

Das Potential ist vorhanden, gebraucht werden kreative Ideen:

## Innenstädte zu I(i)ebenswerten Orten machen

Die meisten Innenstädte in Deutschland hatten schon vor der Corona-Pandemie mehr oder weniger große Probleme. Viele Geschäfte standen leer, kleinere individuelle Fachgeschäfte gab es immer weniger, Filialisten sorgten dafür, dass eine gewisse Uniformität entstand. Auch die zunehmende Beliebtheit des Onlinehandels setzte dem stationären Handel zu. Aber, wenn es andere Anziehungspunkte in den Zentren gab, eine abwechslungsreiche Gastronomie, kulturelle Events, kleine Parks etc. dann kamen die Menschen zum Bummeln und oft auch Kaufen. Durch die Corona-Maßnahmen, die nun schon zwei Jahre andauern, kommen aber deutlich weniger Menschen in die Städte. Im Lockdown waren die Geschäfte geschlossen, und es wurde vieles im Internet bestellt. Als die Geschäfte wieder geöffnet waren, waren viele noch zu ängstlich, bummeln zu gehen und seit einigen Wochen gelten die 2G+ Regeln, die die Freude am Einkauf im stationären Handel deutlich schmälern.

### Leerstand

Der Leerstand hat sich ausgeweitet, eine Wiedervermietung ist schwierig geworden. Deshalb haben sich, zusammen mit dem Institut für Handelsforschung – IFH, Initiativen gebildet, die alle wesentlichen Akteure miteinander vernetzen: Stadtverwaltungen, Händler, Vermieter und andere Interessierte. Es soll eine einheitliche digitale Plattform geschaffen werden, die so ähnlich wie ein Datingportal Menschen zusammenbringt. Den Wirtschaftsförderungen der Städte ist klar, dass sie nur ein

Angebot schaffen können. Die Entscheidungen treffen die privaten Unternehmen, ob ein Mietvertrag zustande kommt bzw. wenn ja, unter welchen Bedingungen er zustande kommt.

Stadtverwaltungen greifen aber auch aktiv ein, indem sie durch ihre Satzungen festlegen, dass sie bei geplanten Verkäufen ein Vorkaufsrecht haben. Dies führt dann häufig dazu, dass Objekte nicht verkauft, sondern an die Stadt vermietet werden, die dann an Unternehmer mit interessanten Konzepten zu überaus günstigen Konditionen weitervermietet.

### Sinkende Mieten

Nebeneffekt der hohen Leerstände ist ein Sinken der teilweise exorbitant hohen Mieten in Großstädten. Da viele Unternehmer nicht mehr in der Lage sind, diese aufzubringen, sind Vermieter immer öfter bereit, die Miete zu stunden bzw. zu senken, um einen Leerstand zu vermeiden. Sollten Sie als Mieter ebenfalls betroffen sein, versuchen Sie, mit Ihrem Vermieter zu reden. Auch als Vermieter sollten Sie gesprächsbereit sein.

Im Januar 2022 hat der Bundesgerichtshof (Az. VII ZR 8/21) entschieden, dass Mietminderungen wegen Corona zulässig sein können. Der Gerichtshof ist der Auffassung, dass gewerbliche Mieter die Belastungen durch die staatlichen Maßnahmen während der Corona-Pandemie nicht alleine zu schultern hätten. Je nach Einzelfall seien die Risiken zwischen den Parteien in einem angemessenen Verhältnis aufzuteilen. Es läge zwar kein Mangel i.S.

von §536, Abs. 1, S. 1 BGB vor, aber eine Störung der Geschäftsgrundlage (§313, Abs. 1 BGB). Dies bedeutet, dass Verhandlungen zu Vertragsanpassungen für Mieter leichter geworden sind, da Vermieter eher damit rechnen müssen, vom Gericht dazu verurteilt zu werden, Mietkürzungen zu akzeptieren.

Wenn aktuell Mietverträge abgeschlossen werden, dann laufen diese häufig nicht mehr so lange, werden Sonderkündigungsrechte ausgehandelt und auch kleinere Flächen angemietet. Als Mieter haben Sie derzeit eine gute Verhandlungsposition gegenüber Vermietern, als Vermieter müssen Sie sich auf härtere Verhandlungen einstellen.

### Prognosen

Die Prognosen für die Innenstädte sind bei den Experten überaus unterschiedlich. Die einen sind der Meinung, dass nach der Pandemie die Menschen in die Stadtzentren strömen werden, um die „verlorenen“ Jahre nachzuholen. Andere prognostizieren ein Ladensterben in mittlerer fünfstelliger Höhe. Wieder andere sehen die Ladenschließungen als ein „Gesund-schrumpfen“ an, da sich die Verkaufsflächen in den letzten dreißig Jahren sehr stark vergrößert haben. Einig sind sich alle, dass die Innenstädte einen gesunden Branchen-Mix brauchen, um attraktiv zu sein.

Bedingt durch in der Vergangenheit stetig steigende Mieten in den meisten Großstädten und die immer häufigere Nutzung des Home Office, sind die kleineren Städte immer beliebter geworden. Besonders Familien fühlen sich in kleineren Städten wohler, so dass auch hier die Innenstädte attraktiv gestaltet werden müssen, damit diese Menschen nicht wieder abwandern.

### Stadtplanung verändern

Stadtzentren müssen sich weiterentwickeln. Allein durch Einzelhandelsgeschäfte oder Filialisten wird niemand mehr in eine Innenstadt gelockt. Wichtig ist, dass Innenstädte auch bewohnt werden. Die nach dem zweiten Weltkrieg aufgekommene Trennung von Wohnen, Freizeit, Arbeiten und Produktion sollte zugunsten eines intelligenten Mixes aufgegeben werden. Hier haben alte, gewachsene Städte einen Vorteil gegenüber den Städten mit großen Handelsgebäuden, die wesentlich aufwendiger umzubauen sind. Auch müssten städtische Vorgaben an die neuen Gegebenheiten angepasst werden.

#### Die Post-Corona-Innenstadt ...

1	<b>... ist multifunktionaler Lebensmittelpunkt</b> dabei top-Nennungen u.a.: Arbeiten-Leben-Balance   Erlebnisorientierung   Erlebnisverkopplung Sport-Kultur-Spiel	29,9 %
2	<b>... ist ein Ort der Gemeinsamkeit und des Miteinanders</b> dabei top-Nennungen u.a.: Kooperation aller Innenstadtdakteure   Alle-Gleich-Wesen   Gemeinsames Handeln	26,0 %
3	<b>... ist ein Wohlfühlort mit Qualität und Ästhetik</b> dabei top-Nennungen u.a.: Allgemeinen Aufenthaltsqualität steigern   Begegnungsräume schaffen	22,8 %
4	<b>... ist ein flexibler Ausprobierort, auch mit neuen Verwaltungs- und Kooperationsstrukturen</b> dabei top-Nennungen u.a.: Innovative Stadtgestaltung   Reallabore/Experimentieräume	17,4 %
5	<b>... ist ein Ort der Identität</b> dabei top-Nennungen u.a.: Alleinstellungsmerkmal ausbauen   Regionalität bewusst machen   Lokalität stärken	8,0 %
6	<b>... ist Gemeinwohlort mit fairen Angeboten und Zugang zu den Daseinsfunktionen für alle</b> dabei top-Nennungen u.a.: Zum Wohle aller (Altruismus)   bezahlbares Wohnen   Gewerbietersanpassungen	7,4 %
7	<b>... ist ein Ort mit bedürfnisorientierter und gleichzeitig nachhaltiger Mobilität</b> dabei top-Nennungen u.a.: Nachhaltige Mobilitätskonzepte   verbesserte Fußgänger- und Radfahrerfreundlichkeit	7,2 %
8	<b>... ermöglicht Innovationen und digitale Annehmlichkeiten</b> dabei top-Nennungen u.a.: Digitale Sichtbarkeit   Smart-City & digitale Verwaltung   innovative Wirtschaftsformen	7,0 %
9	<b>... bietet Natur im Urbanen und ist eine Grüne Lunge der Stadt</b> dabei top-Nennungen u.a.: Nachhaltigkeit / Klimaschutz   Ausbauen Grün-Blau-Grün / Grünanlagen / Grüne Lunge	6,2 %
10	<b>... bleibt jung als weltoffenes Zentrum für alle Generationen</b> dabei top-Nennungen u.a.: Mehrgenerationendenken etablieren   Weltoffenheit   Familienstadt   Junge Innenstadt	4,4 %

Also handelt es sich hierbei eher um langfristige Maßnahmen, die zur Zeit nur perspektivischen Charakter haben.

Die nebenstehende Graphik auf Seite 4 ist aus der Studie *Zukunftsgestaltung Innenstädte aus Aalen* (Imakomm Akademie). Ausgewertet wurden die Daten von 747 Kommunen mit Unterstützung von gut 40 Industrie- und Handelskammern und des DIHK.

Sie können Auszüge aus der Studie als pdf in der Geschäftsstelle bekommen: E-Mail: [claudia.koch@zhh.de](mailto:claudia.koch@zhh.de).

### Informationen

Das Kompetenzzentrum Handel hat eine Broschüre erarbeitet, in der Maßnahmen zur Revitalisierung der Innenstädte und Stärkung des lokalen Handels vorgestellt werden.

Sie können diese Broschüre als pdf in der Geschäftsstelle bekommen: E-Mail: [claudia.koch@zhh.de](mailto:claudia.koch@zhh.de).

### Kreative Ideen

Der Status Quo wurde festgestellt, jetzt braucht es Mut, unkonventionelle Ideen umzusetzen. Ein „Das haben wir noch nie gemacht“ ist nicht hilfreich. Zum Beispiel gibt es in Langenfeld eine Kooperation von Parkhausbetreibern und Unternehmen. Jeder, der mitmachen möchte, erhält einen Chip, der den Zugang zu den Parkhäusern ermöglicht und über den die Gebühren bezahlt werden. Wer in teilnehmenden Geschäften einkauft und den Chip einlesen lässt, bekommt Punkte gutgeschrieben, die dann wiederum für das Parken genutzt werden. In Mönchengladbach wurde in der Fußgängerzone eine „Fashionbox“ eingerichtet (sh. Titelbild). Hierbei handelt es sich um eine Abholstation von online bestellter Ware, die direkt angesehen und auch anprobiert werden kann, ggf. werden auch die Retouren direkt durchgeführt. Die Wirtschaftsförderung in Bremen hat einen Wettbewerb für innovative Konzepte gestartet, dessen Gewinner für ein Jahr in einem von der Stadt angemieteten, ansonsten leerstehenden Laden mielfrei arbeiten kann. In Calw wurden leere Schaufenster mit Kunstwerken aus dem örtlichen Museum gefüllt, um das Ambiente zu verschönern.

Diese Beispiele stammen aus dem Handelsblatt: <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/einzelhandel-ein-tinder-fuer-ladenlokale-soll-die-innenstaedte-vor-der-veroedung-retten/27931808.html>



Ein weiteres Beispiel sind die Hackeschen Höfe mitten in Berlin, wo in mehr als 100 Jahre alten Gebäuden gelebt, gewohnt, gearbeitet wird. Handel, Handwerk, Kultur, Gastronomie und Wohnen sind hier eng miteinander verzahnt.

Die hohen Leerstände bieten den schwächelnden Innenstädten die Chance, neue Geschäftsmodelle anzuziehen. Andere Nutzungsmöglichkeiten beleben die Städte. Ein gesunder Mix aus Geschäften, Büros, Dienstleistern, Veranstaltungsorten und Wohnraum steigert die Aufenthaltsqualität erheblich und bedeutet eine Win-Win-Situation für alle.

NEXT LEVEL SOLUTIONS.

