

## Zentral egal - wer braucht die Innenstadt eigentlich noch?

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen,

den großen Hype um die Innenstadt, gibt es ihn noch? Viele Glücksritter haben sie retten wollen. Und natürlich haben auch wir im Stadtmarketing viel Kraft investiert, weil die Innenstadt immer schon unser Thema war. Doch wo stehen wir rund zwei Jahre nach dem Ende der Pandemie? Die großen Fördertöpfe sind bald leer, Förderprogramme laufen aus. Vieles wurde ausprobiert und getestet, einiges verworfen, manches hat sich bewährt. Utopien wurden entwickelt, architektonische und solche für Nutzungen, aber leider nur wenige Modelle, wie diese tragfähig umgesetzt und finanziert werden sollen.

Was ist eigentlich wirklich passiert in den letzten Jahren? Was ist besser geworden? Welche Erwartungen haben sich eher nicht bestätigt? Welche Helden haben gewirkt, welche wunderbaren Einzelrettungen gibt es und vor allem: welche Hand - außer der öffentlichen - investiert Geld in neue Strukturen und schafft wirklich spannende Angebote? Man kann den Eindruck gewinnen, dass es bislang überwiegend Städte, Kommunen und die Länder sind, die mit sozialen, kulturellen und anderen kommunalen Nutzungen die viel beschworene Multifunktionalität der Innenstadt voranbringen. Aber ist das ein tragfähiges Konzept, schaffen diese Aktivitäten allein ausreichende Attraktivität für unsere Stadtmitten, von denen so viel verlangt wird? Wer ist an unserer Seite, wenn sich die kommunalen Kassen leeren und die sogenannten kommunalen Pflichtaufgaben von der Kita bis zur Pflegeeinrichtung die Budgets vollständig beanspruchen? Oder kämpfen wir etwa gegen Windmühlen?

Wenn es darauf eine klare Antwort gäbe, dann würden wir sie kennen. Ganz offensichtlich gibt es sie nicht, und das genau ist die spannende Herausforderung. Wir wollen gerade deshalb auf Spurensuche gehen, denn vermutlich ist es wie immer bei großen Veränderungen: man muss genauer hinschauen, sich die kleinen Pflänzchen ansehen, sie auf ihr Potential fürs große Ganze betrachten, um irgendwann das Big Picture zu erkennen.

Natürlich haben wir die Frage im Fokus, wie man das Innenstadtmanagement gut aufstellt, damit es solche Entwicklungen begleiten kann. Fragen wir das Stadtmarketing, wie es Zwischenräume füllt, Unternehmer und Unternehmerinnen motiviert, Kräfte bündelt und für kreative Luft sorgt. Und natürlich fragen die Hanauer, wie sie es gemacht haben: wie man Komplizen für die Innenstadt findet.

Dass wir in Hanau sind – ist natürlich erklärte Absicht. Hier finden wir viele Antworten auf unsere Fragen, und wir finden auch viele neue Fragen auf dem Weg zu einer auch ökonomisch gut funktionierenden Innenstadt.

Mit kollegialen Grüßen

gez. Bernadette Spinnen  
bcsd e.V.

gez. Daniel Freimuth  
Hanau Marketing GmbH

Mit freundlicher Unterstützung von:

Medienpartner:

## Der Tagungsort: Hanau



Hanau, die Geburtsstadt der Brüder Grimm, liegt in der Metropolregion Frankfurt-RheinMain und ist das wirtschaftliche und kulturelle Oberzentrum im Main-Kinzig-Kreis sowie die kleinste Großstadt in Hessen.

Die rund 106.000 Einwohnerinnen und Einwohner zählende Stadt verfügt über eine stolze Geschichte, die bis in die Zeit der Römer reicht, sowie eine florierende Wirtschaft. Die Stadt strebt die Kreisfreiheit und politische Selbstbestimmung an, die ab dem 1. Januar 2026 in Kraft treten wird.

Als kulturelles Zentrum im Osten des Rhein-Main-Gebiets hat Hanau viel zu bieten: ein hinreißendes Barockschloss, malerische Altstadtkerne, eine historische Kuranlage mit dem ältesten fahrenden Karussell der Welt, elf Museen und mehr als 1.500 Kulturveranstaltungen pro Jahr gehören zu den zahlreichen Attraktionen, die den Besuch zu einem lohnenden Erlebnis machen.

### Hanau – Stadt im Aufwind



In den vergangenen 15 Jahren hat Hanau einen rasanten Entwicklungssprung vollzogen, der sich auch in den stetig steigenden Einwohnerzahlen niederschlägt. Durch vorausschauende Planung der politischen Entscheidungsträger, kluges Stadtmarketing, aktive Wirtschaftsförderung und die Neugestaltung der Innenstadt entstanden neue attraktive Plätze, Kulturstätten, Geschäfte, gastronomische Angebote und Kunst im öffentlichen Raum. Im Rahmen der Konversion der ehemaligen US-Kasernen, die 2008/2009 in die Planungshoheit

der Stadt zurückgegeben wurden, wurden zahlreichen neue moderne Wohn- und Gewerbegebiete sowie das Naturschutz- und Erholungsgebiet Campo Pond mit Przewalski-Wildpferden geschaffen. Als traditionsreicher Industriestandort hat Hanau erfolgreich den Strukturwandel zum Dienstleistungs- und High-Tech-Standort vollzogen und ist heute unter anderem Sitz mehrerer großer Rechenzentren.

### Hanau - Best Practice für Stadtmarketing



Stadtmarketing und aktives Citymanagement haben in Hanau Tradition: Die Hanau Marketing GmbH (HMG) wurde vor 20 Jahren als eine der ersten Stadtmarketingorganisationen in Deutschland gegründet und gilt mit ihren Bemühungen, Hanau als attraktiven Lebens- und Wirtschaftsstandort zu positionieren, vielen Kommunen als Vorbild. Einen Schwerpunkt der HMG-Arbeit bildet dabei die Innenstadtentwicklung. Anfang der 2010er Jahre nutzte Hanau einen Wettbewerblichen Dialog, um die Innenstadt komplett umzubauen. Rund 500 Millionen Euro wurden gemeinsam

mit HBB in ein Einkaufszentrum, eine moderne Bücherei, ein Kino oder die Neugestaltung aller Straßenräume entlang der fünf historischen Plätze in der Innenstadt investiert. Seit 2019 führt die Hanau Marketing GmbH Regie beim Folgeprogramm „Hanau aufLADEN“, in dessen Rahmen sich die Stadt intensiv in den Immobilienmarkt einmischt, mit innovativen Instrumenten um neue Konzepte bemüht und das Ziel ausgegeben hat, Innenstadt gänzlich neu zu denken. Für Schlagzeilen sorgte Hanau zuletzt auch mit dem Ankauf des ehemaligen Kaufhof-Gebäudes, das die Stadt nun in Eigenregie entwickeln und betreiben will.

---

## Exkursionsprogramm am Sonntag, 22. September 2024

---

Bis 15 Uhr	Einchecken im Hotel
15:00 Uhr	Treffpunkt: am Schlossplatz
15:45 / 16 Uhr	<b>Entdeckungstouren durch Hanau mit besonderem Highlight</b> <b>Tour 1: Das Historische Hanau</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Führung durch den Staatspark von 1777 mit dem ältesten Karussell der Welt</li><li>• Besichtigung des Barockschlosses Philippsruhe</li></ul> <b>Tour 2: Hanau und die Amerikaner</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Konversionsentwicklungen auf 340 Hektar ehemaliger US-Militärliegenschaften</li><li>• Bus-Tour durch den Stadtteil und Besuch besonderer Projekte</li></ul> <b>Tour 3: Wie der „Wettbewerbliche Dialog“ das Stadtbild Hanaus veränderte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Stadtrundgang zu den Plätzen des Umbaus</li><li>• Vortrag zum Wettbewerblichen Dialog und Vorführung des Stadtumbau-Films</li></ul>
18:00 Uhr	<b>Abendveranstaltung mit Catering auf dem Dach des durch die Stadt erworbenen Kaufhofs.</b> Ort: Am Markt 2, 63450 Hanau

Hinweis:

Für die Teilnahme am Exkursionsprogramm bitte die entsprechende Tagungsticketkategorie auswählen.

Kosten für das Exkursionsprogramm: 85 EUR inkl. MwSt.

---

## Programm am Montag, 23. September 2024

---

**Veranstaltungsort:** Congress Park Hanau, Schloßplatz 1, 63450 Hanau

**Tagesmoderation:** *Eva-Maria Jazdzejewski, Münster Marketing*

10:00 –  
11:00 Uhr

**Get together & Fachausstellung**

---

11:00 –  
11:45 Uhr

**Begrüßung und Einordnung durch**  
**die bcsd, Bernadette Spinnen, Bundesvorsitzende**  
**die Stadt Hanau, Claus Kaminsky, Oberbürgermeister**

---

11:45 –  
12:30 Uhr

**Die Innenstadt als Demokratieort**

Begegnungsorte wurden in den vergangenen Jahrzehnten zunehmend abgebaut. Dabei könnte hier eine Antwort für die Revitalisierung der Demokratie liegen. Begegnungsorte können dabei helfen, Vertrauen ineinander und ins Gemeinwesen zu stärken. Dabei kommt es auf Ihre Gestaltung an. Darin liegt eine zentrale Aufgabe der Innenstadtentwicklung der Zukunft.

*Dr. Rainald Manthe, Soziologe und Autor*

---

12:30 –  
13:15 Uhr

**Ökonomie und multifunktionale Innenstädte**

Welche Nutzungsmischung macht eine Innenstadt attraktiv für Bürger:innen und Investor:innen? Wie müssen zukünftig Innenstadt-Immobilien als einzelne Mosaiksteine aber auch im Gesamtbild der City bewertet werden? Nicht Nutzungsseiten sondern deren (dauerhafte) Finanzierung ist die Herausforderung. Wie sieht das neue „Geschäftsmodell“ für die Innenstadt aus, wenn der stationäre Einzelhandel und die Erdgeschosslage nicht mehr die betriebswirtschaftliche Grundlage für die Immobiliennutzung/Renditeversprechen bieten? Wer schließt das Mietenloch zwischen „gewollter“ und „betriebswirtschaftlicher“ Nutzung? Welche Rolle übernimmt die öffentliche Hand und was müssen private Akteure beisteuern? Wie können gemeinschaftliche Prozesse angestoßen werden, um den Strukturwandel in den Innenstädten zu bewerkstelligen?

*Prof. Dr. Thomas Krüger, Stadtforscher, Leiter Projektentwicklung und Projektmanagement in der Stadtplanung, Hafen City Universität Hamburg*

---

13:15 –  
14:15 Uhr

**Mittagsimbiss und Fachausstellung**

---

14:15 –  
14:45

**Deutschlandstudie Innenstadt 2024 – Zahlen, Trends & Erwartungen**

Die Studie liefert ein repräsentatives Stimmungsbild zur Innenstadt. Was ist den Menschen wirklich wichtig? Welche Entwicklungstendenzen lassen sich ableiten?

---

---

*Roland Wölfel, Geschäftsführer CIMA Beratung + Management GmbH*

---

14:45 –  
16:00 Uhr

## **Insights: Transformation der Innenstadt! Ja, aber was funktioniert denn nun wirklich?**

Während und nach der Pandemie haben sich viele Städte und Stadtmarketingorganisationen mit Leidenschaft und Mut daran gemacht, ihre Innenstädte in der Krise zu stützen und langfristig aufzuwerten. Vieles wurde ausprobiert, manches verworfen, einiges hat sich bewährt und natürlich gibt es auch die großen Erfolgsgeschichten auf dem Weg zur multifunktionalen Innenstadt. Gemeinsam mit Beratungsbüros aus dem Kreis der bcsd-Fördermitglieder begeben wir uns auf die Suche nach den guten Geschichten der Innenstadt-Transformation - und nähern uns der Antwort auf die Frage, wie die Innenstadtstrategie der Zukunft aussehen könnte.

*Katja Teixeira und Michael Metzler, Mitglieder des Bundesvorstands des bcsd e. V. unter Beteiligung von Kommunalberater:innen*

---

16:15 –  
18:00 Uhr

## **Führungen durch die Hanauer Innenstadt**

Führungen zu „Hanau AufLADEN“, dem Stadtentwicklungsprogramm der Hanau Marketing GmbH zu verschiedenen Schwerpunktthemen:

- ➔ Vorkaufsrecht
  - ➔ Hanau AufLADEN (Pop-Up-Stores, Service-Center, Headhunting, neue Ladenkonzepte, Förderungen)
  - ➔ Führung durch den ehemaligen Kaufhof
- 

Pause

---

19:30 Uhr

## **Gastgeberempfang**

Ort: Alte Kanzlei / Wirtschaft im Hof (Schlossplatz, 63450 Hanau)

Als Pop-up-Gastronomie gestartet hat sich die **Wirtschaft im Hof** im einzigartigen Ambiente der **Alten Kanzlei** etabliert und zum Lieblingsort entwickelt.

Mit freundlicher Unterstützung von:



## Programm am Dienstag, 24. September 2024

**Veranstaltungsort:** Congress Park Hanau, Schloßplatz 1, 63450 Hanau

09:00 –  
09:30 Uhr **Get together & Fachausstellung**

09:30 – **Begrüßung**

10:15 Uhr *Bernadette Spinnen, Bundesvorsitzende der bcsd*

**„20 Jahre Hanau Marketing GmbH - Vom Stadtmarketing zum Stadtmacher“**

*Martin Bieberle, Geschäftsführer Hanau Marketing*

### EXPERIENCE CENTER

<i>Experience Room 1:</i>		<i>Experience Room 2:</i>	
10:20 – 10:40 Uhr	<p><b><u>STADTBAD Kunstforum Brandenburg – strukturelle Chancen und Hürden</u></b></p> <p>Anne Müller ist Kulturentwicklerin, Medienwissenschaftlerin und Initiatorin des STADTBAD e.V., der sich für den denkmalpflegerischen Erhalt des historischen Stadtbades in Brandenburg an der Havel eingesetzt und ein öffentliches Kunstforum entwickelt hat. 2022 gewinnt der STADTBAD e.V. den ersten Platz des Innenstadt-Wettbewerbes des Landes Brandenburg und ist Partner des New European Bauhaus der Europäischen Union.</p> <p><i>Anne Müller, Stadtbad Brandenburg e. V.</i></p>	<p><b><u>Kollektiver Systemwandel! Oder: Wer etwas gestalten bzw. verändern will, hat es mit Widerständen zu tun. Na und?!</u></b></p> <p>Zahlreiche Konzepte wurden in den vergangenen Jahren/Jahrzehnten für die Bocholter Innenstadt entwickelt – etliche Bausteine umgesetzt, manche nicht. Also: Zeit für Neues! Und die aktuellen Veränderungen in Stadt und Handel erfordern neue Denkansätze. Mit der „Innenstadtstrategie Bocholt: KOLLEKTIVER SYSTEMWANDEL!“ möchten die Stadt Bocholt, der Einzelhandel und das Stadtmarketing – mit Hilfe des Büros Stadt+Handel - Ziele neu formulieren, Veränderungen herbeiführen, neue Kommunikationsstrukturen schaffen und letztlich Maßnahmen für eine nachhaltige Verbesserung der Bocholter City umsetzen.</p> <p><i>Ludger Dieckhues, Wirtschaftsförderungs- und Stadtmarketing Gesellschaft Bocholt</i></p>	
10:40 – 11:10 Uhr	<b>Kaffeepause und Fachausstellung</b>		
11:10 – 11:30 Uhr	<p><b><u>Know-how teilen macht Städte stark - das ZAM in Erlangen</u></b></p> <p>Wenn alle an einem Strang ziehen, sind auch kleine Wunder möglich: Aus dem beispiellosen Zusammentreffen von</p>	<p><b><u>Vegane Fleischerei</u></b></p> <p>Die Vegane Fleischerei wurde 2023 gegründet und hat sich seitdem rasant entwickelt. Derzeit betreibt das Unternehmen eine Filiale in Dresden sowie zwei in München. Drei weitere Filialen sind bereits in Planung und</p>	

<p>Corona-Pandemie, einer Geschäftsaufgabe, politischem und bürgerlichem Engagement entsteht mit dem ZAM ein neuer urbaner Treffpunkt mit kulturellem Angebot. Ein Erbbaurechtsvertrag und Grundfinanzierung durch die Stadt machen es möglich, mit neuen Formen von Erdgeschossnutzung nachhaltige Impulse ins Quartier zu senden.</p> <p><i>Jochen Hunger &amp; Britta Walcher, ZAM Erlangen</i></p>	<p>werden in Hamburg, Augsburg und Berlin eröffnen. Neben den stationären Geschäften ist Die Vegane Fleischerei auch im E-Commerce und im Lebensmitteleinzelhandel vertreten</p> <p><i>Nils Steiger, Friends Not Food GmbH</i></p>
<p>11:40 – 12:00 Uhr</p> <p><b><u>CORE Oldenburg</u></b></p> <p>Ein Beispiel für eine gelungene privatwirtschaftliche Nachnutzung ist die ehemalige Hertie Filiale im City Center Oldenburg. Nach jahrelangem Leerstand wurde das Gebäude umgestaltet: Fassaden wurden geöffnet und das Gebäude weitestgehend in den Rohbau zurückversetzt, um die Voraussetzungen für eine Umnutzung zu schaffen. Seit 2021 ist das ehemalige Kaufhaus Standort der Innovationsplattform CORE. Entstanden ist ein spannendes Mischnutzungskonzept, das auf zwei Geschossen attraktive Räume für Coworking, Gastronomie und Veranstaltungen bietet.</p> <p><i>Jannik Wiggers-von Staa, CORE Oldenburg</i></p>	<p><b><u>Second Life Kaufhaus in Leipzig – Leuchtturm für Nachhaltigkeit und für die nachhaltige Zukunft der Innenstädte</u></b></p> <p>Das Second Life Kaufhaus in Leipzig: Ein Leuchtturmprojekt für nachhaltigen Konsum und urbane Transformation. Erfahren Sie, wie wir durch innovative Konzepte und Kooperationen Kreislaufwirtschaft und Ressourcenschonung fördern und dabei die Wirtschaftlichkeit sichergestellt wird. Seien Sie gespannt auf inspirierende Einblicke, wie Sie die Zukunft der Innenstädte gestalten können.</p> <p><i>Michael Katz &amp; Ivo Schüßler-Timm, conlab</i></p>
<p>12:10 – 12:30 Uhr</p> <p><b><u>Die Bibliothek Kreuztal – ein „Dritter Ort“ als Frequenzbringer in der Innenstadt</u></b></p> <p>Die Bibliothek stellt ein gelungenes Beispiel für die Umnutzung einer ehemaligen Handelsimmobilie im Herzen Kreuztals dar. Mit vielfältigen Angeboten weit über die Buchausleihe hinaus leistet sie einen zentralen Beitrag zu einem Mix aus öffentlichen Einrichtungen und Dienstleistungen, Wohnen, Handel und hochwertigen Aufenthaltsflächen in der Kreuztaler Innenstadt.</p> <p><i>Christina Eckstein, Stadt Kreuztal</i></p>	<p><b><u>Zwischenzeit Osnabrück</u></b></p> <p>Die ZWISCHENZEIT 4.0 steht für ein Zusammenspiel von zehn Osnabrücker Zeitgenoss:innen, die einen Leerstand nutzen und mit zauberhaften handgemachten Produkten begeistern. Eingebettet in die tolle Altstadtkulisse findet man diesen regionalen Pop-up-Store aktuell direkt am Markt.</p> <p><i>Simone Brüggemann, Zwischenzeit Oldenburg</i></p>

12:30 –  
13:30 Uhr

*Mittagsimbiss und Fachausstellung*

<p>13:30 – 13:50 Uhr</p> <p><b><u>I LIKE! – das Social Studio im Stern-Center Lüdenscheid</u></b></p> <p>I LIKE! Das Social Studio im Stern-Center Lüdenscheid ist ein innovatives Konzept, das die Offline- mit der Onlinewelt auf bisher unerreichte Weise verbindet und für alle Beteiligten einen echten Mehrwert schafft. Mit 12 spektakulären Fotospots für Instagram und TikTok Momente, die unsere Gäste aktiv dazu einladen, Content für die digitale Welt zu kreieren, bieten wir ein einzigartiges Erlebnis, das jedes Mal aufs Neue begeistert.</p> <p><i>Daniel Dalsasso, MEC-Stern-Center Lüdenscheid</i></p>	<p><b><u>Projektbüro Innenstadt Bremen</u></b></p> <p>Das Projektbüro Innenstadt nimmt eine innovative Schlüsselposition in der Debatte um zukunftsfähige Innenstädte ein. Inmitten des Wandels vermittelt es zwischen Verwaltung, Politik, Wirtschaft, Verbänden, privaten Initiativen und der Stadtgesellschaft und agiert als Schnittstelle zwischen Senatsressorts, Unternehmen und Institutionen und Zivilgesellschaft.</p> <p><i>Lena Panzlau, Innenstadtbüro Bremen</i></p>
<p>14:00 – 14:20 Uhr</p> <p><b><u>Jupiter Hamburg</u></b></p> <p>Ein weiteres Beispiel einer kreativen Um- und Zwischennutzung: Das einzige Kaufhaus, das dich reicher macht. Vom Design-Shop im Erdgeschoss bis zur Party auf der Dachterrasse: Die Rolltreppen des ehemaligen Kaufhauses tragen euch zu unterschiedlichsten Projekten aus der Hamburger Kreativwirtschaft – Etage für Etage. Mit einem Mix aus Dauerbrennern und wechselnden Angeboten ist Jupiter immer in Bewegung.</p> <p><i>Louisa Schwoppe &amp; Celina Behn, Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH</i></p>	<p><b><u>Das mosaïque – ein Haus für alle!</u></b></p> <p>Wie kann Partizipation einer Stadtgesellschaft funktionieren? Wie können unterschiedlichste Menschen voneinander lernen, zusammenkommen und sich ehrlich auf Augenhöhe begegnen? Am Beispiel des mosaïque - Haus der Kulturen, einem innovatives Kulturzentrum für alle Menschen mit niedrigschwelligem interkulturellen Projekten und Angeboten, spricht Dr. Corinna Krome darüber wie ein offenes Haus für alle Realität werden kann.</p> <p><i>Dr. Corinna Krome, mosaïque Lüneburg</i></p>
<p>14:30 – 15:15 Uhr</p> <p><b><u>Abschlussvortrag</u></b></p> <p>Früher war alles besser? Die Auszubildenden und Absolventen von Hochschulen sind auch nicht mehr das, was sie früher mal waren! Und dann auch noch New Work und wohnen im Grünen... Aktuell müssen sich Städte um eine Generation bemühen, die per whatsapp Informationen austauscht, gerne mal chillt und für die das neue google TikTok heißt. Prof. Antje-Britta Mörstedt öffnet in ihrem Vortrag die Tür zur Generation Z (GenZ) und zeigt auf, welche Wertevorstellungen die Generation hat und wie deren Erwartungen an die Innenstadt aussehen.</p> <p><i>Prof. Dr. Antje-Britta Mörstedt, Professorin für allgemeine Betriebswirtschaftslehre an der PFH Private Hochschule Göttingen</i></p>	
<p>15:15 Uhr</p> <p><b><u>Tagesreflexion, Ausblick &amp; Verabschiedung</u></b></p> <p><i>Bernadette Spinnen, Bundesvorsitzende der bcSD</i></p>	

- Änderungen vorbehalten -