



Innenstadt als Center denken

Kernbereichsmanagement in einer hessischen Kleinstadt

Wenn eine Innenstadt Probleme mit Leerständen und dem Branchenmix hat, kann ein ganzheitlicher Ansatz verfolgt und die gesamte Innenstadt wie ein Shopping-Center entwickelt und gemanagt werden. Die Idee ist nicht neu, konsequent verfolgt hat sie bislang kaum einer. Die 80 km südwestlich von Kassel gelegene Stadt Frankenberg (Eder) geht aktuell diesen Weg.

Zum Jahresende 2014 vermittelte das Mittelzentrum Frankenberg (Eder) mit seinen 18.100 Einwohnern noch nicht unbedingt

den Eindruck einer attraktiven Einkaufsstadt: Die Fußgängerzone war in die Jahre gekommen. Eine erhebliche Anzahl von Leerständen und die langjährige, zermürbende Diskussion um ein Einkaufszentrum am Innenstadtrand bestimmten das Stimmungsbild. Einig waren sich Verwaltung und Politik darin, dass allein mit einer Leerstandsdekoration oder einem zusätzlichen Stadtfest keine nachhaltige Verbesserung erreichbar ist. Schließlich war es Bürgermeister Rüdiger Heß, der den Gedanken aufbrachte, die Innenstadt ganzheitlich wie ein Shopping-Center zu betrachten und zu entwickeln. Es folgten



Alt- und Neustadt wie ein Center entwickeln – dafür brauchten wir die Kompetenz eines Stadtplaners, eines erfahrenen Beraters in Fragen von Einzelhandel, Tourismus und Stadtmarketing sowie Immobilienprofis mit Kontakten zu attraktiven Anbietern.

Rüdiger Heß, Bürgermeister Stadt Frankenberg



Foto links: Team Kernbereichsmanagement mit Dr. Wolfgang Haensch (cima, links) und Dr. Lars Bölling (UmbauStadt, rechts) mit Uwe Hillemeier (Hillemeier Immobilien, Mitte)

Gespräche mit den Fraktionen, dem Kaufmännischen Verein Frankenberg e. V. und dem Land Hessen als möglicher Fördermittelgeber. Der strategische Neuanfang sollte mit einem integrierten Handlungskonzept eingeläutet werden, welches über städtebauliche Fragen hinaus auch die Zukunftschancen von Alt- und Neustadt als Einkaufsstadt, als touristisches Ziel und als Wohnstandort beantwortet. Aus der anschließenden Ausschreibung ging die Arbeitsgemeinschaft von UmbauStadt (Berlin) und CIMA Beratung + Management GmbH (Köln) als Sieger hervor.

Roter Faden und Neugestaltung Fußgängerzone

Von Anfang an drängte die Zeit. Klare Perspektiven waren gefragt, um sowohl ansässige und auswärtige Unternehmen als auch private Investoren für ein Engagement in Frankenberg (Eder) zu gewinnen. Rund sechs Monate benötigte das Team UmbauStadt/cima für die Erarbeitung eines Handlungskonzeptes. Mit dem Leitbild „Moderne Vielfalt erleben“ enthält das Konzept sowohl für die Neustadt mit der Neustädter Straße als zentraler Einkaufslage, als



Der Muff der 70er Jahre wird mit der Neugestaltung aus der Fußgängerzone vertrieben. Das "Neue Kleid" bietet den optimalen Rahmen für den ambitionierten Versuch, auch in Management und Vermarktung der Einkaufsstraße, neue Wege zu gehen. Innenstadt als Center denken - kann so auch für andere Klein- und Mittelstädte zum Erfolgsmodell werden.

Dr.-Ing. Lars Bölling, Architekt und Stadtplaner
UmbauStadt (Berlin)



auch für die Altstadt mit dem historischen Rathaus und einem herausragenden Fachwerkensemble, ein realistisches Zielkonzept und konkrete Handlungsvorschläge. Bis zu diesem Punkt ähnelt das Vorgehen dem Verfahren in vielen anderen Städten.

Was ist nun also das Neue an Frankenberg (Eder)? Anders und ungewöhnlich sind das Tempo und der Umsetzungswille vor Ort: Bereits während der Konzeptentwicklung fanden Gespräche mit dem zuständigen Ministerium bezüglich einer Sanierung der Fußgängerzone statt. In der Folge beschloss die Stadtverordnetenversammlung im Januar 2016 formal das Handlungskonzept und im April begannen bereits die Bauarbeiten. Pünktlich zum Herbststadtfest konnte der zentrale Bereich der Fußgängerzone fertig gestellt werden.

Neue Attraktivitäten von Handel und Gastronomie

Anders und ungewöhnlich ist aber auch der verfolgte Ansatz zur Ansiedlung neuer Geschäfte und zur Verbesserung des Branchenmixes: Im Rahmen eines vom Land geförderten Kernbereichsmanagements unterstützen UmbauStadt/cima die lokalen Akteure. Das Kernbereichsmanagement ist zunächst auf drei Jahre angelegt. Für relevante Objekte liefern beide Büros Ideen und Vorschläge zur Attraktivierung bzw. übernehmen die Prüfung der Umbaumöglichkeiten oder der Marktsituation. So wurde z. B. ein bestehendes Eiscafé hinsichtlich der Gestal-

tung seiner außergastronomischen Flächen ebenso beraten, wie auch die Möglichkeiten geprüft wurden, nach dem „Knochen-Prinzip“ eines Shopping-Centers mit Magnetbetrieben an den Anfangs- und Endpunkten der Fußgängerzone, anstelle eines vorhandenen Parkhauses der 1970er Jahre, einen zusätzlichen Ankerbetrieb für die Innenstadt anzusiedeln.

Ganz nach der Idee, die Innenstadt als Shopping-Center zu verstehen, wird das Kernbereichsmanagement gemeinsam mit dem Kaufmännischen Verein ebenfalls das Marketing und die Aktionen für die Einkaufsstadt Frankenberg auf den Prüfstand stellen. Ziel ist es auch hier, mit Professionalität die Stadt voran zu bringen.

Für die professionelle Vermarktung des Standortes Frankenberg (Eder) und die Wiederbelebung vorhandener Leerstände erweiterte die Stadt das Team des Kernbereichsmanagements zusätzlich: Mit **Uwe Hillemeier** konnte ein erfahrener und bundesweit aktiver Einzelhandelsmakler gewonnen werden. Er übernimmt die Ansprache der Hauseigentümer und knüpft die Kontakte zu in Frage kommenden Filialisten.

haensch@cima.de