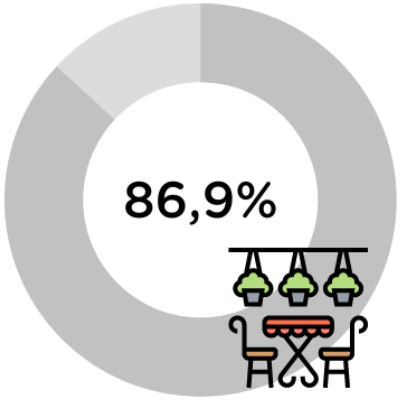
Grünflächen, Bäume



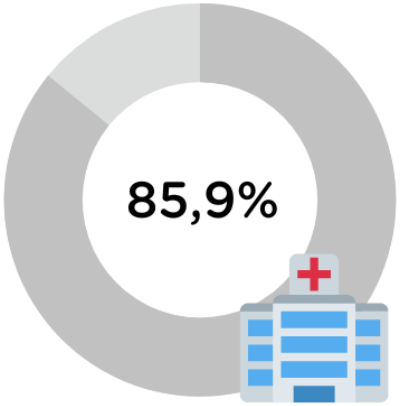
Öffentliche Toiletten



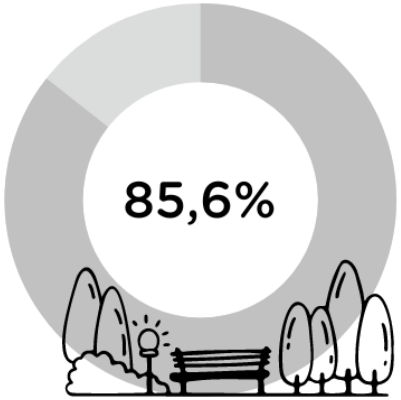
Bäckereien



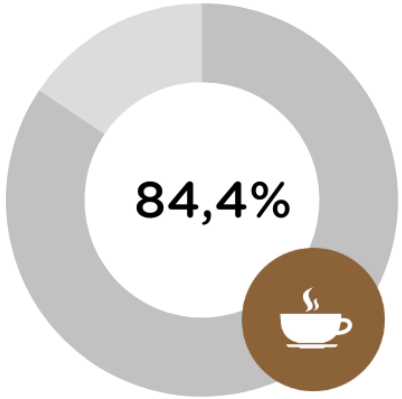
Plätze und Aufenthaltsbereiche



Ärzt*innen und Gesundheits-dienstleistungen



Orte zum Ausruhen, Verweilen, ohne „Konsumzwang“



Cafés

Ein Werkstatt Blick in die Zukunft

7 Zukunftsthesen

Zukunftsthese 1

Attraktive, resiliente Innenstädte werden/müssen sich zunehmend zu multifunktionalen Begegnungsorten entwickeln. Der Einzelhandel wird nach wie vor eine wichtige Leitfunktion darstellen – jedoch relativ gleichberechtigt mit den Bereichen Gastronomie, Dienstleistung/Gesundheitswirtschaft, Kultur.

Zukunftsthese 2

Attraktive Einkaufslagen in Stadtzentren und Ortsmitten werden räumlich „kleiner“. Diese Konzentrationsprozesse fördern einerseits notwendige Wechselwirkungen, andererseits können damit Erreichbarkeitsmerkmale angepasst werden.

Zukunftsthese 3

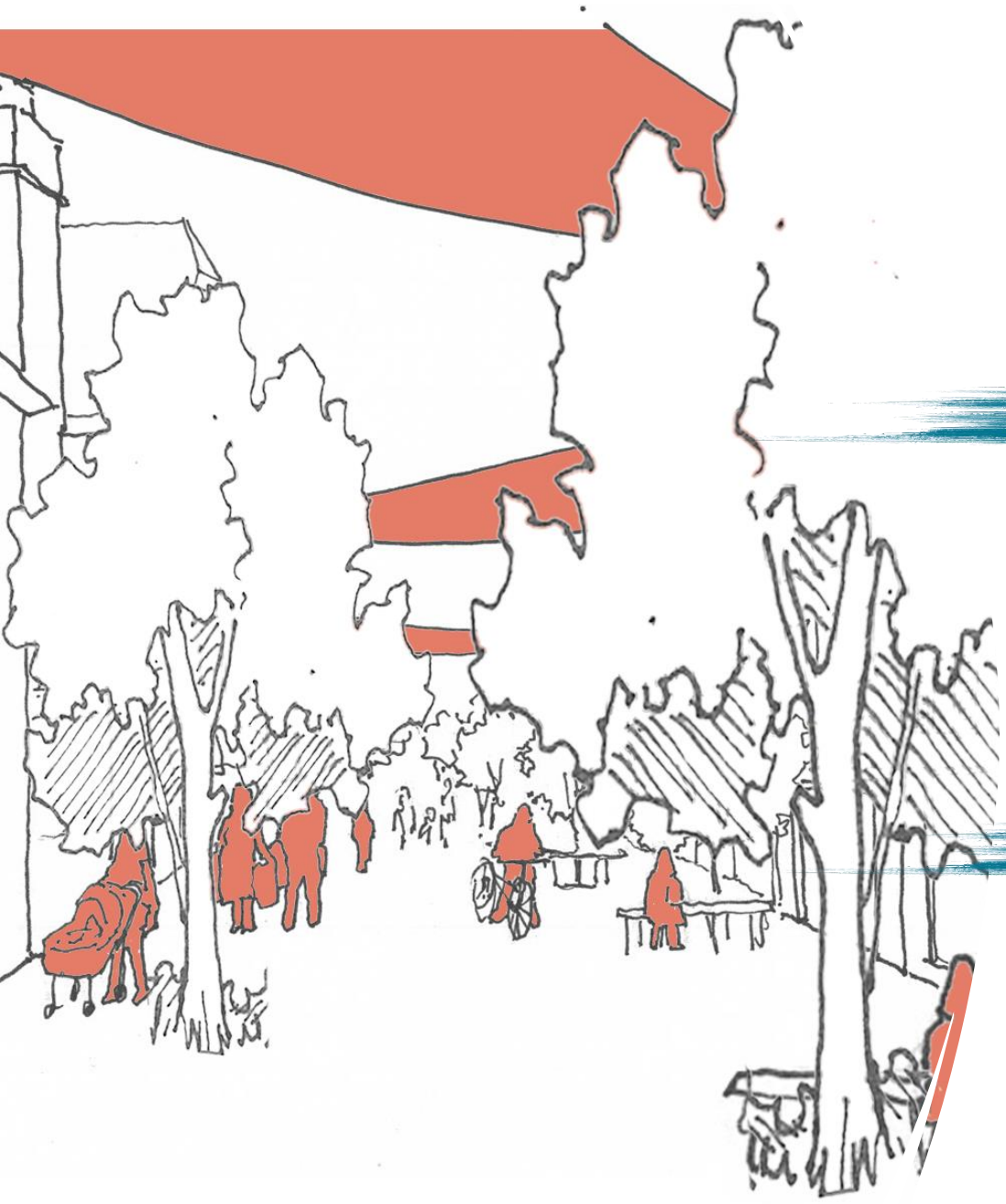
Attraktive Einkaufslagen benötigen ein Höchstmaß an Aufenthaltsqualität. Dies kann sowohl konsumfreie als auch konsumorientierte Treffpunkte als auch ein „sicheres Bewegen im Raum“ betreffen.

Zukunftsthese 4

Die zu beobachtende Ausweisung von „verkehrsberuhigten Zonen“ in den Innenstädten/Ortszentren hat kaum eine steuernde Wirkung. Geschwindigkeiten werden nicht eingehalten und überflüssige Parksuchverkehre induziert.

Zukunftsthese 5

Gerade in den Mittel- und Kleinstädten ist es notwendig, zentrumsnah alternative Parkraumkapazitäten auszuweisen. Der ÖPNV hat in dieser Größenordnung eine (leider noch) nachrangige Bedeutung zur Sicherung der Einzelhandelsstrukturen.

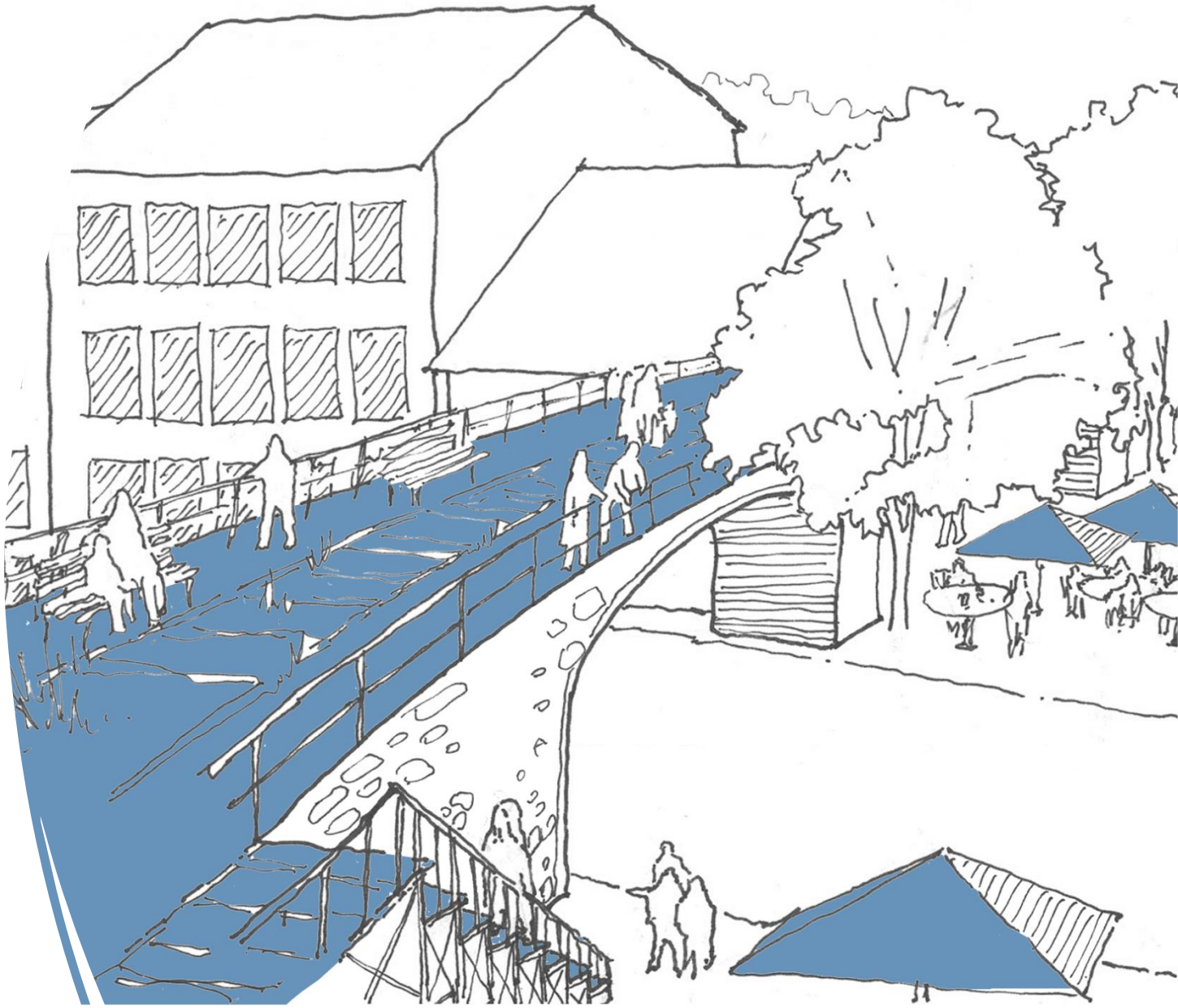


Zukunftsthese 6

Klimaorientierte und stadtraumorientierte Veränderungen in den zentralen Einkaufslagen sollten nicht auf „ideologischen Überlegungen“ beruhen, sondern bilden eine notwendige Grundlage, um unsere Innenstädte und Ortszentren nachhaltig als Versorgungsstandorte mit Treffpunktfunktion zu sichern.

Zukunftsthese 7

Notwendige Veränderungsprozesse sind intensiver mit der Stadtgesellschaft und den Akteuren vor Ort abzustimmen. Temporäre Maßnahmen („Auch mal was ausprobieren!“) heißt das Motto.



INNOVATIVE NACHHALTIGE EINZELHANDELS & KOMMUNALENTWICKLUNG.

Es geht nicht um die Frage, ob wir die Transformation von Innenstädten, Ortszentren und Versorgungsstandorten gut oder schlecht finden.

Es geht darum, wie wir damit umgehen!

Es sind spannende Zeiten.

Mal etwas Ausprobieren. Mit einem klaren Zielbild.

www.cima.de blog.cima.de cima.monitor.de

Dr. Stefan Leuninger - leuninger@cima.de