

## **LETZTE AUSFAHRT INNENSTADT**

**ES BRAUCHT NEUE WEGE  
UND MUT FÜR DEN WANDEL**



## In dieser Ausgabe

3

Letzte Ausfahrt Innenstadt –  
Es braucht neue Wege und Mut für den Wandel

4

Mittels Bodenmarktpolitik und Vorkaufsrecht die  
Innenstadtentwicklung in die öffentliche Hand nehmen  
Die Innenstadt kaufen?

8

Eine kurze Glosse  
Potemkin 2.0

9

Nur noch eine Worthülse  
Lage, Lage, Lage – reicht das heute noch?

10

Was wäre, wenn alles ginge, was wir uns wünschen:  
Ermöglichungsgebiet Innenstadt ... Eine Phantasie

12

Was hat Paris mit Wülfrath zu tun?  
Beide können ihre ganz eigene Geschichte erzählen!

16

Die Porzer Mitte  
Auf dem Weg zu den guten NEUEN Zeiten!

18

Über die Umnutzungspotentiale ehemaliger  
Warenhäuser im sozialen Wohnungsbau  
Abschlussarbeit zum sozialen Wohnungsbau im Bestand

19

Kontakt und Impressum

## Letzte Ausfahrt Innenstadt – Es braucht neue Wege und Mut für den Wandel

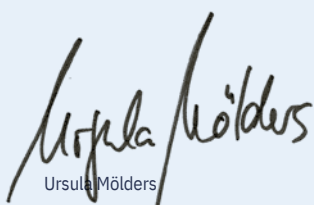
**Es ist vieles so oft, manche sagen, es ist alles gesagt.** Wir müssen es nur tun. Das betrifft die Klimafolgenanpassung, den sozialen Frieden, die ökologische Umstellung unserer Wirtschaft und die Sicherung unserer Demokratie. Auch die Wiederbelebung der Innenstädte im Herzen unserer europäischen Stadt ist vielfach besprochen, macht vielen Planenden aber trotzdem große Sorge. Ist sie schon tot, wenn wir von Wiederbelebung sprechen? Helfen die bislang aufgezeigten Wege nicht? Sind wir mal wieder mit unseren planerischen und städtebaulichen Instrumenten zu langsam für die schnellen Prozesse einer immer digitaler werdenden Welt?

Viele Kommunen dürfen wir im Rahmen von Projekt- oder Citymanagement bei der Umsetzung ihrer Stadtteilzentren- oder Innenstadtkonzepte begleiten. Dabei fragen auch wir uns oft, **was kann von all den bekannten Wegen den Erfolg für eine dauerhafte und nachhaltige Belebung der Innenstadt bringen.** Dann loten wir gemeinsam mit den Auftraggebenden und den Akteur:innen die Chancen für Veränderung aus. Es werden große Hoffnungen in diese Prozesse gesetzt, die dann oft temporär Veränderungen bringen, aber das Rad der Zeit nicht aufhalten.

**In einem ressortübergreifenden Brainstorming haben wir gefragt, wie erreicht man die vielfältige, multicodierte, belebte Innenstadt?** Wir haben die unterschiedlichen Fachdisziplinen bei uns im Büro zusammengebracht und sind vor allem zu dem Ergebnis gekommen, dass mehr Restriktionen erforderlich sein könnten. Die Belebung kann nicht nur durch Spielplätze, Grün und Kultur, sondern vor allem durch Arbeitsplätze und Wohnende erzeugt werden. Und eine Stadt braucht auch immer noch Handel.

Mit unserem europlan stellen wir unsere Gedanken vor. Dabei wagen wir uns einfach mal weit aus dem Fenster. Nicht weil wir denken, dass wir es besser wissen als die vielen engagierten Kommunen und die vielen anderen guten Planungsbüros. **Vielmehr möchten wir mit unseren leicht provokanten Fragen und Thesen einen Beitrag zum Diskurs um die Innenstadt leisten und anregen, die Optionen des Möglichen weiter zu denken.** Geben Sie den europlan gerne an Ihre Politik weiter, wenn Sie denken, dass auch dort der Boden für mehr Mut bereitet werden muss. Für Kritik und Anregungen stehen wir wie immer jederzeit gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihr Feedback.



  
Ursula Mölders



Die Neue Straße war in der Nachkriegszeit im Sinne einer „verkehrsgerechten Stadt“ als Schneise durch die Altstadt gelegt worden. Heute ist sie bebaut, Rathaus und Münsterplatz haben wieder zusammengefunden, und der öffentliche Raum gehört wieder der Stadtgesellschaft.



Die heutige Neue Straße ist ein breit angelegter Shared Space, der vom motorisierten Verkehr nur in Schrittgeschwindigkeit bewältigt werden kann. Die Baustruktur ist modern, fügt sich gleichwohl gut in den Maßstab der Altstadt ein und wird von den Bürger:innen durchweg angenommen.

# Die Innenstadt kaufen?

Ulm zeigt seit mehr als einem Jahrhundert, wie durch erfolgreiche und aktive Bodenmarktpolitik die Verteilung und Nutzung von Boden sozial und nutzungsorientiert gesteuert werden kann. Dabei hat die Stadt nicht nur maßgebenden Einfluss auf die Stadtentwicklung, sondern kann den Ertrag auch für die Verwirklichung weiterer städtischer Projekte reinvestieren. Welche Mittel stehen den Kommunen zur Verfügung, um in die Verteilung und Nutzung von Boden einzugreifen? Und können diese Mittel auch zur Aufwertung von Innenstädten und im Kampf gegen immer mehr Leerstände angewendet werden?

## ■ Bodenmarktpolitik ist ...

ein bewährtes Instrument, um bezahlbaren Wohnraum zu schaffen und gegen Spekulation und rasant steigende Grundstückspreise anzugehen. Es umfasst staatliche und kommunale Maßnahmen, die den Wert, die Nutzung und die Verteilung des Bodens beeinflussen. Wo andere Kommunen oft nur hilflos zuschauen können, hat sich dieses Instrument in Wien und Ulm als erfolgreich herausgestellt. Die Stadt Ulm hat dabei sogar ihre eigenen planerischen Ziele übertroffen: Trotz der vom Gemeinderat festgesetzten Quote von 40 % geförderten Wohnungsbau werden teilweise bis zu 60 % verwirklicht. Darüber hinaus wird eine Nutzungsmischung und hohe architektonische Qualität umgesetzt. Um dies zu erreichen, werden die bodenpolitischen Instrumente der Bauleitplanung, städtebauliche Verträge, Erbbaurecht und Erbpacht, Vorkaufsrecht und Zwischenerwerb sowie eine Verpflichtung der Eigentümer:innen, selbst in ihrer Immobilie zu wohnen, angewandt.

Die Strategie von Ulm, aber auch von Wien ist es, die Schaffung von Bau- und Planungsrecht und die (Weiter-) Veräußerung von Grundstücken an Bedingungen zu knüpfen. In Ulm wird Baurecht durch die Kommune nur geschaffen, wenn das Grundstück in ihrem Eigentum liegt und somit die Veräußerung im Rahmen des Grundstückskaufvertrags gesteuert werden kann – beispielsweise um die mindestens 40 % geförderten Wohnungsbau zu realisieren, eine Konzeptvergabe oder Mehrfachbeauftragung durchzuführen, einen städtebaulichen Wettbewerb zu fordern oder mit städtebaulichen Verträgen Qualität zu sichern. Mittlerweile befinden sich fast 40 % des Stadtgebiets in kommunalem Eigentum. Die Stadt kauft und steuert eine zielgerichtete Stadtentwicklung. Auch das Erbbaurecht statt

des Verkaufs von Grundstücken eignet sich, um über die Grundstücke langfristig zu verfügen und diese somit dem Bodenmarkt zu entziehen.

## Die Planungshoheit liegt bei den Kommunen

Somit ist der Umgang mit dem Boden eine politische Entscheidung. Hauptinstrument des kommunalen hoheitlichen Handelns zur Gestaltung von Art und Maß der Bodennutzung ist die Bauleitplanung. Über die Schaffung von Bau- und Planungsrecht haben die Kommunen direkten Einfluss darauf, was auf neu ausgewiesenen Grundstücken rechtlich zugelassen ist und können dieses maßgeblich mitge-



Über die Schaffung von Bau- und Planungsrecht haben die Kommunen direkten Einfluss darauf, was auf neu ausgewiesenen Grundstücken rechtlich zugelassen ist und können dieses maßgeblich mitgestalten.

stalten. Ein wichtiger Grundgedanke der Bodenmarktpolitik ist, dass es durch die Bauleitplanung zu einer planungsbedingten Wertsteigerung des Grundstücks kommt, die in der Regel bei den Eigentümer:innen verbleibt. Liegt das Grundstück im kommunalen Eigentum, kann nicht nur die Entwicklung selbst bestimmt werden, sondern der Ertrag kommt zudem der Allgemeinheit zugute. Auch in Innenstädten investieren die Kommunen häufig in Aufwertungsmaßnahmen, wie z. B. geförderte Stadterneuerung Aktive Zentren, Einzelhandelskonzepte, Leerstandsbekämpfung und Sanierungsmaßnahmen. Dies führt zu einer Wert-

*Städtebauliche Dichte und gut erreichbare Nutzungen sind Voraussetzung für eine gut funktionierende Innenstadt*

steigerung der Immobilien, von der im Normalfall die privaten Eigentümer:innen profitieren.

**Die Herausforderungen in den Innenstädten sind jedoch anderer Natur ...**

und nicht mit den Herausforderungen der Bodenspekulation und dem Ziel, bezahlbaren Wohnraum zu schaffen, vergleichbar: Es mangelt nicht an Raum, sondern an Möglichkeiten, leerstehende Räume innenstadtgerecht zu füllen. Obwohl den Kommunen durch die Bauleitplanung ein großer Handlungsspielraum zukommt, kann dieses bodenpolitische Instrument für die Entwicklung der Innenstädte nur bedingt genutzt werden. In Innenstädten liegt selten ein Bebauungsplan vor und selbst wenn die Kommune einen aufstellt, worin die Art der baulichen Nutzung hinsichtlich der innerstädtischen städtebaulichen Ziele – wie Nutzungsmischung, Verhinderung von Überangebot einer Gewerbeart, Freiflächengestaltung – verfolgt wird, braucht es immer noch Bauwillige zur tatsächlichen Verwirklichung. Ein Bebauungsplan schafft lediglich ein Angebot und garantiert nicht die Umsetzung.

**Es mangelt nicht an Raum, sondern an Möglichkeiten, leerstehende Räume innenstadtgerecht zu füllen.**

Allerdings zeigen die Erfolge in Ulm, dass sich das Vorkaufsrecht und der Zwischenerwerb als solches – oder in Verbindung mit der Bauleitplanung – als bodenmarktpolitische Instrumente bewährt haben. Über den Erwerb der Grundstücke kann die Kommune diese selbst entwickeln, sichert sich Mitspracherecht bei der (Weiter-)Veräußerung oder vergibt diese per Erbpacht.

**Mittels Vorkaufsrecht und Zwischenerwerb Leerstände füllen**

Von dem Vorkaufsrecht wird auch in anderen Städten zur Lenkung der Gewerbeentwicklung oder für die Nachnutzung von leerstehenden Warenhäusern Gebrauch gemacht. Die Stadt Hanau hat eine Vorkaufsrechtssatzung für Bereiche der Innenstadt beschlossen und kann dadurch den Verkauf von Immobilien beeinflussen und ihre städtebaulichen Ziele verfolgen. Verkäufer:innen und Käufer:innen soll signalisiert werden, dass die Stadt bei einer Gefährdung ihrer städtebaulichen Ziele bei einem Eigentümerwechsel auch bereit ist, von dem Vorkaufsrecht Gebrauch zu machen und das Grundstück selbst zu erwerben. Ziel ist es, ungewünschte Entwicklungen wie Preisspekulation oder Anhäufung innenstadtfremder Gewerbearten zu verhindern und die Gebäude ggf. selbst zu vermieten. Auch die Wissenschaftsstadt Darmstadt hat eine Satzung über ein besonderes Vorkaufsrecht für den Bereich Innenstadt beschlossen, um den (Zwischen-)Erwerb strategisch wichtiger Immobilien in der Innenstadt realisieren zu können. Dies dient neben der Attraktivierung der Innenstadt auch der Realisierung einer klimaresilienten Stadtentwicklung.



**Haupt-Gütermarkt-Platz**  
 • Anbindung an den öffentlichen Verkehr  
 • Belebung und Aktivierung des öffentlichen Raums  
 • Nutzungsmischung, Wohnnutzung  
 • Raumstruktur, Gebäudehöhe, Verdichtung  
 • Freizeitanforderungen, Aufenthaltsqualität  
 • Erhaltung der historischen Bausubstanz

**Park an der 'Halle'**  
 • Anbindung an den öffentlichen Verkehr  
 • Belebung und Aktivierung des öffentlichen Raums  
 • Nutzungsmischung, Wohnnutzung  
 • Raumstruktur, Gebäudehöhe, Verdichtung  
 • Freizeitanforderungen, Aufenthaltsqualität  
 • Erhaltung der historischen Bausubstanz

**Grüner Freiland Europacenter**  
 • Anbindung an den öffentlichen Verkehr  
 • Belebung und Aktivierung des öffentlichen Raums  
 • Nutzungsmischung, Wohnnutzung  
 • Raumstruktur, Gebäudehöhe, Verdichtung  
 • Freizeitanforderungen, Aufenthaltsqualität  
 • Erhaltung der historischen Bausubstanz

Ein Beispiel eines erfolgreichen Zwischenerwerbs, der zu einer nachhaltigen Innenstadtaufwertung führte, demonstriert die Stadt Eschwege. Die Stadt wurde als Projektentwicklerin tätig und erwarb ein leerstehendes Warenhaus. Für den Erwerb gründete die Stadt Eschwege eine kommunale Gesellschaft und nach erfolgreicher Zwischennutzung verkaufte sie das Warenhaus an ein dänisches Einkaufszentrum. Der Synergieeffekt der Wiederbelebung schwappt nun auf den gesamten Innenstadtbereich über.

### Zur Finanzierung des Zwischenerwerbs ...

eignet sich innerhalb der Städtebauförderung der kommunale Entwicklungsfonds. Dabei kann die Kommune zum Erwerb von Grundstücken und zur Beseitigung von städtebaulichen Missständen (wie Leerstände in der Innenstadt) mit anschließender Weiterveräußerung der Grundstücke einen kommunalen Entwicklungsfonds mit einer Fördersumme von maximal 1.000.000 Euro einrichten. Des Weiteren ist die Stärkung des kommunalen Vorkaufsrechts Bestandteil des Gesetzentwurfs zur Novellierung des BauGB zur Stärkung der integrierten Stadtentwicklung.

### Durch Architektur die Innenstadt retten?

Die folgenden Beispiele zeigen, wie das Vorkaufsrecht zur Aufwertung, Belebung und Nutzungsmischung der Ulmer Innenstadt genutzt wird.

Unter dem Motto „Ulms Neue Mitte“ setzt die Stadt auf stadtbildprägende Architektur als Impulsgeber für die Attraktivierung und Belebung der Innenstadt. Das erste Projekt, die weiträumige Verkehrsschneise der „Neuen Straße“, ein Erbe der autogerechten Stadtplanung der 1950er Jahre, wurde nach einem langjährigen Beteiligungsprozess und einem Wettbewerb in den 1990er Jahren überplant. In Folge entstand in moderner Architektur die „Neue Mitte“ Schritt für Schritt. Es wurden das neue Stadthaus auf dem Münsterplatz, das Kaufhaus am Münstertor und die Kunsthalle Weishaupt errichtet. Durch die Neuordnung der Straßen und Gliederung der Gebäude ist zwischen der neuen Sparkasse und der Kunsthalle der Hans- und Sophie-Scholl-Platz entstanden. Letztendlich rettete nicht

und setzte die Vorgaben für die Gestaltung fest: Kein geschlossenes Shoppingcenter, sondern ein offenes Stadtquartier mit belebten Gassen und Höfen. Bei der Mischung aus Einzelhandel, Büros, Gastronomie, Dienstleistungen und Wohnen wurde auch auf eine hochwertige Architektur geachtet. Dadurch, dass das Grundstück von der Stadt Ulm angekauft wurde, sicherte sie sich bei der Entwicklung durch einen privaten Projektentwickler ein starkes Mitspracherecht. Die Neugestaltung des Quartiers ist ein Teil der Gesamtstrategie, die westliche Ulmer Innenstadt attraktiver zu gestalten.

„**Durch Vorkaufsrecht und Zwischenerwerb können impulsgebende und Nutzungsgemischte Quartiere entstehen, die sich auf die gesamte Umgebung positiv auswirken.**“

### Fazit

Über Wien ist schon so viel geschrieben worden. Aber auch die Stadt Ulm hat gezeigt, dass Kommunen ihre Planungshoheit nutzen können, um die Bodenentwicklung maßgeblich zu steuern und ihre politischen und planerischen Ziele umzusetzen! Durch den Erwerb von Flächen sicherte sich die Stadt ein starkes Mitspracherecht. Durch Vorkaufsrecht und Zwischenerwerb können impulsgebende und Nutzungsgemischte Quartiere entstehen, die sich auf die gesamte Umgebung positiv auswirken. Für eine zielgerichtete Innenstadtentwicklung ist die ausschließliche Bauleitplanung allerdings eher ungeeignet. Vielmehr müssen sich die Kommunen trauen, die zu entwickelnden Flächen per Vorkaufsrecht oder Zwischenerwerb zu erwerben, aufzuwerten und anschließend, den eigenen Zielen entsprechend, zu vermieten, zu verpachten oder weiter zu veräußern. Die Ziele sind hier Nutzungsmischung, Leerstandsbekämpfung, Nach- oder Zwischennutzungen und die Herstellung der Zentrumsfunktion. Zudem signalisiert ein Vorkaufsrecht in ausgewiesenen Satzungsgebieten, dass die Kommune gewillt ist, ihre Ziele zu verwirklichen – als Ultima ratio durch den eigenen Erwerb.

„**Kein geschlossenes Shoppingcenter, sondern ein offenes Stadtquartier mit belebten Gassen und Höfen.**“

nur die herausragende Architektur die Innenstadt, sondern auch der Mut, Fehler im Stadtbild zu korrigieren. Heute ist die Neue Straße Busspur und innerstädtischer Shared Space und wird von der Stadtgesellschaft durchweg positiv angenommen.

Die Sedelhöfe bilden das Eingangstor vom Hauptbahnhof in die Fußgängerzone Ulms. Die Funktion des Übergangs spiegelt sich auch in der vielfältigen Nutzungsmischung des Quartiers wider. Die Stadt Ulm initiierte das Projekt



Kaja Seger



Dominik Geyer

# Potemkin 2.0

Unsere Innenstädte kränkeln seit vielen Jahren. Nicht nur in Fachkreisen wird seit langem propagiert, dass nur eine neue Nutzungsmischung den Innenstädten aus ihrer Agonie helfen kann – und dazu gehört ganz besonders das innerstädtische Wohnen. Nur: wie ernüchternd sieht die Realität aus?

■ Für eine zentrale Einkaufslage kann es durchaus befruchtend sein, sich ein Factory-Outlet-Center (FOC) als Vorbild zu nehmen: einheitliche Öffnungszeiten, die kluge Kombination von attraktiven Produkten, Preisen und trendigem Essen oder auch nur eine einladend gestaltete Abfolge von kleinen Wegen, Gassen und Plätzen.

Dieses positive Vorbild kommt aber genau dann an Grenzen, wenn in den oberen Etagen dem alten Feldmarschall Potemkin

Reverenz erwiesen wird: über den Ladenlokalen finden sich in FOCs zwar Obergeschosse, aber hinter den mit Blumen geschmückten Gardinenfenstern liegen Kalträume ohne Nutzung oder auch nur Stützbalken. Eine fassadenhafte Illusion pittoresker Lebendigkeit, die heute Standard ist in modernen FOCs.

Es ist nicht überliefert, ob der russische Feldmarschall Potemkin der Zarin seinerzeit wirklich lebendige Dörfer vorspielen konnte, nur Fassaden und Gerüst dahinter. Die Innenstädte von heute sollten diese Illusion vielleicht lieber lassen, und das zeigen Fakten in der Bundesstadt Bonn. Die Stadt ist ein attraktiver Magnet mit hoher Kaufkraft, vor allem entlang der Sternstraße – der zentralen Fußgängerzone zwischen Friedensplatz und historischem Markt. Auf der einen Seite liegen der Busbahnhof und die großen Parkhäuser, auf der anderen Seite am Markt die kulinarischen Angebote und das historische Rathaus. Dazwischen reihen sich die Filialisten auf – pulsieren der Konsum „at its best“.

Nun haben zwei unserer Werkstudentinnen in der Sternstraße jedes einzelne Haus ins Visier genommen, und es zeigt sich Folgendes: Von den insgesamt 73 Gebäuden stehen in 50 die Obergeschosse komplett leer. Damit sind von insgesamt etwa 200 möglichen Wohneinheiten knapp 140 unbewohnt. Das heißt: Von ca. 6.900 Quadratmetern Wohnfläche sind 4.700 Quadratmeter frei und ungenutzt. Über 150 Menschen könnten hier wohnen, bis zu 400 Büroarbeitsplätze könnten hier untergebracht sein – in perfekter zentraler Lage mit optimaler Infrastruktur.

Fun-Fact am Rande: die leeren Obergeschosse sind längst nicht mehr nutzbar, denn die Eingänge und die Fläche für das

Treppenhaus sind durchweg den Ladenlokalen im Erdgeschoss zugeschlagen. Damit sind die Obergeschosse zwar echt, aber nicht mehr erschlossen – Potemkin 2.0 in Reinkultur. Erschreckenderweise bringen die wenigen zusätzlichen Quadratmeter im Erdgeschoss offensichtlich eine höhere Miete als die Vollvermietung aller Flächen.

Besonders kurios: Ein hübsches, klassizistisches Haus inmitten der Sternstraße. Das Erdgeschoss wird komplett durch eine öffentlich zugängliche Toilette von SANIFAIR belegt. Die drei Obergeschosse müssen leer bleiben, da Eingang, Flur und Treppe nunmehr von Waschbecken, Pissoir und Kloschüssel besetzt sind. Immerhin hängen noch hübsche Gardinen in den oberen Fenstern. Ein mit klassizistischem Stuck verziertes Toilettenhäuschen.

Wer im Übrigen aufmerksam und mit Blick nach oben durch die Fußgängerzonen deutscher Städte geht, stellt fest: Die Bonner Sternstraße ist bei Weitem kein Einzelfall. Dabei wollen Kommunen, Einzelhandel, Gastronomie, Werbegemeinschaften und unzählige Initiativen schon seit Jahrzehnten das Abwandern der Kundschaft aus den Innenstädten stoppen. Und machen sich dabei nicht klar, dass die Leute nicht alle im Internet shoppen, sondern auf der grünen Wiese, nicht zuletzt in den Factory Outlets. Würden die Menschen in der Innenstadt leben, würden sie auch vermehrt dort einkaufen.

Wohnen im Stadtkern ist zwar nicht das alleinige, aber immerhin ein wirksames Medikament für unsere schwer kranken Innenstädte – vor allem in den Klein- und Mittelstädten außerhalb der Metropolen samt ihrer Speckgürtel. Bleibt als Resümee ein einziger Appell: Holt das Wohnen und das Leben zurück in die Innenstadt! Nur dann haben die Innenstädte wieder eine Chance, aus ihrem Dauerkoma zu erwachen.

Dominik Geyer



*Toiletten-„Häuschen“  
in der Bonner Innenstadt*



# Lage, Lage, Lage – reicht das heute noch?

**Nein, lautet unsere schnelle Antwort. Auch ein guter Standort in der Innenstadt ist heute kein Selbstläufer mehr! Was ist zu tun? Viele Eigentümer:innen und Nutzer:innen müssen flexibler werden, um den Wert der eigenen Immobilie zu erhalten.**

■ **Pandemie, Energiekrise und Inflation** haben Spuren in Innenstädten und anderen wichtigen Einzelhandelslagen hinterlassen. Selbst vormals höchst lukrative Immobilien stehen leer, und das nicht nur über den gewohnten Zeitraum einer wechselnden Belegung. Aber noch nicht alle Eigentümer:innen hat die Botschaft erreicht, dass ein Umdenken erforderlich ist. Die Epoche zahlungsbereiter Filialisten mit eigener Investition in Räumlichkeiten und langfristigen Mietverträgen ist passé. Sie warten weiterhin, „schreiben ab“ und schaden so auf Dauer dem Standort, ihren Nachbarn – und letztlich dem Wert ihrer eigenen Immobilie. Doch was ist zu tun?

## **Wirtschaftlichkeit neu denken**

Das Erdgeschoss wird künftig auch an guten Standorten nicht mehr die Obergeschosse mitfinanzieren. Sinkende Mieten im Erdgeschoss erfordern somit höhere Mieten in den Obergeschossen. Die Herausforderung lautet, die Qualitäten von Standort und Immobilie umfassend in den Blick zu nehmen: Welche Rahmenbedingungen sind gegeben, was ermöglichen Gebäudequalitäten und -zuschnitte, wie lassen sich die Nutzungen von Erd- und Obergeschossen längerfristig konfliktfrei kombinieren? Wie sind die Trends bei innerstädtischem Arbeiten und Wohnen, was davon ist an meinem Standort von Bedeutung, und mit welchen Objekten steht meine Immobilie im Wettbewerb?

## **Offenheit für Kooperationen und neue Nutzungen**

Die rückläufige Nachfrage nach Einzelhandelsflächen führte bislang zu unterschiedlichen Reaktionen. Viele folgten der Annahme, dass die Gastronomie den Einzelhandel ersetzen wird. Es zeigte sich aber: nicht jeder Standort, nicht jede Immobilie und auch viele Konzepte funktionieren nicht. Andere Eigentümer:innen gaben vielleicht zu früh auf, und vermieteten an eine Büronutzung. Wenn aber ein Schaufenster zugeklebt, verhangen oder umgestaltet ist, sinkt die Frequenz an Publikumsverkehr. Die Lösung ist leider nicht einfach. Es gilt, die Perspektiven der künftigen Mieter:innen im Erdgeschoss noch kritischer zu prüfen. In vielen Städten unterstützen Zentren- oder Citymanagements, städtische und regionale Wirtschaftsförderung sowie Kammern und Verbände die Eigentümer:innen und Makler:innen bei der Auswahl des gewerblichen Mieters. Hier haben die Eigen-



tümer:innen vor Ort große Vorteile gegenüber der institutionellen Eigentümerschaft: sie können das Netzwerk nutzen! Mit dieser Unterstützung fällt auch der Wechsel von den Gesprächspartner:innen bei Filialisten-Profis zu manchmal zwar kreativen und mutigen, aber betriebswirtschaftlich wenig versierten Existenzgründer:innen leichter. Standorte mit flexiblen Eigentümer:innen haben die besseren Chancen!

## **Investieren**

In jeder Lage gibt es neben den wertigen Immobilien solche, die in der Vergangenheit nur durch ihre Lage vermietet werden konnten. Diese Zeiten sind ebenfalls vorbei. Ladeneinheiten mit schmalen Fronten, ungünstigen Zuschnitten, Sozialräumen ohne Aufenthaltsqualität oder nicht nutzbaren, aber berechneten Lagerflächen werden die Verlierer sein. Das bedeutet last not least: Eigentümer:innen sollten rechtzeitig investieren und ihre Immobilie ansprechend präsentieren. Sie sollten nicht erwarten, dass neue Mieter:innen bereitwillig jeden Aufwand zur Herrichtung der Fläche übernehmen. In den ersten Einkaufszentren laufen Versuche, für die Belegung vorbereitete Ladenlokale mit flexiblen Regalflächen und Dekorationselementen anzubieten. Wieder einmal heißt es, von den Profis zu lernen und neuen Nutzungen den Einstieg zu erleichtern.

*Unser Appell an Eigentümer:innen: Setzen Sie nicht nur Ihr eigenes Einkaufsverhalten voraus! Wagen Sie Testphasen für neue Nutzungen, unterstützen Sie Ihre Mieter:innen bei Problemen und in schwierigen Geschäftsphasen!*



Angelina Sobotta

# Ermöglichungsgebiet Innenstadt ... Eine Phantasie

Stellen Sie sich vor, wie es wäre, wenn jede Kommune ihre Innenstadt ohne großen Verwaltungsakt zu einem „Ermöglichungsgebiet“ ausweist. Oberstes Gebot wäre hier: „Was nicht passt, wird passend gemacht!“, und jede:r tut alles zum Wohle und Nutzen der Allgemeinheit. Der Prozess und die Entscheidungsfindung sind transparent und gerecht gestaltet. Abstimmungen erfolgen in demokratischen Strukturen und mit Partizipation. Alle Akteur:innen ziehen an einem Strang, um die Innenstadt wieder zu einem lebendigen Ort für alle zu machen.

■ **Wer in einem so phantastischen „Ermöglichungsgebiet“** Eigentum besitzt, ein Gewerbe betreibt, Dienstleistungen anbietet oder wohnt, würde aus intrinsischer Motivation nach den gemeinsam aufgestellten Regeln handeln: Eigentum verpflichtet, muss instand gesetzt und in Wert gehalten werden, Handel von heute handelt Hand in Hand, Leerstand ist für alle da – bespielen, gestalten, gewinnen, ich lebe, wo andere Urlaub machen. Ein „Ermöglichungsgebiet“ wäre durch den Gedanken getragen, dass jede:r für sich selbst Verantwortung übernimmt, um für eine stabile Gemeinschaft zu sorgen. Um die Idee zeitgemäß zu gestalten, ist alles digital: Angefangen bei der digitalen Erreichbarkeit bis zur Insta-Fähigkeit der Innenstadt. So, let's work smart to make it smart!

Wenn wir dieses Gedankenspiel fortsetzen: Wer muss an dieser Stelle nun welche Aufgaben und Verantwortungen übernehmen?

## Die Rolle der Verwaltung

Wenn die Verwaltung die Innenstadt ergebnisoffen als „Ermöglichungsgebiet“ ausgewiesen hat, werden gemeinsam mit allen Akteur:innen und der Stadtgesellschaft die Entwicklungsziele festgelegt, die Herangehensweise besprochen und die neue Gesprächs- und Entwicklungskultur manifestiert. Für die Verwaltung heißt es ab jetzt: das Ermöglichungsgebiet ist ein Experimentierfeld. Hier werden Anfragen und Genehmigungen bevorzugt behandelt und die Spielräume der Rechtsgrundlagen ausgeschöpft. Es werden feste Ansprechpersonen im Planungsamt, der Wirtschaftsförderung und beim Stadtmarketing benannt. Alle sind ausgestattet mit jeder Menge Mut und politischer Unterstützung.

## Ermöglichungsrat und erste Schritte

Es wird ein Gremium aus Verwaltung und Akteur:innen vor Ort gegründet. Hier werden auf Basis der Ziele die konkreten Herangehensweisen und Projekte festgelegt sowie Entscheidungen getroffen. Alle Informationen über das Ermöglichungsgebiet laufen hier zusammen.

**Ermöglichungsgebiet digital** – Als erster Schritt werden die Innenstadt und alle städtebaulichen und ökonomischen Daten digitalisiert; diese Angaben stehen allen Interessierten und jeder KI zur Verfügung. Das ist die Grundlage für ein professionelles Ansiedlungsmanagement. Der Datensatz wird konsequent fortgeschrieben werden.

**Funktionsplan** – Es wird genau festgelegt, welche Bereiche welche Funktion übernehmen. Dabei wird neben der prozentualen Verteilung auch die räumliche Zuordnung von Branchen vorgenommen. So steigt die Planungssicherheit für Eigentümer:innen, und es kann eine gezielte Ansiedlungsstrategie durch die Wirtschaftsförderung oder Immobilienmakler:innen erfolgen.

**Gestaltungs- und Handlungsrichtlinien** – Diese müssen für die jeweiligen Standorte in der Innenstadt formuliert werden, aber einem Leitgedanken folgen.

**S-O-S Deluxe** – Im Ermöglichungsgebiet wird es sauberer, sicherer und ordentlicher sein. Die Qualität des öffentlichen Raums hat hohe Priorität für den städtischen Hausmeister, für Ansprechpersonen des Ordnungsdiensts und städtische Grünflächenämter.

**Ermöglichungsfonds** – Für einen festgelegten Zeitraum von fünf Jahren gibt es einen Finanztopf, um die Eigentümer:innen und Gewerbetreibenden zu unterstützen, die Ziele im Ermöglichungsgebiet zu erreichen. Der Fonds wird gefüllt mit Abgaben der Immobilieneigentümer:innen und Gewerbetreibenden, Mitteln der Verwaltung, ggf. Fördergeldern und Strafgebühren.

**Gebührenordnung und Restriktionen** – Um die Ziele zu erreichen, kommt man nicht um Restriktionen herum. Strafgebühren oder Zwangsmaßnahmen greifen dann, wenn Beteiligte sich mutwillig oder bewusst den Maßgaben widersetzen. Strafen fallen für Investitionsstau sowie Minder- und Fehlnutzung an.

„**Entwicklungshilfe**“ – Um ein weiteres Trading-down zu verhindern, sind Leerstand und Mindernutzung zwingend zu verhindern. Wenn Immobilien länger als ein halbes Jahr leer stehen, bekommt der oder die Eigentümer:in Unterstützung durch den Ermöglichungsrat. Sollte dies nicht greifen, oder die Eigentümer:innen sind nicht gewillt, kann in letzter Instanz ein Ankauf durch die Stadt erfolgen mit der Selbstverpflichtung, innerhalb eines halben Jahres zu entwickeln.

**Marketing** – Der Ermöglichungsrat ist für das Marketing und Veranstaltungen in der Innenstadt zuständig. Eine Verknüpfung von offline zu online ist oberste Priorität. Websites und Insta-Spots sind nur der Anfang.

**Eigentum verpflichtet** – Jede:r Eigentümer:in muss das Objekt in optisch gutem Zustand halten und zukunftsorientiert entwickeln. Wer dies nicht aus eigenen Mitteln schafft, kann einen Antrag für den Ermöglichungsfonds stellen.

**Leerstand beseitigen** – Drohende Leerstände müssen dem Ermöglichungsrat sofort gemeldet werden. Nach drei Monaten wird das Objekt für eine Zwischennutzung frei gegeben. Die Zwischennutzung wirkt sich dabei nicht negativ auf den Immobilienwert aus. Auch Leerstände in den Obergeschossen ehemaliger Handelsimmobilien sind nicht zulässig.

### Alle übernehmen Verantwortung

- Gewerbetreibende müssen ihren Beitrag leisten: Finanziell, um das Marketing zu stützen, und sie müssen sich an Vereinbarungen halten.
- Es braucht ein Unternehmernetz, um gemeinsam Kosten zu sparen und Aufgaben zu bündeln: Fensterputzer, Internetauftritt, Immobilienbörse
- Beratung und Schulung – Tür auf und abwarten war gestern. Daher gibt es aufsuchende Unternehmensberatung und allgemeine Schulungen für das gesamte Ermöglichungsgebiet.
- Umsiedlungsprämien – Um dem Funktionsverlust gerade in den Randgebieten entgegenzuwirken, bekommen Unternehmen und Immobilieneigentümer:innen eine Umsiedlungsprämie.
- Soziale Träger und Bildungseinrichtungen – Diese Gruppe hat keine Wertschöpfung, aber eine wichtige Funktion. Sie müssen sich stärker in den Sozialraum einbringen und Kooperationen mit örtlichen Akteur:innen eingehen.

- Anwohner:innen – Wer im Ermöglichungsgebiet lebt, bekommt mehr geboten, muss aber auch mehr hinnehmen. Toleranz und Akzeptanz sind hier die obersten Gebote.

### Phantasie der Veränderung

Wie sagte schon Einstein: „Wenn eine Idee am Anfang nicht absurd klingt, gibt es keine Hoffnung für sie.“ Bedenkt man allerdings, welchen starken Einfluss das Agieren der Immobilieneigentümer:innen auf die Situation in den Innenstädten hat, könnte man den Artikel 14 Abs. 2 des Grundgesetzes „Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen.“ durchaus konsequent heranziehen, um eine stärkere Verpflichtung zu begründen. Denn durch die Vermietung zu angemessenen Mieten und die Instandhaltung der Immobilie wird die Struktur und Funktion der Stadt maßgeblich beeinflusst. Wenn alle nach ihren Möglichkeiten dabei mitmachen, wird im Ermöglichungsgebiet Leben sein, auf den Straßen, auf den Plätzen und auch in den Abendstunden. Spielende Kinder oder Lachen und Geschwätz aus den Kneipen sind hier erlaubt. Das, was man im Urlaub liebt, darf man dann auch zuhause vor der eigenen Haustür leben. Man darf ja mal träumen ...



Yvonne Bleidorn



# Was hat Paris mit Wülfrath zu tun?

**Beide können ihre ganz eigene Geschichte erzählen!**

Die Eröffnungsfeier von Olympia in Paris hat auf grandiose Weise gezeigt, wie Identität, Ambiente, Kultur und Image einer Stadt die Menschen einer Stadt beeinflussen können. Die Pariser:innen, die aufgrund der politischen Lage kritisch gestimmt waren, haben zwei Wochen lang das Herz von Paris gespürt. Sie haben mit der Eröffnungsfeier erlebt, wofür Paris steht, was Paris kann, wer in Paris gelebt hat und lebt und vieles mehr. Alle Wahrzeichen fulminant in Szene gesetzt und die Sportstätten nachhaltig eingebettet: „Das geht über reine Schönheit hinaus, das ist Magie“, so eine irische Reporterin, die in der Augsburger Allgemeinen zitiert wird. Und der Titel des Artikels vom 05.08.2024 lautet; „Oh là là, Olympia! Frankreich badet in Glückshormonen“.

■ **Paris macht seit rund zehn Jahren** unter der Bürgermeisterin Anne Hidalgo mit konsequenter Stadtentwicklung auf sich aufmerksam. So erlebt Paris eine „grüne Wiedergeburt“, um die hohe Luftverschmutzung zu bekämpfen. Zahlreiche neue Parks und Wälder werden bis heute angelegt. Für weite Teile der Stadt gilt seit 2021 das Tempolimit 30 km/h, verbunden mit dem Ausbau der verkehrsberuhigten Bereiche; das bedeutet neu angelegte Fuß- und Radwege sowie weniger Parkplätze im Kern der Stadt. Das Ufer der Seine wird kontinuierlich zu Flanierpromenaden mit Stränden und Sportanlagen umgebaut. Zudem wird das Konzept der „15-Minuten-Stadt“ verfolgt: bis 2030 werden dazu 60 neue U-Bahn-Stationen gebaut, die die Vorstädte mit der Innenstadt verbinden sollen. Das Metronetz wird nach der Erweiterung dann das größte Europas sein. Zudem werden viele „ökologische Viertel“ durch Neubau und Sanierung im Bestand nach hohen Standards nachhaltig (um)gebaut.

Nun kann man sagen, gut, wer den Eiffelturm hat, braucht sich um Kund:innen und Besucher:innen keine Sorgen zu machen, die Tourist:innen kommen auf jeden Fall. Aber was können wir alle von den gelungenen Olympiaspielen von 2024 und von einer mutigen Bürgermeisterin lernen? Und was kann eine kleine Stadt wie Wülfrath, die hier nur beispielhaft für viele andere steht, daraus lernen?

Interessant ist, dass Anne Hidalgo beim Umbau der Innenstadt nicht darüber spricht, dass Paris bei weiter voranschreitendem Klimawandel unbewohnbar wird, obwohl sie einen namhaften Klimaforscher in ihr engeres Team geholt hat. „Nein“, so steht es am 05.01.2020 in der taz, „die sozialistische Bürgermeisterin von Paris spricht über die Lungen von Schulkindern, darüber, dass SUVs aufgrund ihrer Größe Erstklässler übersehen könnten, über Asthma an Autobahnen“. Aus diesen Gründen soll die Hauptstadt bald nur noch für Fußgänger:innen und Radfahrende attraktiv sein. Die Gesundheit ist ihr stärkstes Argument. Das bedeutet, sie führt nicht die dramatischen Folgen der zu erwartenden

Veränderungen in der Stadt auf, sondern sie nutzt eine positive Erzählung und ein erstrebenswertes Ziel. Sie stellt das Narrativ einer zukunftsorientierten und gesunden Stadtentwicklung in den Mittelpunkt, das alle mittragen werden. Die Feier zur Eröffnung von Olympia 2024 hat Geschichten von und über Paris erzählt und damit die Herzen gerührt, Stolz erzeugt und Emotionen geweckt. Und hier liegt der Schlüssel zu dem, was wir von Olympia 2024 und für ein gesundes Lebensumfeld für Kinder lernen können. Das mag sich plattitüdenhaft anhören, aber durch die geweckten Emotionen und positiven Bilder haben die Pariser:innen für eine Zeitlang wieder ihre Stadt lieben gelernt; dies hat Probleme und Kritik vergessen lassen. In dieser Strategie könnte vielleicht auch ein Schlüssel für die Zukunft unserer Innenstädte und Städte liegen: Wir müssen die Menschen im Sinne eines modernen Heimatbegriffs für ihre Stadt und ihren Wohnort wiedergewinnen und ihnen mit Bildern, Angeboten, Ideen und Visionen zeigen, was die Stadt für sie bedeuten kann und: was sie liebenswert macht.

### Schöne Worte ...


Aber wie fängt man einen solchen Prozess an? Am Beispiel von Wülfrath zeigt sich die Herausforderung. In einer wunderschönen Altstadt mit vielen historischen Gebäuden, eingeklammt in einen schön gestalteten Stadtpark, stechen dem Besuchenden die zahlreichen kleinteiligen Leerstände in Erdgeschosslage sofort ins Auge. Der Blick schweift von Leerstand zu Leerstand. Nach verschiedenen Einsatzphasen des Citymanagements und Stadtmarketings, einem zuletzt leider nur bedingt nachhaltigen Zukunftsprogramm Innenstadt, oftmals negativer schlechter Presse zum Zustand der Fußgängerzone und einer schlechten Stimmung in der Stadt scheint weit und breit keine positive Entwicklung in Sicht: „Eine Innenstadt – die gibt es hier nicht mehr.“ Nun haben wir seit Jahresbeginn den Auftrag für ein neues Citymanagement. Kernziele sind der Abbau von Leerständen, die Belebung und die Frequenzsteigerung in der Innenstadt. Und damit stellt sich die Frage nach Henne und Ei: Ohne Frequenz keine neuen Ansiedlungen, ohne neue Ansiedlungen keine Frequenz.

Unser Ansatz war aufbauend auf den vielschichtigen Erfahrungen des kommunalen Stadtmarketings bislang klassisch: Einrichten eines Citybüros, Entwicklung eines neuen Claims und einer Webseite, Flyer mit den Aufgaben des Citymanagements, aufsuchende Gespräche bei den Gewerbetreibenden, Eigentümergespräche, Mitwirken an bestehenden Festen, ein Filialistencheck und die gezielte Ansprache ausgewählter Branchen. Die Stimmung aber, die uns vor Ort entgegenkommt, scheint die Zielerreichung sehr schwer zu machen. Daher stehen wir jetzt, im Herbst 2024, nach etwas über einem halben Jahr an dem Punkt zu überlegen, wie wir in überschaubaren drei Jahren eine Wende erreichen.

Es ist selbstverständlich, dass wir allein mit Geschichten die Situation vor Ort nicht verändern; es braucht auch strukturelle Veränderungen. Und wieder – unabhängig von

Blick nach oben zum Kirchturm der Evangelischen Stadtkirche Wülfraths.






*Hier lässt es sich schön wohnen, in der Wiedenhofer Straße – eine der vielen, kleinen, verwinkelten Gassen mitten in der historischen Altstadt*

Wülfrath – müssen die Akteur:innen in allen Stadtteil- und Innenstadtprojekten zu Beginn des Erneuerungsprozesses die ernsthafte Frage beantworten: Was ist unter den gegebenen Rahmenbedingungen, Strukturen, Möglichkeiten und Entwicklungstendenzen am Standort realistisch zu erreichen? Gegen die Windmühlen von „Früher ging das doch, da waren alle Läden besetzt“ zu kämpfen, ist sinnlos. Bei geschätzten 9.000 Schließungen im Einzelhandel 2023\* kann man die Augen vor der Realität nicht verschließen, sondern muss Aspekte wie Erreichbarkeit, Größe der Stadt, Wegebeziehungen, vorhandene Frequenz, Größe der Ladenlokale, Mitwirkungsbereitschaft der Eigentümer:innen etc. zu einem realistischen Struktur- und Entwicklungskonzept zusammenfügen und die Ziele dabei ebenso realistisch definieren. Es gilt, zwei Fragen zu beantworten: Was können wir strukturell in der Innenstadt verändern, und was können wir emotional bei den Menschen erreichen? Ein ehrliches Ergebnis könnte lauten: Wir haben im Handel keine mittelzentrale Funktion mehr, wollen aber die Mitte unserer Stadt zu einem belebten Ort für alle Generationen machen.

### **Alle ziehen an einem Strang – das Motto für Wülfrath**

Auch der Tenor des 11. IHK-Handelstags am 30. August 2024 lautete: Kommunen, vor allem die kleineren, halten zu sehr am Vergangenen fest. Jede Kommune muss sich fragen, was den Standort eigentlich ausmacht. Wofür steht unsere Stadt? Das Motto ist dann die Überschrift für das Konzept darunter. Kommunen müssen Wirtschaft und Handel verstehen lernen, die richtigen Rahmenbedingungen schaffen, Einzelhandelskonzepte und Analysen ernst nehmen, neuen Ideen, wie z. B. Service- und Online-Shops, eine Chance geben, sich insgesamt Themen wie der „Digitalen Stadt“ oder „Ja zu Verkehr in der Innenstadt“ öffnen. Zudem müssen laut Handelsexpert:innen Angebote abseits der Versorgungsfunktion zugelassen werden. Der sogenannte Nutzungsmix, von dem eigentlich schon immer die Rede ist, ist auch heute das Ziel für eine lebendige Innenstadt, das heißt, neben dem Handel und Wohnen muss Platz für Vereinsleben, soziale Einrichtungen und Dienstleistungsangebote sein. Ein gutes Beispiel für Wohnen in der Innenstadt ist das „Ausbildungswohnen“. Junge Leute wohnen in der Innenstadt zu sehr günstigen Preisen, im Gegenzug verpflichten sie sich zu sozialem Engagement. Auch produzierendes, innenstadtaugliches Gewerbe wieder in die Innenstadt zu holen, kann eine neue Chance sein. Grundsätzlich gilt demnach: „Alles wieder an einem Ort“.

Studien, die seit Jahren einen drastisch sinkenden Konsumindex belegen, sollte Glauben geschenkt und die Innenstädte daran angelehnt umfunktioniert werden (Handelsverband Deutschland (HDE)). Wie eingangs schon erwähnt, kann ein Veränderungsprozess aber nur durch das Zusammenwirken aller beteiligten Akteur:innen gelingen. Ehrenamt-



*Gassenblick von der Hackestraße zur Fußgängerzone der Altstadt Wülfraths – voller Neugier und Vorfreude auf eine Kugel Eis*

\*Quelle: <https://einzelhandel.de/presse/aktuellemeldungen/14133-einzelhandel-in-deutschland-verliert-2023-voraussichtlich-9-000-geschaeft-handelsverband-fordert-gruendungsoffensive>



*Einer der schönsten Plätze in der Altstadt – der Kirchplatz, ein Ort, der Wohnen, Einkehren und Zusammenkommen vereint*

liche sind es, die oft die Prozesse starten, am Leben erhalten und schließlich am Tag X zusammenbrechen, weil zu viel auf ihren Schultern lastet. Anerkennung reicht dafür nicht mehr aus, Werbegemeinschaften müssen professionalisiert und schlussendlich bezahlt werden. Sie sind ein wichtiges Glied in der gesamten Akteurskette!

**„Wir können den Wind nicht ändern, aber die Segel anders setzen.“**

**Cora Hatch, Ende 19. Jh.**

Was ist aber die Strategie bei einer wunderschönen, kleinteiligen Altstadt wie Wülfrath, in der kein Drogeriemarkt, kein Frischemarkt und keine Discounter mehr Platz finden und in der die Menschen links und rechts nur noch über die Leerstände sprechen? Hier schließt sich der Kreis: es ist zum einen die Identität der Stadt und des Orts, die wiederbelebt, ans Tageslicht und schließlich bespielt werden muss. Das funktioniert nur mit neuen Anlässen, die die Innenstadt wieder zu einem interessanten Ausflugsziel werden lassen. Für Wülfrath werden wir versuchen, den Blick der Menschen auf die Geschichte und das Bild der wunderschönen Altstadt umzukehren, das „Herz für Wülfrath“ wieder höher schlagen zu lassen. Eine solch positive Ausstrahlung wirkt sich dann auch auf Gäste und Besuchende aus. Die Wülfrather Stadtbibliothek beispielsweise, gelegen mitten in der Innenstadt, bietet aus unserer Sicht viel Potential für neue Aktivitäten für alle Generationen in der Fußgängerzone. Das Niederbergische Museum Wülfrath, ein gut besuchter Ort am Rande der Innenstadt, wäre ein wichtiger Partner, um auswärtige Besuchergruppen in die

Innenstadt zu lenken. Der über die Stadtgrenzen hinaus bekannte PanoramaRadweg niederbergbahn könnte noch stärker als Potential für die Innenstadt genutzt werden. Die Vielzahl der leerstehenden Ladenlokale sollte bespielt oder die Schaufenster mit identitätsstiftenden Bildern und Geschichten foliert werden.

Darüber hinaus sollen die Ladenlokale so protegert werden, dass Nachnutzungen möglich sind. Dabei sollen sich die Aktivitäten vom Zentrum nach außen bewegen. Für „Außen“ kann dies auch bedeuten, in den Ladenlokalen über andere Nutzungen nachzudenken. Und die Wahrheit muss kommuniziert werden: Wenn keine Kund:innen die Innenstadt besuchen, halten sich weder Geschäfte, Cafés oder Restaurants. So ist das nun mal ... Dennoch gilt, wenn gute Ideen, mitwirkungsbereite Akteur:innen und ein gutes kommunales Management aufeinander treffen, kann das vieles bewirken.

Wir sind überzeugt, Wülfrath hat viele Geschichten zu erzählen, genauso wie Paris. Am Ende wollen alle Städte das Gleiche – eine gesunde, nachhaltige, lebenswerte Stadt für alle Generationen sein. Wir haben in Wülfrath zwar kein Olympiaereignis, um Emotionen so wie in Paris von heute auf morgen umzukehren, aber wir werden uns auf allen Ebenen vortasten und die Geschichte der Stadt neu beleben.



Ursula Mölders



Simone Derr



## Die Porzer Mitte

# Auf dem Weg zu den guten NEUEN Zeiten!

In den „guten ALTEN Zeiten“, da war Porz am Rhein noch eine eigenständige Stadt. Daran änderte auch die Eingemeindung zur Stadt Köln im Jahr 1975 zunächst nichts, denn wenn die Porzer:innen in die Innenstadt fuhren, meinten sie natürlich die Porzer Innenstadt – bis zu einem Paukenschlag im Jahr 2009: Die Schließung des Hertie Kaufhauses und der damit verbundene riesige, zentrale Leerstand in der Porzer Mitte war das Finale eines lang-samen Trading down Prozesses, wie ihn viele andere Städte schmerzlich kennen. Ein Schock, der aber bald Bewegung auslöste: Die Porzer Politik, die Kölner Stadtverwaltung, die moderne stadt GmbH und zahlreiche Porzer Bürger:innen und Initiativen machten sich auf den Weg, ihre Innenstadt neu zu denken – und seit diesem Jahr sind wir mit dem Stadtteilprojekt „Büro Porz Mitte“ mittendrin.

■ **Nach fünf Jahren Leerstand** des Hertie Kaufhauses ist von trübseiligem Stillstand keine Rede mehr: Im Jahr 2014 erwirbt die Stadt Köln das Gebäude und lässt im Anschluss eine Machbarkeitsstudie zur Revitalisierung der Porzer Innenstadt erarbeiten. Das Projekt „Neue Mitte Porz“ ist geboren. Eine der Varianten der Studie wird im September 2015 nach intensiver Bürgerbeteiligung durch den Rat und die Neuaufstellung des Bebauungsplans beschlossen. Von 2017 bis 2018 werden das Kaufhaus und die dazugehörige Tiefgarage abgerissen. Ab 2019 entstehen drei neue Gebäude, ausgestattet mit Gewerbeflächen im Erdgeschoss und Wohnflächen in den Obergeschossen sowie einer neuen Tiefgarage. Erste Bewohner:innen ziehen im Jahr 2022 in die Neue Mitte, mit einem Rewe öffnet ein

neuer Vollsortimenter seine Türen. Bis zur zweiten Jahreshälfte 2025 werden nun die Außenanlagen rund um die neuen Gebäude mit einer Gesamtfläche von ca. 6.900 m<sup>2</sup> fertiggestellt. Ein Wasserspiel im zentralen Bereich zwischen den drei Häusern, Sitzgelegenheiten, Bäume und Spielgeräte bringen dann das von der modernen stadt GmbH betreute Großprojekt zum Abschluss. Ein Planungs- und Bauprozess von über zehn Jahren ist damit beendet. Doch die Stadt Köln hat für die Porzer Mitte noch mehr vor.

**Parallel zur Entwicklung** der Neuen Mitte hat die Stadt Köln auf Basis eines Stadtentwicklungskonzepts Fördermittel der EU und der Städtebauförderung akquiriert, um die Bereiche um die Neue Mitte aufzuwerten. Zu den baulichen Maßnahmen gehört die

Aufwertung des Rheinboulevards der Porzer Mitte – schon jetzt ein Kleinod des Bezirkszentrums. Die baulichen Maßnahmen zielen darauf ab, den Rhein, die Neue Mitte und die umliegende Fußgängerzone miteinander zu verknüpfen. Die parallel zur Neuen Mitte laufende Geschäftsstraße „Bahnhofstraße“ wird ebenso aufgewertet wie die Verbindungsachse zwischen Neuer Mitte und Rhein – die Fußgängerbrücke über die vielbefahrene Porzer Hauptstraße, die Neue Mitte und Rheinboulevard mit Rathaus, Stadtteilbibliothek und Volkshochschule trennt. Durch den Abriss einer Immobilie zwischen Kirche, Neuer Mitte und Bahnhofstraße soll ein neuer Platzbereich entstehen, der diese verschiedenen Bereiche miteinander verbindet. Darüber hinaus beginnt im September 2024 die bauliche Auf-





*Freier Blick: Die Stärkung der Sichtachse zum Rhein ist ein zentraler Aspekt der Neuen Mitte Porz.*

wertung des Parks an der Glashüttenstraße als Naherholungsgebiet direkt angrenzend an die Porzer Mitte.

**Trotz dieser positiven Aussichten** für die Zukunft der Porzer Mitte schwingt uns von vielen Porzer:innen aktuell eine wenig optimistische Stimmung entgegen. Oft wird uns geschildert: Man könne sich nach über zehn Jahren Planungs- und Bauphase die Neue Mitte (noch) nicht vorstellen. Zudem sei das aktuelle Angebot an Einzelhandel und Gastronomie nicht zufriedenstellend, einzelne Leerstände in teilweise renovierungsbedürftigen Immobilien tun ihr Übriges für die negative Wahrnehmung des Stadtbilds. Ein grundsätzliches Problem der Porzer Mitte in den vergangenen fast zwei Jahrzehnten ist: Abseits von traditionellen Veranstaltungen, wie z. B. dem Rosensonntagszug, gab es für die Porzer:innen keine positiven Identifikationsmöglichkeiten. Und hier kommen wir ins Spiel.

**Seit Frühjahr diesen Jahres** sind wir von der Stadt Köln mit dem Stadtteilprojekt beauftragt, das mit allen bekannten Instrumenten der Städtebauförderung ausgestattet ist: Knapp 50 Wochenstunden stehen unserem interdisziplinären Team für das Zentrenmanagement zur Unterstützung und Aktivierung der Gewerbetreibenden der Porzer Mitte, für das Quartiersmanagement zur Vernetzung der Engagierten und sozialen Träger und für eine Quartiersarchitektur zur Beratung der Eigentümer:innen zur Verfügung. Über zwei Verfügungsfonds (Zentren- und Bürgerverfügungsfonds) sowie dem Haus-, Hof- und Fassadenprogramm

ist unser Stadtteilprojekt mit zusätzlichen Fördermitteln ausgestattet. In den ersten Projektmonaten seit Mai 2024 haben wir ein Ladenlokal gefunden und eingerichtet, in dem wir seit September mit regelmäßigen Öffnungszeiten über den Entwicklungsprozess informieren. Das klare Ziel: Alle Porzer:innen sollen auf dem Weg zu ihrem neuen Bezirkszentrum partizipieren.

**Die Potentiale der Porzer Mitte** sind dabei unverkennbar: Mit der Fertigstellung der Außenanlagen der Neuen Mitte im nächsten Jahr wird eine lange und anstrengende Bauphase beendet sein und eine große Aufwertung einhergehen. Darüber hinaus gibt es seit dem Beginn des Prozesses eine stark engagierte Bürgerschaft sowie Vereine und Initiativen. Unabhängig von der kritischen aktuellen Stimmung: Die Porzer Mitte ist schon jetzt lebendig als Verkehrsknotenpunkt für Busse und Bahnen und damit für alle Porzer Stadtteile, der Wochenmarkt zieht zweimal in der Woche viele Besucher:innen an und soll nach der Fertigstellung der Neuen Mitte wieder zentraler auf den Friedrich-Ebert-Platz zwischen den neuen Gebäuden umziehen.

**Den zu erwartenden positiven Effekt** der Fertigstellung der Neuen Mitte möchten wir ab dem nächsten Jahr nutzen, um einen Marketingprozess mit umfassender Beteiligung aller interessierten Bürger:innen und Akteur:innen zu starten. Für diesen Aufbruch möchten wir eine gemeinsame Identität für die gesamte Porzer Mitte schaffen. Konkret dabei herauskommen soll eine Corporate Identity für die Porzer Mitte mit Logo

und Slogan, der von möglichst vielen mitgetragen und genutzt wird. Angeschlossen an die CI streben wir eine Neuausrichtung der Marketingstrategie der Porzer Mitte an. Unser Ziel ist es bereits jetzt, die Gewerbetreibenden durch den Aufbau einer Interessengemeinschaft zu stärken und mit den Akteur:innen vor Ort zu vernetzen. Nur gemeinsam kann es gelingen, eine auf die neue Porzer Mitte ausgerichtete und von den Akteur:innen gemeinsam getragene nachhaltige Marketingstrategie aufzubauen und zu verstetigen. Von neuen Veranstaltungsformaten oder Stadtteilspaziergängen über die Herstellung von Merchandise bis hin zu Porz Porträts mit positiven Stimmen zur Entwicklung des Bezirkszentrums, den Ideen sind zunächst keine Grenzen gesetzt. Die Porzer Mitte soll sowohl digital als auch analog sichtbar werden und zu einem Besuch der Porzer Mitte anregen.

**Die geplanten baulichen Maßnahmen** in der Porzer Mitte sollen die Grundlage für ein starkes und lebendiges Bezirkszentrum für die kommenden Jahrzehnte sein. Dazu gehört aber auch ein engagiertes Netzwerk aus Gewerbetreibenden, Bewohner:innen, Eigentümer:innen, Engagierten und sozialen Trägern, die das Zentrum (be)leben. Darauf wollen wir schon jetzt hinarbeiten und uns mit den Porzer:innen auf den Weg begeben – hin zu den guten NEUEN Zeiten für die Porzer Mitte.



Philipp Dreger

# Über die Umnutzungspotentiale ehemaliger Warenhäuser im sozialen Wohnungsbau

## Abschlussarbeit zum sozialen Wohnungsbau im Bestand

Die Idee, Warenhäuser in Wohnraum oder gemischt genutzte Gebäude umzuwandeln, ist nicht neu. Laut einer Erhebung von PricewaterhouseCoopers GmbH aus dem Jahr 2022 sehen mehr als ein Drittel der geplanten Nachnutzungskonzepte von Warenhäusern Wohnnutzungen vor. Beim Umbau sind umfangreiche strukturelle Eingriffe in die Gebäudestruktur, Fassaden, Einschnitte von Lichthöfen, eine neue vertikale Erschließung des Gebäudes und die Sanierung der Haustechnik erforderlich. Wichtige Erfolgsfaktoren sind dabei die rechtlichen Rahmenbedingungen, die Lage der Immobilie, die Wirtschaftlichkeit des Projekts sowie die Nachfrage auf dem lokalen Wohnungsmarkt. Zentrales Ziel meiner Arbeit war es, ein Bewertungsmodell zu entwickeln, das die sinnvolle Anwendung von Fördermitteln aus dem sozialen Wohnungsbau bei der Revitalisierung von Warenhäusern prüft.



■ **Es gibt schon einige Beispiele**, die zeigen, dass in Warenhäusern erfolgreich qualitätsvoller Wohnraum geschaffen werden kann. Im Kölner Stadtteil Kalk wandelte ein privater Investor einen Kaufhof unter Erhalt der denkmalgeschützten Fassade und der Erweiterung der Gebäudehülle in ein modernes Wohn- und Geschäftshaus um. Das Ergebnis waren über 100 neue Wohnungen zwischen 30 und 120 m<sup>2</sup> in zwei Häuserzeilen über den Handelsflächen im Erdgeschoss. In Lünen wurde in einer Hertie-Immobilie vom Bauverein zu Lünen ein Mixed-use-Konzept umgesetzt. Für Baukosten von ca. 14 Mio. Euro wurden 2.600 m<sup>2</sup> Handels-, Gastronomie- und Dienstleistungsflächen und noch einmal ca. 3.000 m<sup>2</sup> Wohnfläche geschaffen. Dafür wurden die Gebäudehülle vollständig entkernt, mehrere Obergeschosse ganz oder teilweise abgetragen und neue Lichthöfe eingeschnitten. Der Umbau wurde durch das Städtebauförderprogramm Stadtumbau West ermöglicht.

**Meine Arbeit sollte einen Schritt weiter gehen:** Wie kann die Umnutzung einer ehemaligen Kaufhausimmobilie für den sozialen Wohnungsbau unter Anwendung von Fördermitteln erfolgreich sein? Mein Modell sollte unter Berücksichtigung von politischen, gesellschaftlichen, ökonomischen und ökologischen Kriterien eine fundierte Bewertung von Standorten hinsichtlich ihrer Eignung für die Umnutzung in geförderten Wohnraum ermöglichen. Die Untersuchung fokussierte sich auf die drei Fallbeispiele Siegburg, Mönchengladbach und Neuss. Vorab habe ich das Gesetz zur Förderung und Nutzung von Wohnraum sowie die Bestimmungen zur Wohnraumförderung des Landes NRW hinsichtlich einschränkender Bedingungen analysiert.

### Mein Bewertungsmodell funktioniert wie folgt:

Als Grundlage für mein Bewertungsmodell verwendete ich die Nutzwertanalyse. Dieses Modell erlaubt auch die Quantifizierung qualitativer Kriterien und ermöglicht gleichzeitig deren Gewichtung innerhalb der Bewertung. So konnte ich in der Analyse der jeweiligen Standorte politische, ökonomische, gesellschaftliche und ökologische Aspekte im Modell abbilden und sie auf Basis der zuvor erarbeiteten theoretischen Grundlagen gewichten. Für die vier Oberkategorien wurden zwei bis vier quantifizierbare Kriterien ausgewählt und diese innerhalb ihrer Obergruppe gewichtet. Anschließend wird für jedes Kriterium ein standardisiertes Bewertungsverfahren mit entsprechenden Skalen und Vorschriften festgelegt. Dieses Verfahren wird dann auf die Fallbeispiele angewendet und der Nutzwert je Beispiel berechnet.

**Das Bewertungsmodell zeigt**, dass die Umnutzung von Warenhäusern in geförderten Wohnraum grundsätzlich machbar und sinnvoll sein kann. Da die Immobilien sehr groß sind, kann trotz Flächenverlusten durch den Einschnitt von Lichthöfen und die Schaffung von Neben- und Verkehrsflächen viel Wohnraum entstehen. Besonders hoch ist hier das Potential der selbst für Warenhäuser großen



*Das ehemalige Hertie-Kaufhaus in Lünen glänzt heute mit einer gelungenen Nutzungskombination aus Wohnen, Gewerbe und Dienstleistungsflächen.*

Immobilien ab 15.000 m<sup>2</sup> Bruttogeschossfläche. Gleichzeitig können die Investitionskosten durch die Größe der Immobilien besser verteilt werden. Alle drei Fallbeispiele erzielten im Bewertungsmodell mehr als die Hälfte der möglichen Punktzahl, was auf eine grundsätzliche Eignung hinweist.

**Die Analyse** der Wohnraumförderbestimmungen des Landes NRW ergab jedoch, dass die aktuelle Ausgestaltung der Förderbedingungen den Bau geförderten Wohnraums in den Innenstädten behindert. Denn Wohnraum ist demnach nur dann förderfähig, wenn der Standort im Flächennutzungsplan als „Wohnbaufläche, als gemischte Baufläche oder als Sondergebiet Hochschule oder Universität“ (§ 4.1 WFB NRW 2023) ausgewiesen ist. Das bedeutet mit Bezug auf die untersuchten Fallbeispiele, dass sowohl in Mönchengladbach als auch in Siegburg vor dem Umbau erhebliche rechtliche Hürden überwunden werden müssten, ehe die Vorhaben förderfähig würden. In beiden Fällen müssten die Kerngebiete über den FNP in gemischte Baugebiete umgewandelt werden. Diese Regelung steht im Widerspruch zu den Zielen, die Versiegelung neuer Flächen zu vermeiden und die Innenstädte durch gemischte Nutzungen zu beleben, die von der EU vorgegeben und vom Bund mit der Neue Leipzig Charta festgesetzt sind. Eine Anpassung der Förderbestimmungen wäre notwendig, um sozialen Wohnraum in innerstädtischen Gebieten zu ermöglichen und eine Verdrängung einkommensschwacher Gruppen in die Randgebiete einzugrenzen. Mein Fazit: Auch die Umnutzung der Kaufhausimmobilien für geförderten Wohnungsbau ist wirtschaftlich möglich und gesellschaftlich sinnvoll. Aber ohne eine Fortentwicklung der Bestimmungen bleibt die Innenstadt nur den Menschen mit den entsprechenden ökonomischen Mitteln vorbehalten, die es sich leisten können, in der infrastrukturell gut angebundenen Innenstadt zu leben.



Jana Stöhr



**Stadt- und Regionalplanung**  
Dr. Jansen GmbH

## KONTAKT UND IMPRESSUM

### Herausgeber:

Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH  
Neumarkt 49, 50667 Köln, Telefon 02 21 / 94 07 2-0,  
info@stadtplanung-dr-jansen.de,  
www.stadtplanung-dr-jansen.de

### Redaktion:

Ursula Mölders, Dominik Geyer

### Lektorat:

Dorothee Rodermann

### Gestaltung/Layout:

imagedesign | Astrid Sitz

### Bildnachweise:

Umschlag, S. 2: jokerpro, shutterstock.com | S. 4 oben: Achim Bunz; unten: Samuel Tschaffon/Stadtarchiv Ulm | S. 6 – 8, 13 – 15: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH | S. 9 Nadja Wollinsky/Stadtarchiv Ulm | S. 11: ViktorCap, istock.com | S. 12: demerzel21, stock.adobe.com | S. 16 – 17: B. moderne stadt/B.Fischer Luftbildfotografie | S. 17 rechts: moderne stadt/Moritz Gröne | S. 18 – 19: Bauverein zu Lünen | Autorenportraits: S. 3, 7 rechts, S. 9, 15 links: Katja Irion | S. 7 links: Dorothee Rodermann | S. 11, 15 rechts | S. 17: Johannes Haas | S. 19: Jana Stöhr

© Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH



**Klimaneutral**  
Druckprodukt  
ClimatePartner.com/12089-2005-1003



**MIX**  
Papier aus verantwortungsvollen Quellen  
**FSC® C022878**