

Anstoß eines Zentrenmanagements für die Innenstadt von Minden



Handlungskonzept

26. Oktober 2022
Dipl.-Geogr. Martin Kremming
M. A. Soziologie Marie Veltmaat

Stadt + Regionalplanung
Handel
Marketing
Digitale Stadt
Management
Wirtschaftsförderung
Immobilien
Tourismus
Mobilität



Auftraggeber

Stadt Minden
Zentraler Steuerungsdienst - Wirtschaftsförderung
Kleiner Domhof 17
32423 Minden

Ansprechpartnerin:

Frau Lohmeier
T 0571-89274
s.lohmeier@minden.de

Förderhinweis

Dieses Projekt wird gefördert aus Mitteln des „Sofortprogramms zur Stärkung unserer Innenstädte und Zentren in Nordrhein-Westfalen“.

Ministerium für Heimat, Kommunales,
Bau und Gleichstellung
des Landes Nordrhein-Westfalen



Landesinitiative
**in!Zukunft.
nenstadt.
Nordrhein-Westfalen.**



Auftragnehmer

CIMA Beratung + Management GmbH
Berliner Allee 12
30175 Hannover
T 0511-220079-50
F 0511-220079-99

www.cima.de

Bearbeitende:

Martin Kremming kremming@cima.de
Marie Veltmaat veltmaat@cima.de

Bearbeitungszeitraum:

Dezember 2021 – Oktober 2022

Handlungskonzept Innenstadtmanagement Minden

Inhalte

| | |
|--|-----------|
| 1. Auftrag, Aufgabenstellung und Prozessablauf | 4 |
| 2. Bestandsanalyse Innenstadt Minden | 11 |
| 3. Empirische Ergebnisse und Beteiligungsergebnisse | 15 |
| 4. Ziele für ein Innenstadtmanagement in Minden | 30 |
| 5. Geschäftsfeldplanung für das Innenstadtmanagement Minden | 35 |
| 6. Handlungsempfehlungen für das Innenstadtmanagement | 42 |
| 7. Fazit und nächste Schritte | 54 |



1. Auftrag, Aufgabenstellung und Prozessablauf

Stadt + Regionalplanung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

Tourismus

Mobilität

Auftrag, Aufgabenstellung und Prozessablauf

Hintergrund und Förderung

Anstoß eines Zentrenmanagements in der Mindener Innenstadt

Die Stadt Minden möchte ein Innenstadtmanagement aufbauen, das die lokalen Akteur*innen bei der Bewältigung der innerstädtischen Herausforderungen unterstützt. Diese sind zum Beispiel eine Zunahme von Leerständen, Frequenzverlagerungen, verändertes Kundenverhalten, Zunahme des Online-Handels sowie Auswirkungen der Corona-Pandemie. Partner für diesen Prozess ist das Projektteam der CIMA Beratung + Management GmbH, das den Anstoß eines Zentrenmanagements mit folgenden Bausteinen unterstützt:

- Chancenanalyse der Nutzungsstruktur von gewerblich genutzten Immobilien bzw. Ladeneinheiten
- Hinweise zu Nach- und Zwischennutzungen leerstehender Immobilien
- Nachhaltige Stärkung der lokalen Netzwerkstrukturen
- Durchführung von Informationsveranstaltungen und Workshops rund um die Themen Innenstadtentwicklung und Leerstands-beseitigung bzw. -vermeidung
- Moderation zwischen Immobilieneigentümer*innen sowie zwischen Immobilieneigentümer*innen und der Stadt Minden
- Maßnahmen des Innenstadtmarketings und der Öffentlichkeitsarbeit
- Einzelbetriebliche Beratungen (ab 2023)

Ziel ist es, das Innenstadtmanagement auch nach Ablauf des Förderprogramms als festes Element der Mindener Innenstadt zu etablieren.

Im Rahmen des "Sofortprogramms zur Stärkung unserer Innenstädte und Zentren in Nordrhein-Westfalen" wurde der Stadt Minden u. a. die *Förderung zum Anstoß eines Zentrenmanagements* bewilligt.

Förderung



Ministerium für Heimat, Kommunales,
Bau und Gleichstellung
des Landes Nordrhein-Westfalen



Auftrag, Aufgabenstellung und Prozessablauf

Ausgangssituation

Die Stadt Minden hat im Jahr 2021 Zuwendungen aus dem Sofortprogramm zur Stärkung der Innenstädte und Zentren in Nordrhein-Westfalen, u. a. mit dem Fördergegenstand „Anstoß eines Zentrenmanagements“, beantragt. Gegenstand der Förderung ist die Stärkung eines innerstädtischen Konzentrationsbereichs als multifunktionalen Ort für Handel, Dienstleistungen, Wohnen, Kultur, Bildung und Freizeit im Sinne des Programmaufrufs zum Sofortprogramm zur Stärkung unserer Innenstädte und Zentren in NRW 2020 bzw. 2021.

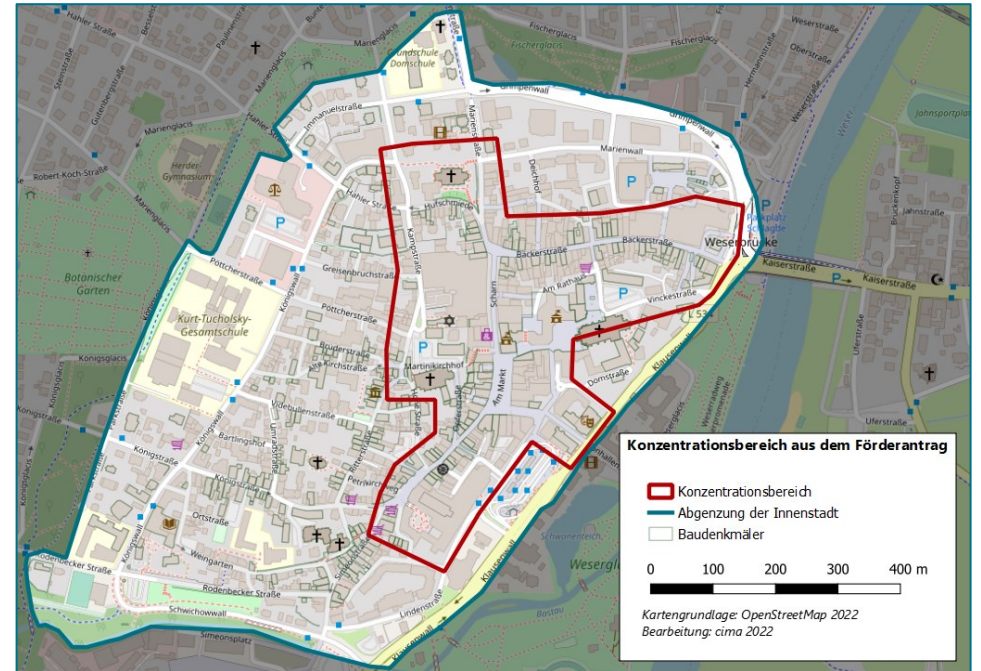


In Folge wurde von der Stadt Minden ein Innenstadtmanagement im Zentralen Steuerungsdienst/Wirtschaftsförderung zur Begleitung und Verstetigung des Prozesses eingerichtet. Das Innenstadtmanagement wird unter Berücksichtigung des vorliegenden Handlungskonzepts auf- und ausgebaut. Parallel zum Prozess „Anstoß eines Zentrenmanagements“ wird derzeit ein Einzelhandelskonzept für die Stadt Minden aufgestellt, aus dessen Daten ein Konzentrationsbereich als Grundlage für das Zentren- bzw. Innenstadtmanagement definiert wurde.



Mit Projekten wie der Umgestaltung der Weserpromenade oder der Revitalisierung zentraler Geschäftsflächen in der Innenstadt stehen in Minden entscheidende Entwicklungen bevor, die bedeutende Impulse für die Innenstadt bereithalten. Die Wirtschaftsförderung ist nun beauftragt, das Innenstadtmanagement konzeptionell aufzustellen. Orientierung gibt dabei auch die „Fortschreibung ISEK 2016-2020“ aus dem Jahr 2015 und der „Masterplan Innenstadt“ aus dem Jahr 2009. Damit baut das Handlungskonzept für das Mindener Innenstadtmanagement auf der Innenstadtentwicklung auf.

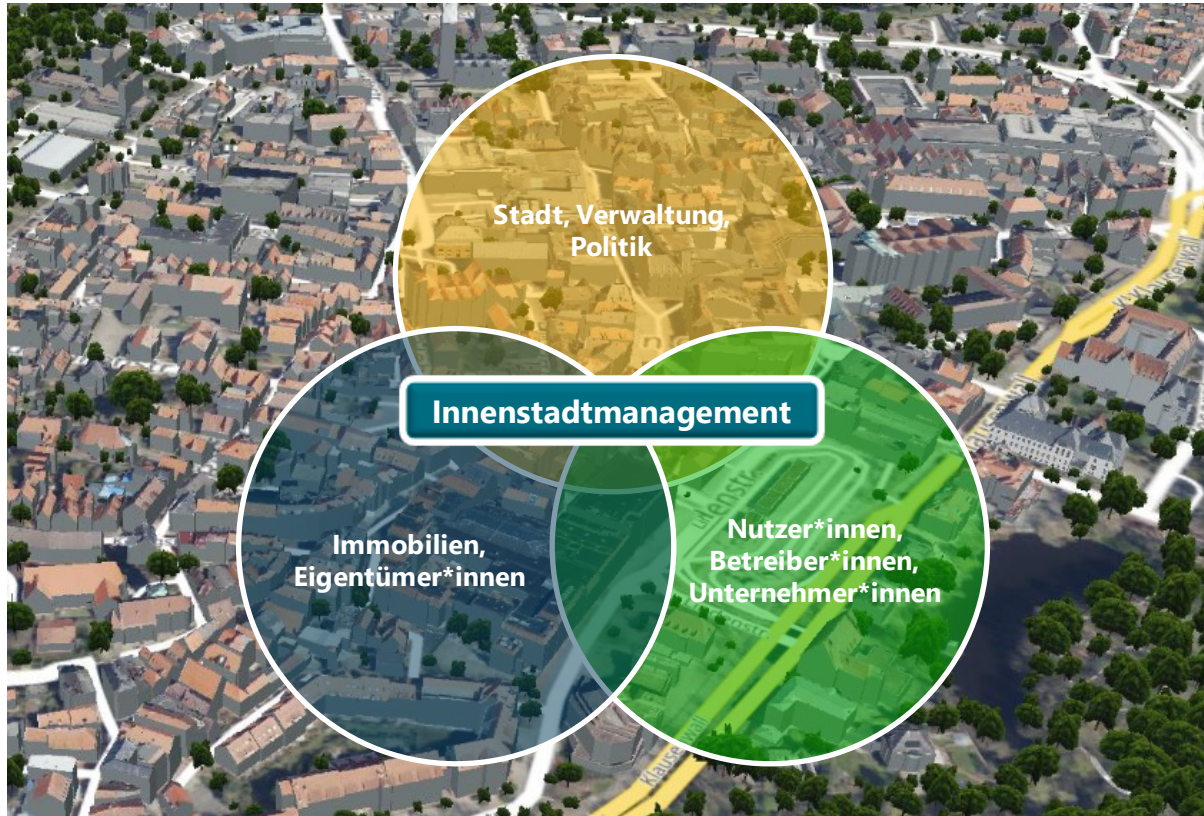
Innerstädtischer Konzentrationsbereich Minden



Quelle: © GeoBasis DE/BKG, 2022, Bearbeitung: cima, 2022

Auftrag, Aufgabenstellung und Prozessablauf

Grundlage: Innenstadtmanagement-Verständnis der cima



Kartenausschnitt © Geobasisdaten des Landes NRW und der beteiligten Gebietskörperschaften in Ostwestfalen-Lippe, Bundesamt für Kartographie und Geodäsie, OpenStreetMap, 2022

Ein Innenstadtmanagement dient als zielgerichtetes Instrument zur nachhaltigen Stärkung des Standorts Innenstadt.

- Innenstadtmanagement übt **Querschnitts- und Vermittlerfunktionen** (Kümmerer 2.0) aus. Diese sind aber klar fokussiert auf den **Wirkungsraum Innenstadt**.
- So versteht sich das Innenstadtmanagement als **Koordinator** der Belange einer vitalen Innenstadt und deckt dadurch eine hohe thematische Vielfalt ab.
- Innenstadtmanagement zielt auf die Stabilisierung bzw. Erhöhung der Besucher*innen- und Kund*innenfrequenzen in der Innenstadt ab. Die Aktivitäten sollen ferner zur Ausdehnung der Verweildauern führen und damit implizit die **Wertschöpfung im Wirtschaftsraum Innenstadt** erhöhen.
- Als Schnittstelle wirkt Innenstadtmanagement immer **neutral** und bringt somit die Interessen der öffentlichen und privaten Akteur*innen konsensual zusammen.

In Summe verbindet ein Innenstadtmanagement städtebauliche Ziele (aus der städtebaulichen Erneuerung) mit dem vitalen Anspruch an eine betriebsame, vielfältig besetzte (Nutzungsmix) und mit qualitätvollen Angeboten ausgestattete Innenstadt.

Auftrag, Aufgabenstellung und Prozessablauf

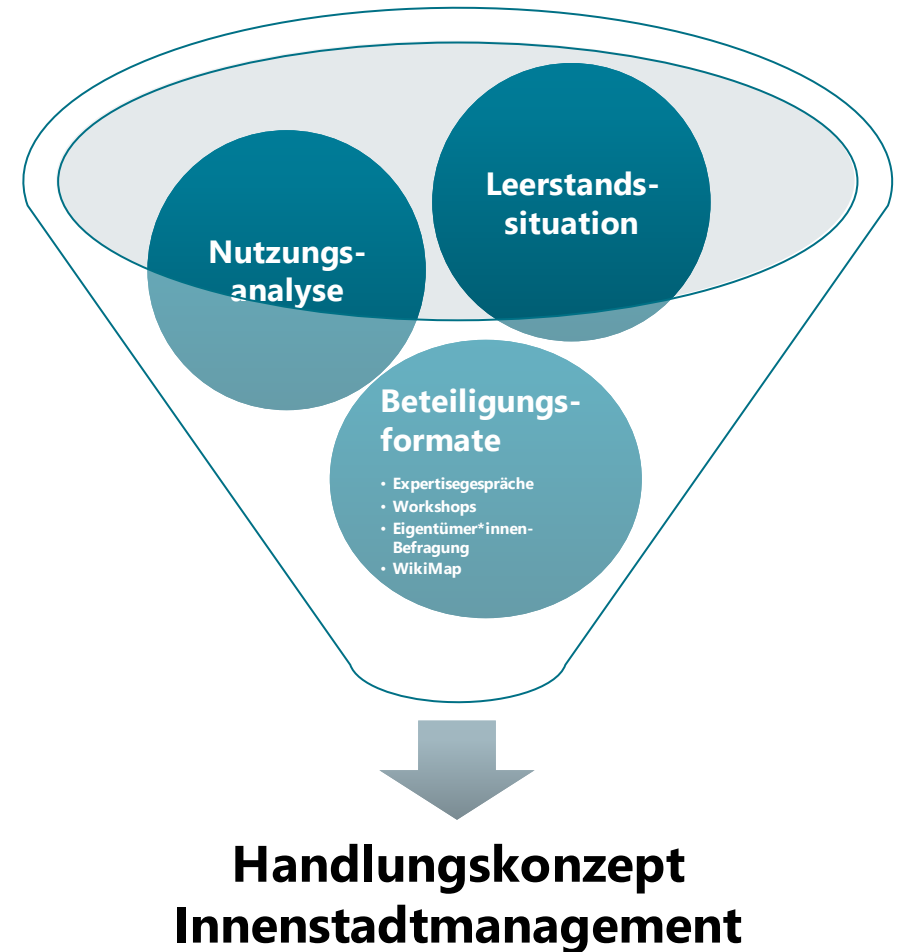
Ziele

Innenstädte und Zentren haben es aufgrund der aktuellen Entwicklungen und Problemfelder im stationären Einzelhandel und zusätzlicher Begleiterscheinungen durch die Corona-Pandemie (Lockdowns, verschärfte Hygienemaßnahmen, Einzelhandels- und Gastronomieschließungen) in den letzten Jahren nicht leicht. Insolvenzen von Ketten und Filialisten sowie Rückzüge von Ankerbetrieben aus der Innenstadt in den Onlinehandel hinterlassen spürbare Effekte in unseren einst durch Shopping und Bummel belebten Einkaufsstraßen. Es ist zudem noch unklar, inwiefern sich der russische Angriffskrieg auf die Ukraine auch auf den stationären Einzelhandel in Deutschland auswirken wird. Steigende Energie- und Baukosten sind zu erwarten – ebenso ist zu befürchten, dass durch eine steigende Inflation Kund*innen weniger Ausgaben für Konsumgüter tätigen könnten.

Aber nicht nur das Einkaufsverhalten hat sich rapide geändert – die digitale Welt nimmt auch in unseren Lebens- und Arbeitsweisen immer mehr Platz ein und damit entstehen nicht nur neue Herausforderungen, sondern auch Chancen für die Innenstädte. Ziel ist es nun, vorhandene Potenziale zu nutzen und nicht (nur) vom Altbewährten, sondern auch von Trends zu profitieren. Damit soll auch Mindens Innenstadt als attraktiver und lebendiger Lebens-, Wohn- und Einkaufsstandort gestärkt werden.

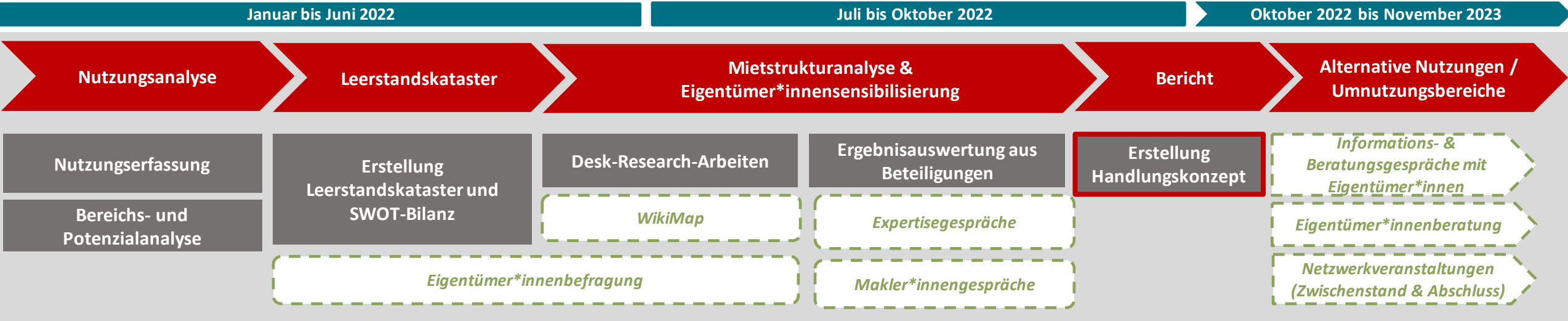
Ein erster Ansatz dafür kann in der Bündelung verschiedenster Akteur*innen der Innenstadt liegen. Das klingt einfacher als es ist, da die Interessenlagen ebenso unterschiedlich sind wie die Anforderungen an eine attraktive Gesamtsituation. Daher gilt es, mit der Bündelung einen Mehrwert für alle zu erzielen. Für ein solches Gelingen bedarf es eines strategischen Managements, das zielgerichtete und transparente Prozesse anschiebt.

Die cima wurde damit beauftragt, einen räumlichen Managementansatz für die Mindener Innenstadt aufzustellen, um perspektivisch Entwicklungshorizonte zu skizzieren und Konzentrationsbereiche mit erhöhter Betreuungstiefe vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklungen festzulegen. Zudem erfolgte eine immobilienwirtschaftliche Datenerhebung sowie eine Bestandsaufnahme bezüglich vorhandener Nutzungen und Unter- oder Fehlnutzungen. Der Auftrag umfasst außerdem die Durchführung und Moderation von Informationsveranstaltungen und Workshops sowie die Beratung von Immobilieneigentümer*innen zu alternativen Nutzungsmöglichkeiten in Abstimmung mit den Fachdienststellen der Stadt Minden und auf Grundlage des vorliegenden Handlungskonzeptes.



Auftrag, Aufgabenstellung und Prozessablauf

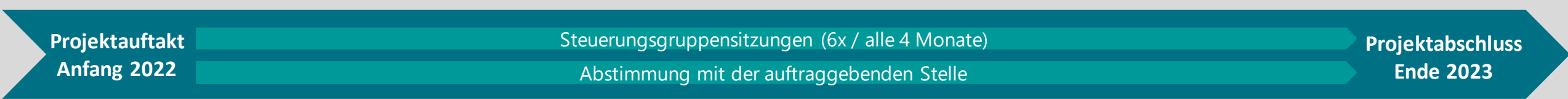
Zeitplan



Moderation und Beteiligung



Prozesssteuerung



Auftrag, Aufgabenstellung und Prozessablauf

Prozessschritte der Analysephase bis September 2022

- **Projektstart und Auftaktspaziergang**
 - Auftragsbestätigung und Projektstart im Dezember 2021
 - Versand der Anschreiben an Eigentümer*innen mit Sammlung von Einverständniserklärungen zur Kontaktaufnahme
 - Auftaktspaziergang als gemeinsame Begehung der Innenstadt und Randbereiche sowie eine erste Erörterung des Konzentrationsbereichs
- **Sitzungen der Steuerungsgruppe**
 - Vertretende aus der Verwaltung, Handel und Innenstadtakteur*innen zur Richtungsvorgabe im Prozess und Festlegung von Prozessschritten sowie Ergebnislegitimation
- **Leerstandserhebung**
 - Durchführung einer Erhebung der innerstädtischen Leerstände im April 2022 sowie Aktualisierungen/Ergänzungen im Juni und August 2022
- **Workshops mit Stakeholder*innen und Eigentümer*innen der Innenstadt**
 - Erster Workshop mit Innenstadtakteur*innen zur Abgrenzung von Innenstadtbereichen, Stärken, Schwächen, Ideen und Defiziten im April 2022 (21 Teilnehmende)
 - Zweiter Workshop mit Eigentümer*innen als Fokusgruppe zu den Themen Trading-Down, Leerstand, (städte-)bauliche Rahmenbedingungen, Förderprogramme, Erfolgsfaktoren funktionierender Immobilien und Netzwerkstrukturen im Juni 2022 (46 Teilnehmende)
- **Online-Eigentümer*innenbefragung**
 - Durchführung einer Befragung zu Immobilienstrukturen in der Innenstadt im Zeitraum vom 22.03. bis 17.07.2022
- **WikiMap**
 - Interaktives und öffentliches Beteiligungstool zur Verortung von Stärken, Schwächen und Ideen für die Innenstadt. Teilnahmemöglichkeit vom 28.05.2022 bis zum 17.07.2022
- **Expertisegespräche**
 - Expertisegespräche mit Eigentümer*innen im August 2022
 - Themenfelder: Mietstrukturen (Mietmodelle, Miethöhe, Laufzeit, Mietvorstellungen, Bereitschaft für Staffelmieten etc.), Nutzungsmöglichkeiten einzelner Immobilien (vorstellbare Nutzungen, Bereitschaft für Anpassungen, etc.), Erweiterungsmöglichkeiten und Nutzungsperspektiven, Perspektiven für die Innenstadt und das Innenstadtmanagement

2. Bestandsanalyse Innenstadt Minden

Stadt + Regionalplanung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

Tourismus

Mobilität

Bestandsanalyse Innenstadt Minden

Stadtweite Konzepte I

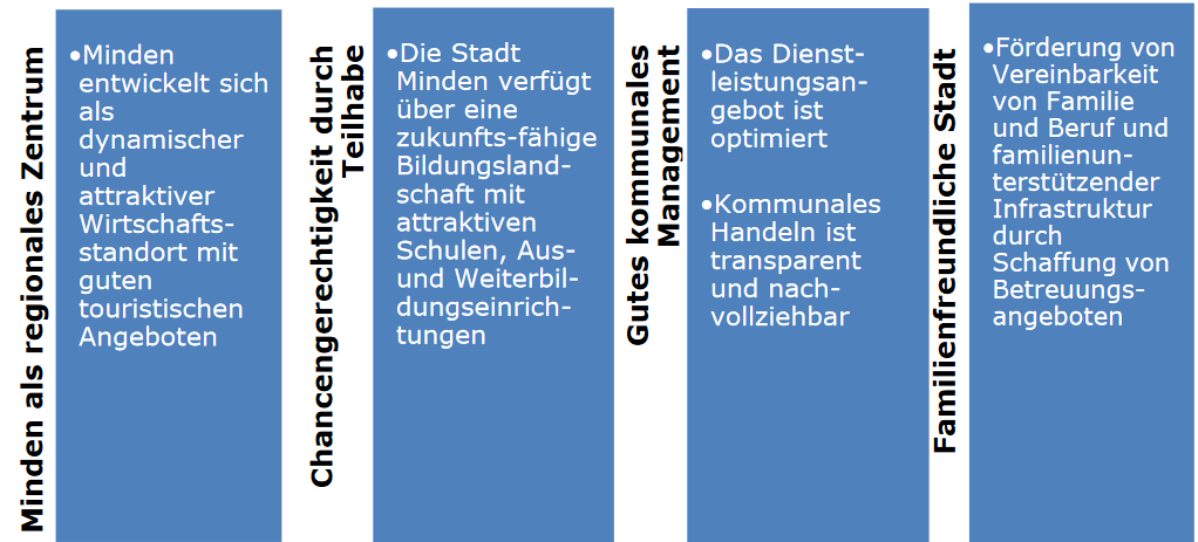
Neben dem strukturellen Ansatz der Stadtentwicklung, bezogen auf die überregionalen Planungsebenen, soll das Handlungskonzept auch auf lokaler Ebene nicht im luftleeren Raum entwickelt werden. Die Stadt Minden kann auf unterschiedliche Konzepte und bereits erarbeitete Strategien zurückgreifen, aus denen schon viele wertvolle Maßnahmenvorschläge oder Handlungsempfehlungen hervorgegangen sind. Somit bieten sie eine Orientierungshilfe und eine Handlungsrichtlinie zugleich. Im Folgenden soll explizit auf die jüngsten aufgestellten Arbeiten eingegangen werden.

Wirtschaftsförderungskonzept

Der Aufbau eines Innenstadtmanagements birgt viele Berührungspunkte zu den Aufgaben und Zielen der Wirtschaftsförderung. Durch die langjährige Arbeit der Wirtschaftsförderung Mindens inklusive des Wirtschaftsförderungskonzeptes und ihrer vier Fortschreibungen kann an dieser Stelle auf bewährte Grundlagen zurückgegriffen werden. Die Wirtschaftsförderung wurde bereits in den strategischen Zielen der Stadt Minden verortet.

In der aktuellen vierten Fortschreibung des Wirtschaftsförderungskonzeptes wurden bereits zahlreiche Handlungsfelder der Wirtschaftsförderung in Minden festgehalten, denen jeweils Projekte mit vorgesehenen Zielen zugeschrieben werden. Darunter fällt das Qualitätsmanagement und Unternehmensservice (Bestandspflege, Unternehmensservice, Informationsmanagement und Netzwerkmanagement), die Standortentwicklung und -management (u. a. Gewerbeflächenentwicklung, Fachkräfteentwicklung, Innenstadtentwicklung und Optimierung der Infrastruktur) sowie die Förderung von Gründer*innen und Start-Ups.

Die Wirtschaftsförderung im strategischen Zielsystem der Stadt Minden



Quelle: Stadt Minden, vierte Fortschreibung des Wirtschaftsförderungskonzeptes (26.01.2021), S. 50

Einzelhandelskonzept (derzeit in Erarbeitung)

Wichtig für ein zielorientiertes Innenstadtmanagement ist die bedarfsgerechte Anpassung auf die Einzelhandelssituation und deren Entwicklung. In der derzeit aufzustellenden Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes ist bereits umfassend die Angebotssituation in der Stadt Minden analysiert.

Die Tendenzen der Gesamtzahl an Einzelhandelsbetrieben, der Gesamtverkaufsfläche und der Verkaufsfläche je Einwohner*in zeigen jeweils abwärts und bestätigen mit dieser Entwicklung die bundesweiten Trends. Dennoch gibt es im Bereich des Einzelhandels Potenzial, die Entwicklung in eine nachhaltige Richtung zu lenken. Auch für den Innenstadtbereich können unter Beteiligung der jeweiligen Akteur*innen die Grundsteine für eine resiliente und zukunftsichere (Nah-)Versorgung, ein passendes Sortimentsangebot und eine flächen- und wegesparende Planung der Einzelhandelsstandorte gelegt werden.

Integriertes Stadtentwicklungskonzept (Fortschreibung ISEK 2016 – 2020)

Die Fortschreibung des Integrierten Entwicklungskonzeptes Aktives Stadtzentrum Minden Innenstadt 2016 - 2020, kurz ISEK, umfasst ebenfalls eine breite Spannweite an Maßnahmen und Zielen für die Mindener Stadtentwicklung. Darunter fallen einige bereits abgeschlossene oder sich unmittelbar vor dem Abschluss befindende Maßnahmen, aber auch weitere noch laufende Maßnahmen und bereits geplante Maßnahmen.

Insbesondere bei Letzteren ist es sehr sinnvoll für das Innenstadtmanagement einige inhaltliche Vorschläge aus dem ISEK angepasst zu berücksichtigen. Mögliche zu berücksichtigende Maßnahme könnte die Vereinheitlichung des Stadtbildes sein. Kleine Wege, wie die Tränke (zwischen Bäckerstraße und Vinckestraße) oder die Johannispassage, sollen angenehmer, sicherer und sauberer gestaltet werden, was wichtige Eckpfeiler für die weitere Innenstadtentwicklung und die Arbeit des Innenstadtmanagements sind.

Darüber hinaus wird das Innenstadtmanagement in stadtplanerische Projekte einbezogen und wirkt dabei aktiv mit.

Bestandsanalyse Innenstadt Minden

Leerstandssituation

- Die Leerstände in der Innenstadt wurden im April 2022 durch die cima erfasst, Ende Juni und im August 2022 vollständig überprüft und angepasst → Leerstände zu diesem Zeitpunkt sind daher hier berücksichtigt.
 - Die Erhebung erfolgte im Rahmen einer Dokumentation der Nutzungen, Aufnahme und Bewertung der Ladenflächen, Immobilien- und Gebäudezustände.
 - Die cima versteht unter einem Leerstand allgemein Erdgeschossflächen mit kund*innenorientiertem Charakter.
 - Eine Verfügbarkeit der Fläche wurde aus äußeren Merkmalen abgeleitet. Die faktische marktwirtschaftliche/immobilienseitige Verfügbarkeit wurde nicht geprüft.
- **Insgesamt wurden 39 Leerstände im Untersuchungsraum Innenstadt ermittelt.**

Übersicht der Leerstände im Untersuchungsraum und Konzentrationsbereich, Stand August 2022



Kartengrundlage: GeoBasis-DE / BKG 2022; Bearbeitung: cima (2022, Stand August)

3. Empirische Ergebnisse und Beteiligungsergebnisse

Stadt + Regionalplanung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

Tourismus

Mobilität

Empirische Ergebnisse und Beteiligungsergebnisse

Überblick Methodik

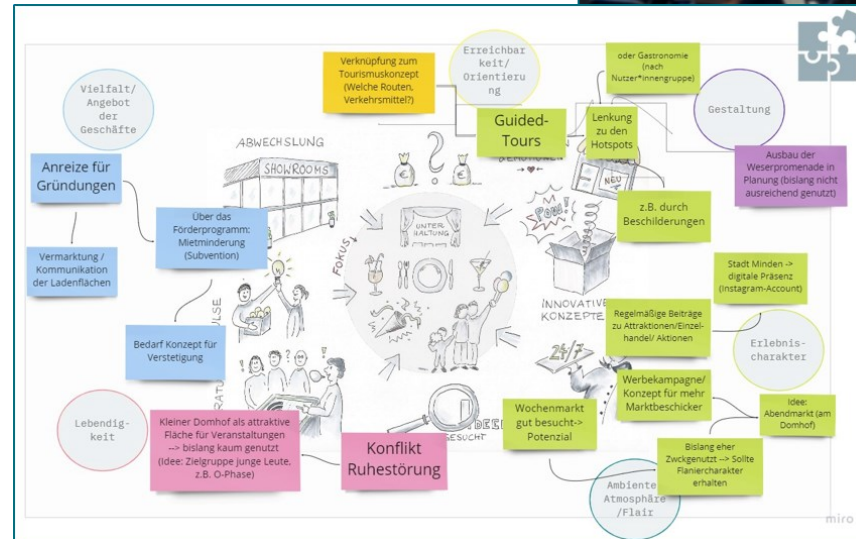
| | A Konzept-Workshops | B Eigentümer*innen- befragung | C Expertisegespräche | D WikiMap | E Steuerungsgruppe |
|----------------------------|---|--|---|--|--|
| Teilnehmende | Innenstadttakteur*innen, Eigentümer*innen, Mitarbeitende der Verwaltung <i>Insgesamt 67 Personen (zwei Termine)</i> | Eigentümer*innen <i>74 Personen (29 vollständige Rückläufe)</i> | Eigentümer*innen, Vertretende von Hausverwaltungen <i>9 Personen</i> | Öffentliche Beteiligung (anonym) <i>139 Beiträge und 1349 Bewertungen</i> | Vertretende aus der Verwaltung, Handel und Innenstadttakteur*innen <i>9 Personen</i> |
| Methodik | Moderierte Workshops in thematischen Arbeitsgruppen | Online- und Print- Fragebogen | Leitfadengestützte Expert*inneninterviews | Interaktive Karte mit Beteiligungsmöglichkeit über eine öffentliche Webseite | Online-Videokonferenzen |
| Termin / Laufzeit | 25. April 2022 und 14. Juni 2022, jeweils ca. 2 Stunden | 22. März – 17. Juli 2022 | 6 Termine im August 2022, durchschnittliche Dauer: 60 Minuten | 28. Mai – 17. Juli 2022 online auf www.mindengestalten.de | Quartalsweise (fortlaufend) |
| Themen / Inhalte | Abgrenzung von Innenstadtbereichen, Stärken, Schwächen, Ideen und Defiziten, Trading- Down, Leerstand, Förderprogramme, Erfolgsfaktoren funktionierender Immobilien, Netzwerke | Immobilienstrukturen Innenstadt, Leerstandssituation und -risiken, Zustand und Flächenstrukturen, Sanierungsabsichten und -aktivitäten, Bedarfe und Wünsche | Mietstrukturen, Nutzungsmöglichkeiten einzelner Immobilien, Erweiterungsmöglichkeiten und Nutzungsperspektiven, Perspektiven für die Innenstadt und das Innenstadtmanagement | Lieblingsorte, Stärken, Schwächen, Leerstände, Projektideen in der Innenstadt | Richtungsvorgaben im Prozess und Festlegung von Prozessschritten sowie Ergebnislegitimation |
| Ergebnisdarstellung | Kurzfassung: Folie 17-20 Grundlage: <i>Materialband 1</i> | Kurzfassung: Folie 21-23 Grundlage: <i>Materialband 2</i> | Kurzfassung: Folie 24 Grundlage: <i>Materialband 2</i> | Kurzfassung: Folie 25-28 Grundlage: <i>Materialband 3</i> | <i>Präsentationen/Protokolle</i> |

Empirische Ergebnisse und Beteiligungsergebnisse

Ergebnisübersicht A Konzept-Workshop Innenstadtakteur*innen

Überblick und Prozess

- Innenstadtakteur*innen und Stakeholder (21 Teilnehmende)
- 3 Arbeitsgruppen mit Tauschoption nach der Hälfte der Workshop-Phase (via Miro)
 - Gruppe 1: „Quartiere und deren Entwicklung“
 - Gruppe 2: „Stärken-Schwächen-Chancen-Risiko Analyse“
 - Gruppe 3: „Nutzungs- und Projektideen“
- Erarbeitung von 8 Schlüsselthemen der Mindener Innenstadt:
 1. Schwächen der Innenstadt Minden nach Themenfeldern
 2. Stärken der Innenstadt Minden nach Themenfeldern
 3. Alleinstellungsmerkmale
 4. Abgrenzung von Quartieren
 5. Fehlende Nutzungen/Problemlagen
 6. Nutzungs- und Projektideen
 7. Wichtige Maßnahmen(-vorschläge)
 8. Zukunftsthemen/Potenziale



Miro-Board vom Workshop #1

Workshop #1 mit Innenstadtakteur*innen

Empirische Ergebnisse und Beteiligungsergebnisse

Ergebnisübersicht A Konzept-Workshop Innenstadtakteur*innen

Ableitungen für das Handlungskonzept

- Aufstellung von Handlungsempfehlungen für die zentralen Defizite/Handlungsbedarfe: Barrierefreiheit, Erreichbarkeit, Müll/Sauberkeit, sanitäre Infrastruktur, Stärkung des stationären Handels, keine Reduzierung auf Einzelhandel.
- Weitere Fokussierung auf die besonderen Stärken der Mindener Innenstadt: Altstadt & historischer Markenkern, Teile der Fußgängerzone, „Gastronomie-Meile“, WLAN, Begegnungsort, Parkplätze.
- Teilräumiges, quartierspezifisches Denken (4-5 Quartiere): unterschiedliche Klientele, unterschiedliche (Branchen-)Schwerpunkte usw.
- Berücksichtigung der genannten fehlenden Nutzungen/Problemlagen und dazugehörigen Änderungsvorschläge, z. B.: stärkere Förderung & Unterstützung von Existenzgründer*innen für die vorhandenen Leerstände.
- Übernahme von passenden Nutzungs- und Projektideen oder Maßnahmenvorschlägen, z. B.: Anreize für Geschäftsgründungen schaffen, Ausbau des Wochenmarktes, größere digitale Präsenz der Stadt.
- Eingebettetes Handlungskonzept in Bezug auf gesamtgesellschaftliche Anforderungen für die Stadtentwicklung (z. B. Belebung der Innenstadt, zeitgemäße Mobilität, Leerstandsmanagement).
- Mindens Zukunftsfähigkeit sollte gezielt verstärkt werden, Potenziale nutzen, z. B. durch die Vorschläge: Barrierefreiheit, Minden attraktiv für Kund*innen gestalten – auch über die Stadtgrenzen hinaus (etwa durch Veranstaltungen oder Events).



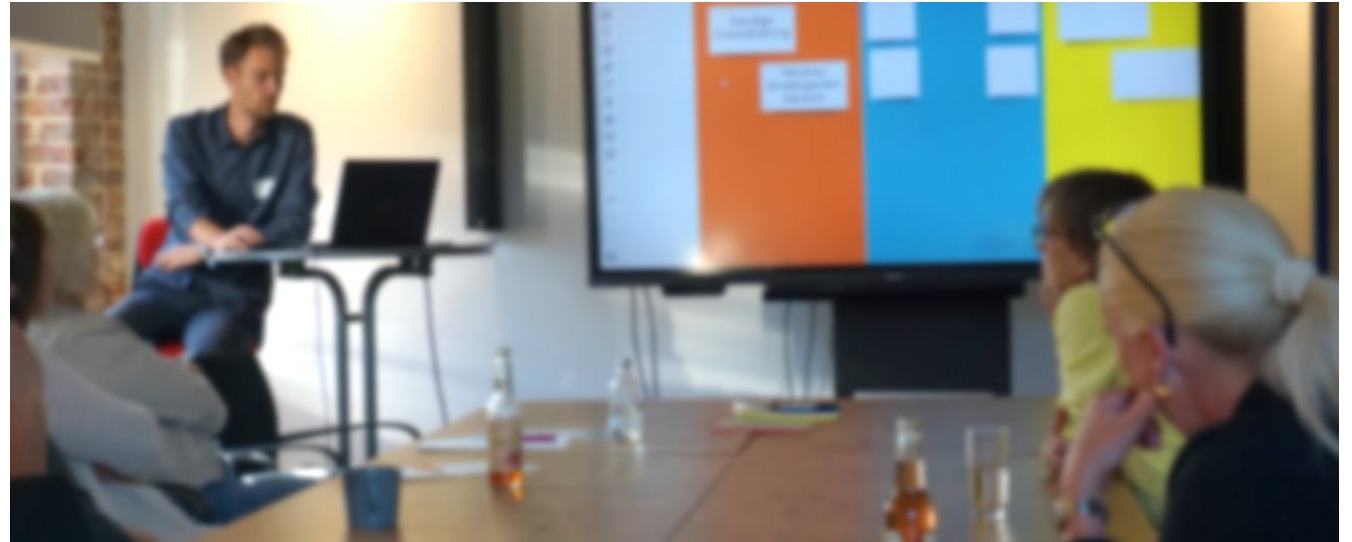
Marktplatz mit historischen Gebäuden

Empirische Ergebnisse und Beteiligungsergebnisse

Ergebnisübersicht A Konzept-Workshop Eigentümer*innen

Überblick und Prozess

- 41 teilnehmende Eigentümer*innen
- Vier Arbeitsgruppen, jedes der vier Themen wurde von allen Gruppen bearbeitet (Protokoll und Erarbeitung via Miro)
 - Thema 1: Trading-Down & Leerstand
 - Thema 2: (Städte-)Bauliche Rahmenbedingungen und Förderprogramme
 - Thema 3: Erfolgsfaktoren einer funktionierenden Immobilie
 - Thema 4: Netzwerk Immobilieneigentümer*innen
- Erarbeitung von acht Schlüsselthemen:
 - Wechselwirkungen mit dem Standortumfeld
 - Bereitschaft für Zwischennutzungen & Vorgehen bei Leerstand
 - Hemmende Faktoren für Leerstandsbespielung
 - Potenzielle Zwischennutzungen
 - Instandhaltung der Immobilien/Sanierung
 - Förderung, Förderprogramme
 - Aktuelle Anforderungen an Ladenlokale
 - Austausch mit den Mieter*innen, gegenseitiger Austausch (unter Vermietenden)



Workshop #2 mit Eigentümer*innen

Empirische Ergebnisse und Beteiligungsergebnisse

Ergebnisübersicht A Konzept-Workshop Eigentümer*innen

Ableitungen für das Handlungskonzept

- Wechselwirkungen mit dem Umfeld erzwingen quartierspezifische Maßnahmen und Handlungsvorschläge.
- Die Verbindungen und Beziehungen der Quartiere untereinander sollten nachhaltig und gesund gestaltet werden.
- Durchaus positive Erfahrungen mit Zwischennutzungen, viel Potenzial, wenn Initiative von Betreibenden ausgeht (funktionierendes Zwischenmodell oder kommende Nachmietung). Dabei sollten die hemmenden Faktoren möglichst entschärft werden (Umbaumaßnahmen, Kurzweiligkeit).
- Bei Leerstand: Trotz vielseitiger Bemühungen ist es schwierig, ein passendes Modell für eine Nachvermietung zu finden. Hier könnte das Innenstadtmanagement als verbindendes Glied weiterhelfen.
- Ein breites Spektrum an potenziellen Zwischennutzungen ist denkbar (von Pop-Up-Café über kulturelle Veranstaltungen bis zu Angeboten durch die Stadt, z. B. Kinderbetreuung).
- Ein Großteil sieht die Sanierung und Instandhaltung als verbindliche Pflicht an, allerdings gibt es auch Probleme: Schwierigkeiten bei Teileigentümer*innen, Denkmalschutz als Hürde.
- Viel Potenzial bei den Förderungen/Förderprogrammen: fehlende Information und Probleme bei der Realisierung.
- Vielseitige Anforderungen an Ladenlokale führen zu kleinteiligem Unterstützungsbedarf für die Eigentümer*innen.
- Plattform zum Austausch untereinander trifft auf allgemeine Zustimmung, allerdings sollte diese quartierspezifisch oder fachspezifisch angeboten werden.



Leerstehendes Ladenlokal am Markt,
Foto: cima 2022

Empirische Ergebnisse und Beteiligungsergebnisse

Ergebnisübersicht B Eigentümer*innen-Befragung

Überblick und Prozess

- 29 vollständig ausgefüllte Fragebogen bei insgesamt 74 Rückläufen/
Rücklaufquote von 39,2% (verschickt an Immobilieneigentümer*innen,
Erbbauberechtigte und Verwaltungen).
- Laufzeit: 22. März bis 17. Juni 2022
- Schwerpunktthemen:
 - Immobilienstrukturen Innenstadt
 - Leerstandssituation und Risiken
 - Zustand und Flächenstrukturen
 - Sanierungsabsichten und -aktivitäten
 - Bedarfe und Wünsche der Eigentümer*innen

**Eigentümer*innenbefragung in der
Innenstadt von Minden**

Minden

Anschrift des Objektes: _____
Ansprechpartner: _____ Telefon: _____
Email: _____

1. In welchen Eigentumsverhältnissen stehen sie zu Ihrer/n Fläche(n), bzw. Immobilie(n)?
 Ich bin Grundstückseigentümer*in Ich bin Erbbauberechtigte*r

2. Seit wann sind Sie Eigentümer*in/ Erbbauberechtigte*r der Fläche/n, bzw. Immobilie(n)?
 0-2 Jahren 2-5 Jahren 5-8 Jahren 9-15 Jahren >15 Jahren

3. Welche allgemeinen Angaben können Sie uns zu Ihrer/n Immobilie(n) machen?
Grundfläche der Immobilie: _____ m² Flurstücksgröße: _____ m²

4. Die Fläche(n), bzw. Immobilie(n) ist/sind: (Mehrfachnennungen möglich)
Anzahl der Einheiten pro Objekt: _____
eigengenutzt ~ _____ m² vermietet/verpachtet ~ _____ m² nicht genutzt ~ _____ m²

INNENSTADT MINDEN



Einladung zur Eigentümer*innenbefragung zur Immobilien- und Leerstandssituation in Mindens Innenstadt

Die sich stetig ändernde Rahmenbedingungen hat sich die Funktion der
Stadt verändert. Infolgedessen verloren Innenstädte an Bedeutung -
resultierend in Leerständen. Folglich ist es mehr denn je erforderlich,
offenen Diskurs über die Leerstände in der Innenstadt zu führen und
die Wiederbelebung der Innenstadt einzuleiten, sodass auch die
einer Innenstadt wieder aufblühen kann. Dafür ist Ihre Meinung
gefragt!

Bewerbung der Befragung über
die Homepage und Printversion

Empirische Ergebnisse und Beteiligungsergebnisse

Ergebnisübersicht B Eigentümer*innen-Befragung

Ableitungen für das Handlungskonzept

- Zahlen zu Mietkosten konnten nicht hinreichend erfasst werden – Hinweis auf bestehende Problematik/Beratungsbedarfe.
- Durchaus Zustimmung für Zwischennutzungen, teilweise wird Subventionierung gefordert.
- Durch das Umfeld der Immobilien begünstigte Leerstandsrisiken sollten, wo möglich, minimiert werden (prekäre Nachbarschaft, Fluktuationen, unattraktive Lagen).
- Mehrheitlich sind bei den Leerständen starke oder moderate Modernisierungsmaßnahmen notwendig – das spricht für Unterstützungen. Allerdings sind, mit 5 von 11 Leerständen, auch grundsätzlich direkt zu nutzende Flächen vorhanden.
- Das am meisten genannte Hemmnis beim Erhalt/ Weiterentwicklung der Immobilie ist die mangelnde Qualität des Umfeldes, gefolgt von hohen Sanierungs-/ Modernisierungskosten und Restriktionen/ Denkmalschutz. Bei all diesen genannten Hemmnissen könnten Unterstützungsleistungen oder Beratungsangebote auf den Weg gebracht werden.



Empirische Ergebnisse und Beteiligungsergebnisse

Ergebnisübersicht B Eigentümer*innen-Befragung

Ableitungen für das Handlungskonzept

Nach Themenfeldern:

ANGEBOT

Qualität statt Quantität der Geschäfte fördern
Leerstand verhindern
Schaffung eines Leerstands-Netzwerks
Wohnraum ermöglichen
Belebung der Innenstadt
Obermarktpassage revitalisieren

ERREICHBARKEIT

Mehr/bessere Parkmöglichkeiten bieten
Besucher*innenfrequenz stärken
Tourismus fördern
Abschaffung von Stellplatzauflagen

HANDLUNGSFELDER INNENSTADT

STADTGESTALTUNG

Attraktivitätssteigerung vorantreiben
Mülleimer aufstellen
Langfristigen Erhalt denkmalgeschützter Gebäude forcieren

ERLEBNIS & KOMMUNIKATION

Pflege- und Sauberkeitsmaßnahmen erhöhen
Kameraüberwachung installieren
Präsenz des Ordnungsamtes erhöhen
Verkehrskontrollen durchsetzen



Insgesamt **positives** Stimmungsbild zur Innenstadtentwicklung

- Effekte durch Umgestaltungen (Scharn) und weitere Baumaßnahmen werden positiv bewertet
- Einrichtung des Innenstadtmanagements mit „**Kümmererfunktion**“ wird positiv bewertet



Allgemeine **Unsicherheit** bzgl. aktueller Situation in der (Welt-)Wirtschaft und Auswirkungen durch die Corona-Pandemie

- Häufig als Gründe für **zögerliches Verhalten** in Bezug auf Sanierungsmaßnahmen, Inanspruchnahme von Förderprogrammen etc. genannt
- Auch als Gründe für zu **geringe Nachfrage** auf dem Immobilienmarkt genannt



Aber es werden auch **Anforderungen** an ein Innenstadtmanagement gestellt

- „**Ermöglichendes**“ Verhalten und „*Nutzungsgebote*“ statt Auflagen und Einschränkungen erwünscht
- „*in Aktion treten*“ seitens der Stadt bzgl. **Aufenthaltsqualität und Gestaltung** im öffentlichen Raum gewünscht
- Ausbau von **Beratungsangeboten** und diese sichtbar machen, aktiv auf Akteur*innen zugehen
- Wünsche nach **innerstädtischen Kinderbetreuungsangeboten, Pop-Up-Stores** (Vielfalt und Innovation im Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebereich) und diverseren **Veranstaltungsformaten** (kulturell; verkaufsfördernd)

Empirische Ergebnisse und Beteiligungsergebnisse

Ergebnisübersicht D WikiMap



139 Beiträge (Marker)

- davon 28 „Dieser Ort gefällt mir“
- davon 26 „Dieser Ort gefällt mir nicht“
- davon 72 „Mein Wunsch / Meine Idee“
- davon 7 „Mein Lieblingsort“
- davon 6 „Hier befindet sich ein Leerstand“

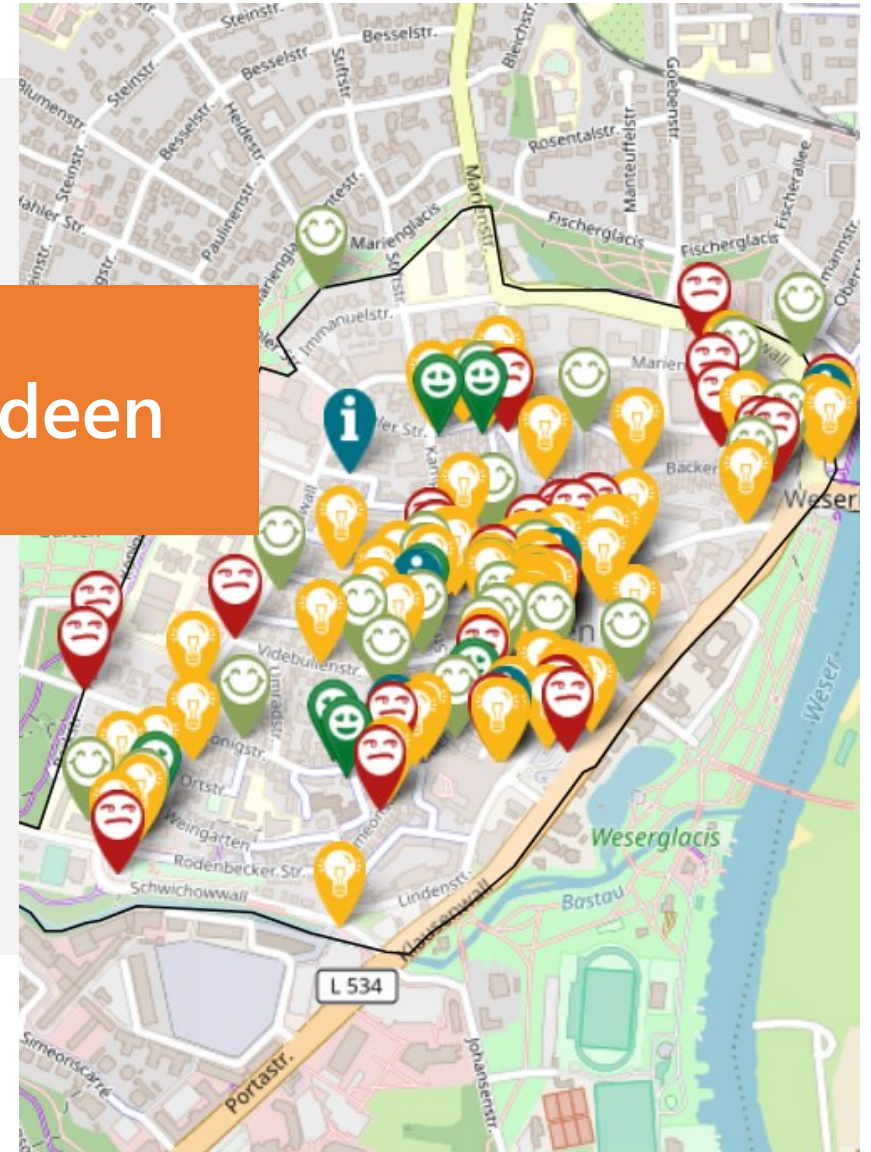


103 Kommentare



1349 Bewertungen (gesamt auf Beiträge & Kommentare)

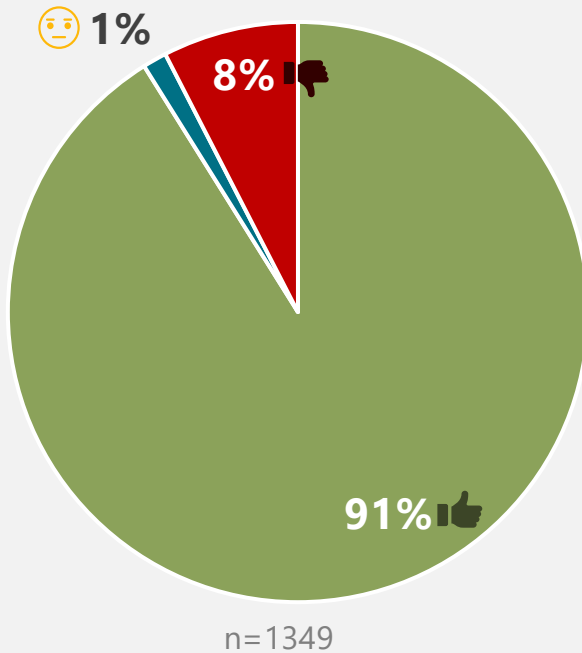
50 % Ideen



Empirische Ergebnisse und Beteiligungsergebnisse

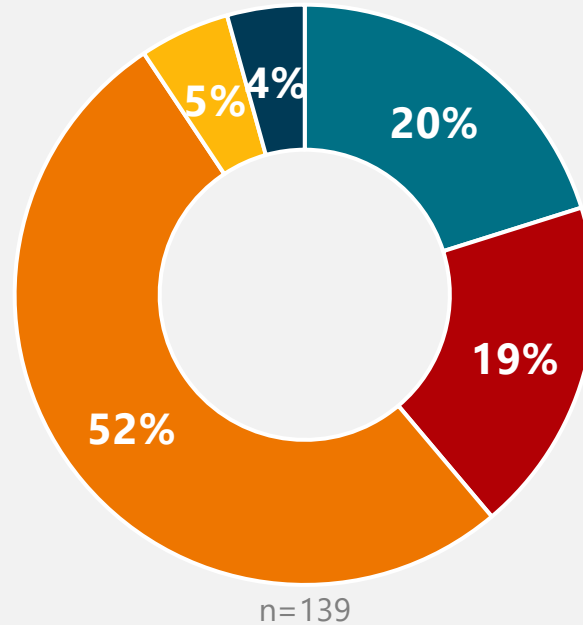
Ergebnisübersicht D WikiMap

Verteilung der Beitragsbewertungen



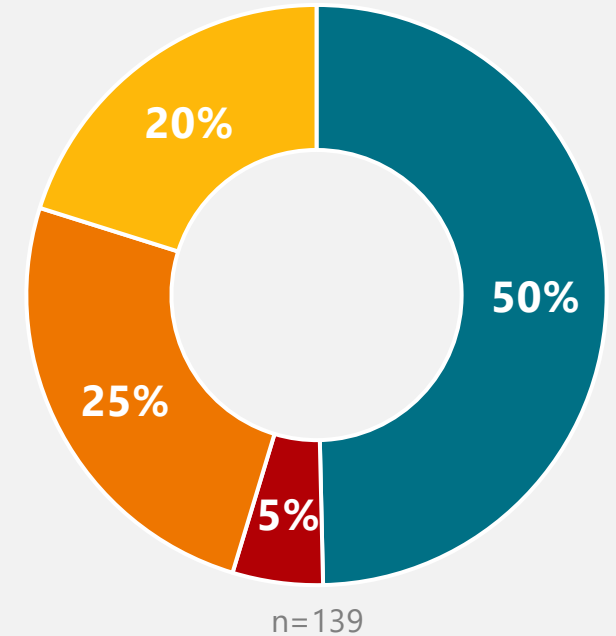
■ positiv ■ neutral ■ negativ

Verteilung der Beiträge nach Kategorien



■ Dieser Ort gefällt mir
■ Dieser Ort gefällt mir nicht
■ Mein Wunsch / Meine Idee
■ Mein Lieblingsort
■ Hier befindet sich ein Leerstand

Verteilung der Beitragseinordnungen



■ Idee ■ Information ■ Schwäche ■ Stärke

Empirische Ergebnisse und Beteiligungsergebnisse

Ergebnisübersicht D WikiMap

Zusammenfassung: Beliebteste Beiträge

- Betreuten Taubenschlag im Bereich der Weserbrücke einrichten: **33** 👍
- Cafés, Geschäfte, Möblierung und Begrünung im Bereich des Rathauses ansiedeln/installieren: **32** 👍
- Freizeitangebote in Form von Billardcafé, Darts, Kicker, Flipperautomaten für jüngere Generationen in der Obermarktpassage anbieten: **28** 👍
- Attraktive und bezahlbare inhabergeführte Geschäfte in der Bäckerstraße ansiedeln: **27** 👍
- Vielfältige und individuelle Geschäfte in der unteren Bäckerstraße ansiedeln: **24** 👍

1229

Likes 👍

102

Dislikes 👎

18x

Neutralität 😐

Empirische Ergebnisse und Beteiligungsergebnisse

Ergebnisübersicht D WikiMap

Fazit WikiMap

- Beteiligungsformat für die breite Öffentlichkeit.
- Große Rückmeldung: Viele Einträge, viele Ideen, viele Kommentare – aber auch Stärken und Schwächen sowie Informationen/Hinweise.
- Hohe Beteiligung spiegelt den Wunsch nach Veränderungen wider → Innenstadtmanagement als wichtige und richtige Schnittstelle.
- Durchaus interessante Vorschläge für das Innenstadtmanagement (Taubenschlag, Qualität der Geschäfte, Concept Stores, inhaber*innengeführte Geschäfte).



Empirische Ergebnisse und Beteiligungsergebnisse

Schlussfolgerungen: Ansätze für die Innenstadtentwicklung in Minden



Themen- und Handlungsfelder Zentrenmanagement Minden

-  Innerstädtischen Nutzungsmix forcieren
-  Randlagen einbeziehen und nutzen (inkl. Wegeführung)
-  Quartiere nutzungsbasiert profilieren
-  Leerstände aktivieren
-  Bedarfsorientierte Angebote ermöglichen
-  Überregionale Wettbewerbsfähigkeit sichern
-  Netzwerke, Kommunikation und Beratungsangebote ausbauen

4. Ziele für ein Innenstadtmanagement in Minden

Stadt + Regionalplanung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

Tourismus

Mobilität

Ziele für ein Innenstadtmanagement Minden

Überblick

Auf Basis der innerstädtischen Ausgangslage in Minden, der allgemeinen Entwicklungen und Trends der Innenstadtentwicklung und des Innenstadtmanagements sowie den Ergebnissen aus dem Beteiligungsprozess wurden die **Ziele** für das Innenstadtmanagement definiert und ausgearbeitet.

Die Ziele bilden eine **Richtschnur** für den **Aufbau** und die **Verstetigung** des Innenstadtmanagements.

Daran anknüpfend werden die **Geschäftsfelder** des Innenstadtmanagements inmitten der anderen Player der Innenstadtentwicklung definiert.

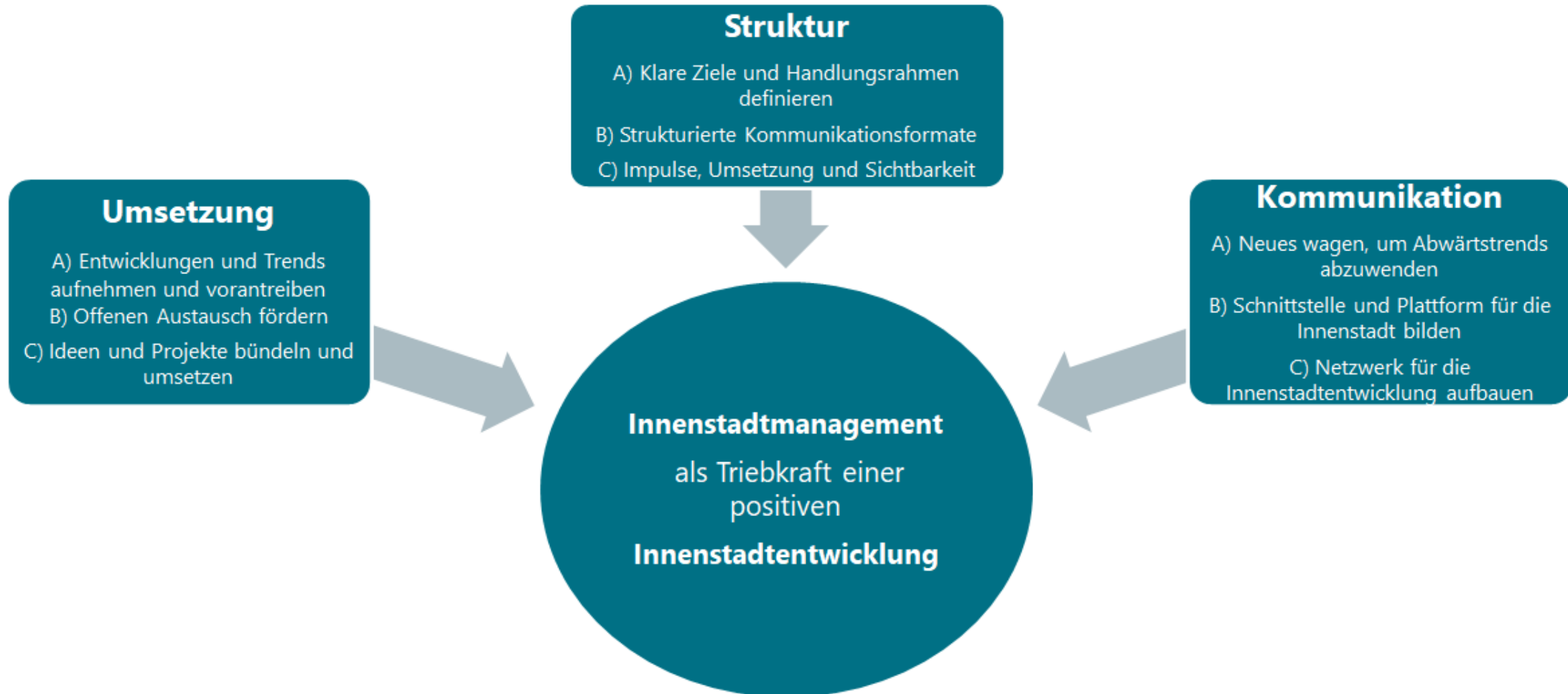
Abschließend folgen Hinweise auf **Maßnahmen** zum **Flächenmanagement**, die kurz- und mittelfristig aufgegriffen und umgesetzt werden sollten.



Ziele für ein Innenstadtmanagement Minden

Wirkungsebenen des Innenstadtmanagements

➤ Das Innenstadtmanagement als direkte Schnittstelle zu den öffentlichen und privaten Innenstadtakteur*innen aktiviert Umsetzungen, gibt Strukturen und fördert Kommunikation.



Ziele für ein Innenstadtmanagement Minden

Ableitung von zukünftigen Geschäftsfeldern

Innenstadtmanagement Minden

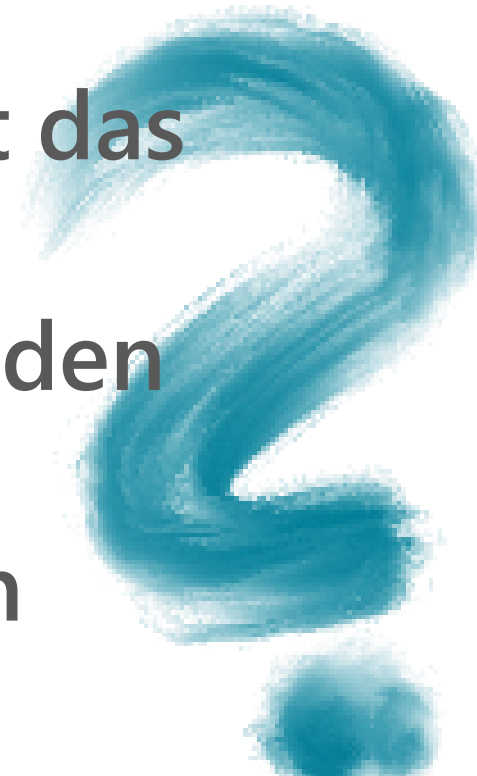
Kommunikation nach innen

Kommunikation nach außen

(Innenstadt-)Gestaltung

Angebot/Flächenmanagement

Welche Ziele hat das
Innenstadt-
management in den
einzelnen
Geschäftsfeldern



Ziele für ein Innenstadtmanagement Minden

Ziele in den zukünftigen Geschäftsfeldern

Innenstadtmanagement Minden

Kommunikation nach innen

Schnittstellenfunktion zwischen der Stadt, der Verwaltung und den privaten Playern in der Mindener Innenstadt!

- Klare **Abgrenzung** zu den sonstigen Playern, **keine Doppelarbeiten**.
- Wenn es um Innenstadtentwicklung geht, ist das Innenstadtmanagement **erster Ansprechpartner!**
- Die sonstigen Player in der Innenstadt suchen den **Rat** des **Innenstadtmanagements**, wenn es um Flächenmanagement oder andere Maßnahmen in der Innenstadt geht.
- **Eigentümer*innen** und **Gewerbetreibende** gewinnen nach und nach **Vertrauen** in das Innenstadtmanagement, Maßnahmen werden in **öffentlich-privater Partnerschaft** angegangen.
- Mit den sonstigen Innstadttakteur*innen gibt es eine **gute Zusammenarbeit** (Stadtmarketing, Tourismus, Werbegemeinschaft, IHK, HV etc.).

Kommunikation nach außen

Das Innenstadtmanagement ist Lautsprecher der Innenstadt nach außen!

- Regelmäßige **Medienarbeit**, hier wird die Kommunikation der Innenstadt gebündelt, moderne **Kommunikationskanäle** werden genutzt.
- Kommunikation vorhandener **Angebote** und **Förderprogramme** für Eigentümer*innen.
- Hilfestellung bei **Antragsprozessen**.
- Organisation und **Moderation** von **Themenrunden/Workshops**.
- Durch positive Kommunikation entstehen immer mehr **Kontakte** zu Eigentümer*innen und Innenstadtakteur*innen, die immer stärker zu den Themen **sensibilisiert** werden.
- Viele Mindener **Gewerbetreibende unterstützen** des Innenstadtmanagement, weil es **gute Wirkungen** für die **Innenstadtentwicklung** erzielt.

(Innenstadt-)Gestaltung

Aktionen zur Attraktivierung der Innenstadt werden vom Innenstadtmanagement in öffentlich-privater Kooperation angestoßen!

- **Planung, Steuerung, Durchführung** von **Aktionen**, damit **Angebotsdefizite** identifiziert werden und sich Teile der Innenstadt als **Quartiere** neu profilieren können.
- Erkennen von **Kund*innen-Zielgruppen**, die sich für die Innenstadt interessieren und durch Angebote **angesprochen** werden müssen (z. B. familienfreundliche Angebote, Jugendliche etc.).
- Unterstützung bei der **überregionalen Vermarktung** des Standortes Innenstadt mit den anderen Playern.
- ...

Angebot/Flächenmanagement

Wenn es um Fragen zu Leerständen oder dem Management bestehender Flächen geht, laufen hier die Fäden zusammen!

- **Planung, Steuerung, Durchführung** von **Aktionen**, damit **Leerstände** nicht als solche **erkennbar** sind oder **verhindert** werden.
- **Datenhoheit** zum Thema Flächen in der Innenstadt, da das **Vertrauen** zu den Eigentümer*innen mit ihren Wünschen & Nöten besteht.
- Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur **Unterstützung** der Eigentümer*innen in ihrem **Vermietungsgeschäft**.
- Beratungen und Empfehlungen zu **immobilienwirtschaftlichen Fragen**.
- Aufbau und Pflege eines **Online-Flächenmanagement-Portals**.
- ...

5. Geschäftsfeldplanung für das Innenstadtmanagement Minden

Stadt + Regionalplanung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

Tourismus

Mobilität

Geschäftsfeldplanung für das Innenstadtmanagement Minden

Tätigkeiten in den Geschäftsfeldern

Innenstadtmanagement Minden

Kommunikation nach innen

Kommunikation nach außen

(Innenstadt-)Gestaltung

Angebot/Flächenmanagement

Welche Tätigkeiten
sind dem Innenstadt-
management in den
einzelnen
Geschäftsfeldern
zugeordnet



Kommunikation nach innen

Schnittstellenfunktion zwischen der Stadt, der Verwaltung und den privaten Playern in der Mindener Innenstadt!

- Alle sonstigen **Innenstadtakteure** und die relevanten Unternehmen müssen bei dem Aufbau des Innenstadtmanagements **integriert** werden → Förderung von **Sichtbarkeit** und **Akzeptanz** des Innenstadtmanagements.
- Aktuelle Entwicklungen und **Herausforderungen** für die Innenstadt **sichtbar** machen, **Lösungen** aufzeigen.
- Genauso wichtig ist jedoch auch die **Abgrenzung** der Tätigkeiten zu diesen Playern, um Doppelarbeiten zu verhindern.
- Die Politik und die sonstige Öffentlichkeit sollten regelmäßig und gezielt über die Aktivitäten des Innenstadtmanagements **informiert** werden.
- Regelmäßige Überprüfung und ggf. Anpassung der Aufgabenfelder, um auf **veränderte Anforderungen** reagieren zu können.
- Vorhandene **Angebote, Förderprogramme** und **Unterstützungsleistungen** zu **immobilienwirtschaftlichen** Fragen **bündeln** und gezielt **kommunizieren**, ggf. eine „Taskforce Innenstadtimmobilien“ anstoßen (Vertrauen der Eigentümer*innen gewinnen).
- **Schnittstelle** zu Dienststellen der Stadtverwaltung, wie beispielsweise Fachbereich Bauen und Wohnen sowie zu Verbänden etc.
- Einordnung und Vertretung der Innenstadt in laufende Prozesse wie **Dachmarke Minden, Leitbild Innenstadt** und **Abstimmung** mit den **touristischen Playern** sowie Integration in die touristischen Angebote.

Kommunikation nach außen

Das Innenstadtmanagement ist Lautsprecher der Innenstadt nach außen!

- Innenstadtmanagement als zentrale **Schnittstelle** für **Innenstadtakteur*innen** und **Eigentümer*innen etablieren** und **abgrenzen**.
- Aktiver Aufbau einer **Kümmererfunktion** im Netzwerk von Innenstadtakteur*innen, um **Maßnahmen** in **öffentlich-privater Kooperation** zu planen und **umzusetzen**.
- Organisation regelmäßiger **Treffen**, z. B. eines **Runden Tisches „Innenstadt-Immobilien“**.
- **Entwicklung** von Maßnahmen zur **Kommunikation** von **Standortvorteilen** und vorhandenen **Angeboten** der Innenstadt.
- **Unterstützung** und **Weiterentwicklung** von Gewerbetreibenden, Eigentümer*innen und Werbegemeinschaften, insbesondere in **immobilienwirtschaftlichen** Fragen.
- Durchführung von Aktivitäten zur Betreuung von Geschäftsleuten z. B. bei **Förderanträgen**, **Nachfolgeproblemen**, **Onlinesichtbarkeit**, **digitaler Darstellung** im Netz in speziellen **Themenrunden** etc.
- **Digitale Kanäle** intensiver und moderner bespielen, Moderationskompetenz aufbauen.
- Durch **proaktive Ansprache** von Eigentümer*innen und Gewerbetreibenden vorhandene Angebote und **Förderprogramme** kommunizieren.
- Aufbau eines Netzwerks aus Innenstadtakteur*innen, um Beratungen und Hilfestellungen in **immobilienwirtschaftlichen Fragen** zu streuen.

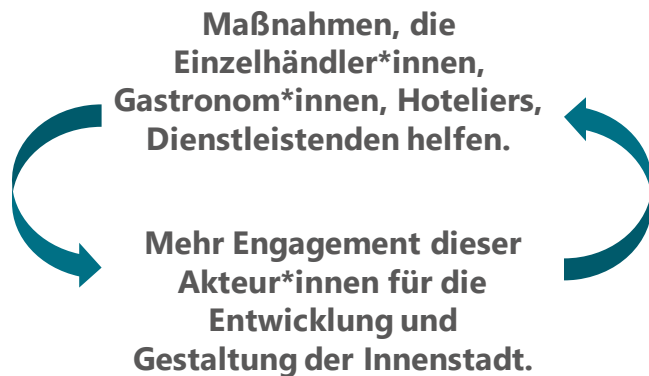
Kommunikation nach außen

Das Innenstadtmanagement ist Lautsprecher der Innenstadt nach außen!

- **Schnittstelle** zu **Gewerbetreibenden** und Eigentümer*innen, insb. Werbegemeinschaften, ISG etc.
(z. B. regelmäßige gemeinsame Sitzungen, projektbezogene Abstimmung mit weiteren Beteiligten).
- **Kommunikation** in Richtung **Bürger*innenschaft** zur Förderung eines **Wir-Gefühls**
(z. B. Durchführung öffentlicher Beteiligungsformate, Bildung von Arbeits- und Projektgruppen).
- **Förderung** von **Ansiedlungen** besuchsbezogener Gewerbebetriebe
(z. B. Gespräche mit Eigentümer*innen und Hausverwaltungen, Unterstützung bei Mietgesuchen und -angeboten).
- Konzeption und Umsetzung von bau-/investitionsbegleitenden Maßnahmen
(z. B. **Baustellenmarketing**).
- Unterstützung von **Werbegemeinschaften**, **ISG** etc. in der Maßnahmenumsetzung
(z. B. verkaufsoffene Sonntage, Digitalisierung von Kund*innenbindungsmaßnahmen, Ausbau lokaler Wertschöpfung etc.).
- **Kommunikationsmaßnahmen** für den **Einkaufsstandort Innenstadt**
(digitaler Einkaufsführer, übergreifende Werbemaßnahmen).

(Innenstadt-) Gestaltung

Aktionen zur Attraktivierung der Innenstadt werden vom Innenstadtmanagement in öffentlich-privater Kooperation angestoßen!



- **Innenstadtmanagement** als Player zur **Belebung** und Stärkung der Innenstadt etablieren.
- Aktionen und Sensibilisierung zu **Service, Sauberkeit** und **Sicherheit** in der Innenstadt.
- Identifikation von **Angebotsdefiziten** und **Unterstützung** beim **Ausbau bedarfsorientierter Angebote** – Serviceangebote für die Innenstadt.
- **Vernetzung** und **Kommunikation** zwischen den Stakeholdern in diesen Bereichen **verbessern, Doppelarbeiten** zwischen diesen **reduzieren**.
- Unterstützung und Umsetzung **zentrenstärkender Maßnahmen**, um ein klares **Innenstadtprofil** aufzubauen, dabei auch **Profilierung der Innenstadtquartiere** zulassen.
- Mögliche weitere Maßnahmenansätze:
 - Maßnahmen zur Steigerung der innerstädtischen Aufenthaltsqualität/ Stadtmöblierung (auch in Randlagen).
 - Erhöhung der Besucher*innen- und Kund*innenzufriedenheit:
 - Anbieten von Schulungs- und Fördermöglichkeiten für Gewerbetreibende (z. B. Vortrags- und Schulungsreihe für Handelnde, Store-Checks für den Einzelhandel, Abstimmung IHK, Handelsverband usw.),
 - Einführen von Serviceangeboten, z. B. übergreifende, digitale Kund*innenbindungssysteme, innerstädtische (temporäre) Kinderbetreuungsangebote (wie z. B. Bällebäder),
 - z. B. digitales Schaufenster, Aufbewahrungsmöglichkeiten.
 - Stärkung der Wochenmarktfunktion durch flankierende Maßnahmen (z. B. Life-Kochen in Zusammenarbeit mit lokaler Gastronomie, Beratungsangeboten zu regionalen Erzeugnissen, etc.) und gezieltes Marketing.

Angebot / Flächenmanagement

Wenn es um Fragen zu Leerständen oder dem Management bestehender Flächen geht, laufen hier die Fäden zusammen!

- Förderung von Bestandsbetrieben und Ansiedlung publikumsnaher Gewerbebetriebe (in enger Abstimmung zur/mit Wirtschaftsförderung)

Aufbau eines Leerstandsmanagements

- Planung, Steuerung, Durchführung.
- Einrichtung und Pflege einer **Leerstandsdatenbank**.
- Entwicklung eines **Werbekonzepts** zur Ansiedlung von Gewerbe.
- Aktivierung von **Leerstandsbespielung**, Nutzungskonzepte für Leerstände entwickeln.
- Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur vermehrten **Kunden- bzw. Kaufkraft-Bindung**, z. B. durch Stärkung der Online-Präsenz des Einzelhandels, gezielte Veranstaltungen (lange Shoppingabende, Themenmärkte wie (Feier-)Abendmarkt), verkaufsoffene Sonntage, anderswo bewährte Pop-Up-Konzepte an Minden anpassen und bspw. Wesertor dabei auf Umsetzbarkeit prüfen – laut Expertisegesprächen besteht Offenheit! Am Ende wird sich ein für Minden spezifischer Maßnahmenansatz finden, der neue Elemente enthält, aber auch bewährte Instrumente des Flächenmanagements von anderswo aufnimmt.
- **Eigentümer*innen beraten** (nachfragegerechte Immobilienstrukturen, v. a. im EG, Vermittlung von Sanierungsberatungen).

Beratungen und Empfehlungen zu immobilienwirtschaftlichen Fragen

- **(Vermittlung von) Beratungen** zu Weitervermietungen von Gewerbeflächen, Nutzungen, Instandhaltungen etc.
- Identifikation der **Bedürfnisse der gewerblich Mietenden**. Weiterleitung dieser Erkenntnisse an die Eigentümer*innen, bzw. die Sanierungsberatungen.

6. Handlungsempfehlungen für das Innenstadtmanagement

Stadt + Regionalplanung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

Tourismus

Mobilität

Handlungsempfehlungen für das Innenstadtmanagement

Handlungspaket konkrete Maßnahmen kurz- & mittelfristig

Die folgenden Handlungspakete sollen einen Überblick über kurz- und mittelfristig umsetzbare Aufgaben des Innenstadtmanagements im Geschäftsfeld Angebot/Flächenmanagement bieten.

Die wichtigsten Maßnahmen werden auf den folgenden Seiten näher erläutert.

Handlungspaket kurzfristig:

- **Proaktives Leerstandsmanagement:** regelmäßige Erfassung, Leerstandsbespielung, Nutzungskonzepte
- **Unterstützung der Eigentümer*innen bei der Neuvermietung**
- **Organisation von temporären Zwischennutzungen (z. B. künstlerische oder soziale Projekte)**
- Aufbau einer digitalen Präsenz und Nutzung von modernen Kommunikationskanälen

Handlungspaket mittelfristig:

- **Aufbau eines Eigentümer*innen-Netzwerks (*geschäftsfeldübergreifend*)**
- Deutliche Erhöhung der Sichtbarkeit in digitalen Medien (im Sinne eines digitalen Zwillings als langfristiges Ziel)
- Aufbau eines Flächenmanagements
- Sanierungsmaßnahmen: (Vermittlung von) Beratung und Unterstützung zu Fördermöglichkeiten
- Existenzgründer*innen-Wettbewerb in der Mindener Innenstadt (mittel- bis langfristig)

Weiterentwicklung und Priorisierung
gemeinsam mit Eigentümer*innen,
Innenstadtakteur*innen und relevanten
Stakeholdern im Rahmen des
Folgeprozesses

Handlungsempfehlungen für das Innenstadtmanagement

Konkrete kurzfristige Maßnahmen

Proaktives Leerstandsmanagement:

1. Aufbau eines Leerstandsportals

ZIELE: Informationen zu Leerständen vollständig, gebündelt und übersichtlich zur Verfügung stellen, um die Vermietung zu beschleunigen.

- Federführend sollte diese Maßnahme vom Innenstadtmanagement angegangen werden.
- Anforderung: Erstellung eines gepflegten, aktuellen und **Leerstandsportals**, das nach **innen Datensicherheit** schafft und bei Bedarf auch nach **außen in Teilen** für **Marketingzwecke** eingesetzt werden kann.
- Wichtige **Informationen** (in Abstimmung mit den Eigentümer*innen):
 - Lage
 - Objektart
 - Geschosszahl, Raumanzahl, Fläche
 - Monatliche Nebenkosten
- Entweder als Menüpunkt auf der Homepage der Stadt oder eigene Website (z. B. nur für die Innenstadt).
- Ergänzende Exposés zum Download oder als Handout für Interessent*innen:
 - 1) für den Standort Innenstadt Minden insgesamt
 - 2) speziell für einzelne Immobilien
- **Grundlage: aktuelle Bestandsliste, inkl. Erfassung „drohender“ Leerstände. Perspektivisch weiterzuentwickeln in Zusammenarbeit mit Eigentümer*innen und Immobilienwirtschaft (geplant für 2023).**

Handlungsempfehlungen für das Innenstadtmanagement

Proaktives Leerstandsmanagement: Aufbau eines Leerstandsportals

GRUNDLAGEN: Gebäude- und Leerstandssteckbriefe als Präventivmaßnahme

- Erfassung zentraler Informationen der Flächen.
- Grundlage für Beratungsgespräche mit Eigentümer*innen und Mietinteressenten.
- Möglichkeit zur Identifizierung von Fördermöglichkeiten.
- Gezielte Weiterentwicklung durch Erfassung von Nutzungsmöglichkeiten und baurechtlicher Vorgaben.

Leerstandssituation Innenstadt Bäckerstraße 60

| | |
|-------------------|--|
| Objekt-Nr. | 3 |
| Adresse, Zentrum | Bäckerstraße 60, Nordosten Innenstadt |
| Lage | Bäckerstraße, nahe der Kreuzung Grimpenwall/Kaiserstraße |
| Fläche | Rd. 3.720 m ² (Luftbild) |
| Bisherige Nutzung | Einzelhandel |



| | Bewertung Außenwirkung | Empfehlung |
|--|--|---|
| Zustand Fassade | <input checked="" type="checkbox"/> guter Zustand <input type="checkbox"/> moderate Modernisierung notwendig <input type="checkbox"/> starke Modernisierungsrückstände | <ul style="list-style-type: none"> • Gut positionierte Fläche (Ecklage) am nordöstlichen Eingang zur Innenstadt in zentraler Einzelhandelslage • Das Gebäude ist prägend für (auswärtige) Kundschaft, die die Innenstadt über den östlichen Teil der Bäckerstraße besuchen • Das Wesertor ist trotz H&M als Ankermieter ein langjähriger, struktureller Leerstand • In guter Lauflage gelegen, sollte zeitnah eine Einzelhandelsnachnutzung ermöglicht werden • Kurzfristige Anpassung der Schaufenster durch Übergangsansprache (Werbung/Kunst) wird empfohlen, auch eine Teilnutzung durch Pop-Up- oder Concept-Stores ist denkbar • Ggf. Nutzung als Dienstleistungsfläche (Kindertagesstätte, Bildungsstätte) |
| Schaufenster Zahl: 20 % Fassade: 90 | <input checked="" type="checkbox"/> bodentief <input type="checkbox"/> max. 50 cm Sockel <input type="checkbox"/> Höherer Sockel | |
| Barrierefreier Zugang | <input checked="" type="checkbox"/> Optimal: Ebenerdig <input type="checkbox"/> Moderater Investitionsbedarf <input type="checkbox"/> Nicht gegeben: Mehrere Stufen | |
| Dekoration | <input type="checkbox"/> Ansprechende Leerstandsdekoration <input type="checkbox"/> Schaufenster zugehängt <input checked="" type="checkbox"/> Wenig Dekoration / ist einsehbar | |
| Vermarktung | <input type="checkbox"/> Professionelle Vermarktung <input checked="" type="checkbox"/> Vermarktungsansatz erkennbar <input type="checkbox"/> Keine Vermarktung | |
| Sonstige | Hinweis: Vermarktung über den Eigentümer | |

Beispielsteckbrief Innenstadt Minden, cima 2022


Handlungsempfehlungen für das Innenstadtmanagement

Proaktives Leerstandsmanagement: Aufbau eines Leerstandsportals

BEISPIEL: Der „Ladenlokalfinder“, Schwerte Stadtmarketing

Der Ladenlokalfinder ist ein Online-Portal, das Informationen zu leerstehenden Ladenlokalen für mögliche Interessent*innen teilt und gleichzeitig die Vermittlung von aktuell freistehenden Flächen im gewünschten Bereich fördert.

Immobilien suchen | Immobilien anbieten | Leerstand melden



Sie besitzen ein leerstehendes oder zukünftig leerfallendes Ladenlokal und möchten dieses neu vermarkten? Oder: Ihnen ist ein Leerstand aufgefallen, den Sie uns melden möchten?

Jetzt Leerstand melden

Vollbild

Objekt Mitte, Am Markt 11

58239 Schwerte, Mitte

| Kaltmiete | Größe | teilbar ab | Provision |
|----------------|--------------------|------------|-----------|
| 999,00 €/Monat | 103 m ² | k.A. | k.A. |

Details

Vollbild

Objekt Mitte, Ostenstraße 20

58239 Schwerte, Mitte

| Kaltmiete | Größe | teilbar ab | Provision |
|----------------|--------------------|------------|-----------|
| 495,00 €/Monat | 106 m ² | k.A. | k.A. |

Details

Ladenlokalfinder

Immobilien suchen | Immobilien anbieten | Leerstand melden

Sie suchen in: **Schwerte** (Nordrhein-Westfalen)

Was suchen Sie: Alle

Kauf - Miete/Pacht: **Mieten / Pachten** (checked), Kaufen

Preis (€) / Fläche (m²): von bis

Suche starten



Objekt Westhofen, Reichshofstraße 68

21.09.2022

Datenblatt | Beschreibung | Lage | Dokumente | Video | Anbieter/Impressum

| | |
|------------------------------|-------------------------------|
| Kaltmiete | 970,00 €/Monat |
| Kaltmiete pro m ² | 9,70 €/m ² |
| Gesamtfläche | 100,00 m ² |
| Ladenfläche | 100,00 m ² |
| Verkaufsfläche | 60,00 m ² |
| Mieterprovision | 2,38 Monatsmieten inkl. MwSt. |
| Verfügbar ab | k.A. |
| Baujahr | k.A. |
| Anzahl Räume | k.A. |
| Stellplätze/Garage vorhanden | Ja |
| Portal-Objekt-Nr. | H7828319 |

Zurück

Handlungsempfehlungen für das Innenstadtmanagement

Konkrete kurzfristige Maßnahmen

Proaktives Leerstandsmanagement: **2. Aktivierung von Leerstandsbespielung**

ZIELE: „tote“ Schaufenster vermeiden, positive Aufmerksamkeit auf die Flächen lenken, das Gesamtbild aufwerten, Laufwege und die Attraktivität des Ortes erhalten, Belebung ermöglichen, Erscheinungsbild und Image verbessern.

Mögliche Nutzungen sind:

- Kommerzielle Nutzungen – „Leerstand als Werbe-/Arbeits-/Verkaufsfläche“
- Kulturelle Nutzungen – „Kunst im Leerstand“
- Informative Nutzungen – „Leerstand als Info-Plattform“

Win-Win-Situation zwischen Stadt,
Eigentümer*innen und
temporären Nutzer*innen

- Positive Aufmerksamkeit kann eine Vermietung beschleunigen!
 - Ggf. können aus erfolgreichen Zwischennutzungen neue „richtige“ Mietverhältnisse entstehen!
 - Voraussetzung: Sensibilisierung und Kooperationsbereitschaft der Eigentümer*innen!
- Erste Ideen zur Belebung der Leerstände befinden sich bereits in der Entwicklung.

Handlungsempfehlungen für das Innenstadtmanagement

Proaktives Leerstandsmanagement: Aktivierung von Leerstandsbespielung

BEISPIELE:

- **Tag des offenen Leerstands:** Besichtigung verfügbarer Gewerberäume, Möglichkeiten zur direkten Kontaktaufnahme ermöglichen, offensive Vermarktung der Leerstands-Thematik durch aktive Pressearbeit.
- **Beispiele für temporäre Raumnutzungen:**
 - Showrooms von Handwerksbetrieben, Autohäusern etc.
 - Präsentationsflächen für Produkte regionaler Erzeuger*innen und lokaler Kunsthandwerker*innen
 - Repair-Cafés



Beispiel: FACHmarkt Stade

→ Verkauf von regionalen Produkten in kleiner Anzahl in gemieteten Boxen; gemeinsame Vermarktung

Handlungsempfehlungen für das Innenstadtmanagement

Konkrete kurzfristige Maßnahmen

Unterstützung der Eigentümer*innen bei der Neuvermietung: **Wohnen im Erdgeschoss in B-Plänen als zulässig ausweisen**

ZIELE: Belebung der oberen Altstadt durch Öffnung des Erdgeschosses für Wohnen (und neue kreative) Nutzungen, Sicherung der historischen Bausubstanz.

- Änderung des B-Plans und Öffnung des Erdgeschosses für Wohnen – **aber nicht bedingungslos! → Einzelfallbetrachtung** (Lage, Zustand/Zuschnitt, Nutzungsalternativen etc. der Immobilie).
 - Vorrangig in den Randlagen der oberen Altstadt.
 - Neuer **Anreiz für Investitionen** in den Bestand - Sicherung der historischen Bausubstanz, bevor diese verfällt bzw. eine Sanierung unmöglich/unrentabel wird.
 - Ggf. im 1. Schritt nur Öffnung in klar abgegrenzten/definierten Teilbereichen der oberen Altstadt (vorrangig die Randlagen).
 - Neben Wohnen auch andere kreative, kulturelle Nutzungen im Erdgeschoss zulassen.
- **Aufgabe der Politik:** B-Plan entsprechend anpassen und geeignete Rahmenbedingungen schaffen.

Der Bedarf bzw. die Nachfrage nach Wohnfläche ist da (laut Eigentümer*innen)!

Handlungsempfehlungen für das Innenstadtmanagement

Konkrete kurzfristige Maßnahmen

Organisation von temporären Zwischennutzungen: **Gesteuerte Ansiedlung**

ZIELE: neue Betriebe über Anreize anwerben, alternative Angebotsmöglichkeiten schaffen – ganz im Sinne des Zieles eines multifunktionalen Ortes für Bürger*innen und Besucher*innen.

- aktive Recherche, **zielgerichtete Akquise** gewinn-bringender, realistischer(!) Betreiber*innen, **Angebotslücken** identifizieren (z. B. Café, Kneipe, regionale Produkte).
- Offenheit für **kreative, ergänzende Nutzungen** im Bereich Tourismus, Kunst/Kultur.
- Nachfrage/Bedürfnisse der **verschiedenen Nutzer*innengruppen** berücksichtigen (Jugend, Senior*innen, Bürger*innen, Tourist*innen/Besucher*innen, Geschäftskund*innen etc.) – z. B. Indoor-Spielplätze, Seminarräume, Co-Working-Spaces etc.



Beispiel Pop-Up-Store, Foto: Pop & Zebra on Unsplash (2019)

Handlungsempfehlungen für das Innenstadtmanagement

Organisation von temporären Zwischennutzungen: Gesteuerte Ansiedlung

BEISPIELE:

- Anwerben über bestimmte **Anreize** denkbar:
 - Existenzgründungswettbewerb
 - Staffelmieten oder umsatzabhängige Mieten (in Absprache mit Eigentümer*innen, die z. B. nicht mit dem Verfügungsfonds Anmietung bedient werden können)
 - Entgegenkommen bei Umbauten etc.
 - Informationen zu Fördermöglichkeiten
 - „Startpaket“ (Werbemaßnahmen, Pressearbeit usw., ggf. in Zusammenarbeit mit MMG)

- Gleichzeitige **Beratung der Eigentümer*innen/potenzieller Investor*innen**:
 - Gemeinsame Konzeptentwicklung für „**schwierige**“ Immobilien (Struktur, Zustand, Lage)
 - **Alternativen/Optionen** prüfen:
 - Zusammenlegung von (leerstehenden) Flächen, um größere Fläche anbieten zu können
 - Abriss als letzte Lösung für nicht mehr sanierungsfähige Immobilien – Potenzialflächen für neue belebende Nutzungen (Frei-/Spielflächen, Gebäudeerweiterungen, Neubauten etc.)

Handlungsempfehlungen für das Innenstadtmanagement

Konkrete mittel- bis langfristige Maßnahmen (bewährte Maßnahme aus anderen Städten)

Existenzgründer*innen-Wettbewerb: **Gesteuerte Ansiedlung, Kund*innen- und Kaufkraftentwicklung**

ZIELE: Anreiz zur Ansiedlung → Existenzgründungswettbewerb in der Mindener Innenstadt veranstalten

- Potenzielle Flächen im Konzentrationsbereich der Innenstadt sind vorhanden!
- Zeigt sich in anderen Städten als bewährtes Instrument für neue Wege in der Standortvermarktung, angepasst an Minden z. B. auch für Belebung der Altstadt

BEISPIEL: Gründerprogramm Lohne

- CIMA als Ideengeberin (bisher ca. 15 Gründungswettbewerb-Projekte durchgeführt).
- Bewerbungen mit überzeugendem Ladenkonzept werden durch professionelle Jury bewertet.
- Innovative und zukunftsfähige Geschäftsideen zur Beseitigung von Leerstand.
- Erfolg versprechende Bewerbungen werden durch finanzielle Mittel und Know-How unterstützt (vergünstigte Miet-Immobilien, Partner*innen, Patenschaften).
- Aufgrund der erfolgreichen Umsetzung und mittlerweile über acht neuer Ladenkonzepte in der Lohner Innenstadt, ist das Projekt als „Best Practice“ der *stadtimpulse* zertifiziert, was als zusätzlicher (überregionaler) Multiplikator wirkt!

NEUE
LÄDEN.
NEUES
LEBEN.

Gründerprogramm Lohne



Erfolgreiche
Neuvermietung durch
Gründerinnenwettbewerb
in Lohne, Foto: unsere-
stadtimpulse.de



Flächenmanagement

- ✓ Das **Erscheinungsbild** aufwerten und Flächen optimal nutzen!
- ✓ Die Mindener Innenstadt hat eine gewisse Zahl an **Leerständen**, insb. in den Randlagen, zu verzeichnen. Darunter fallen sowohl Gewerbeflächen als auch komplette Immobilien.
- ✓ Gründe für **Vermietungsprobleme**: Ladenzuschnitte, Struktur der historischen Bausubstanz, fehlende Investitionen seitens der Eigentümer*innen, zu hohe Mietpreise, kein Interesse an Weitervermietung seitens der Eigentümer*innen sowie teilweise die Lage der Immobilien.
- ✓ Die **Aufwertung leerstehender Gebäude und Räume** und die **(temporäre) Nutzung** tragen auch zu einem besseren Erscheinungsbild bei – eine Win-Win-Situation: Ein besseres Erscheinungsbild der Immobilie führt auch zu einem besseren Gesamtbild der Innenstadt!
- ✓ Idealerweise **wecken die Maßnahmen Interesse**, bewegen bestenfalls potentielle Mieter*innen, sich in der Innenstadt niederzulassen – **neue Nutzungen** finden statt und das Angebot erweitert sich.

Aber: Flächen- und Leerstandsmanagement ist eine langfristige Aufgabe, die Geduld und Ausdauer erfordert!

Handlungsempfehlungen für das Innenstadtmanagement

Konkrete mittelfristige Maßnahmen

Geschäftsfeldübergreifende Maßnahme: **Aufbau eines Eigentümer*innen-Netzwerks**

ZIELE: Schnittstellen- und Kommunikationsfunktion des Innenstadtmanagements etablieren, Vertrauen (zu Immobilienbesitzer*innen) aufbauen, Kenndaten bündeln, (Vermittlung von) Beratung bei immobilienwirtschaftlichen Fragen.

- Die einzelnen **Immobilien prägen** das **Stadtbild** und gehören zur **Visitenkarte** der Innenstadt – **Eigentümer*innen** von Innenstadtimmobilien spielen eine **entscheidende Rolle** für die positive Innenstadtentwicklung.
- Der Aufbau eines Eigentümer*innen-**Netzwerks** bildet den **Grundstein** für die weitere **Zusammenarbeit** und **Entwicklung** in der **Innenstadt** – Als geschäftsfeldübergreifende Maßnahme des Innenstadtmanagements.
- Das Innenstadtmanagement nimmt im Rahmen von **Dialogveranstaltungen** und **Informationsmöglichkeiten** die **Mittlerrolle** zwischen **Innenstadttakteur*innen** und **Stadt** ein und bietet mit dem Netzwerk eine **Plattform** für Innenstadtthemen rund um die Immobilie für privatwirtschaftliche Akteur*innen.
- Das Netzwerk dient auch dem **Kennenlernen** des Innenstadtmanagements, bietet **Austausche** und **Informationsmöglichkeiten** und profitiert im Rahmen von Veranstaltungen von Impulsgeber*innen und Fachexpert*innen zu immobilienwirtschaftlichen Themen und Fragestellungen.



Beispiel Netzwerkveranstaltung, Fotos: cima 2022

Handlungsempfehlungen für das Innenstadtmanagement

Geschäftsfeldübergreifende Maßnahme: Aufbau eines Eigentümer*innen-Netzwerks

BEISPIEL: Bausteine zum Aufbau eines Eigentümer*innen-Netzwerks in Minden

Themengrundlagen aus dem Handlungskonzept

- Rückgriff auf die Ergebnisse des Handlungskonzeptes und der bisherigen Beteiligungsergebnisse
- bei Interesse eigene Ortsbegehungen mit Immobilieneigentümer*innen zur Fortführung und/oder Priorisierung

Großes Forum Immobiliennetzwerk Innenstadt

- Organisation als öffentliche Abendveranstaltung, 1x pro Jahr
- Inhalte: Vorstellung aktueller Entwicklungen und Möglichkeiten (für Immobilieneigentümer*innen), Best-Practice-Beispiele aus anderen Städten, Aufnahme des Meinungsbildes der Eigentümer*innen, Austausch und Diskussion
- Einladung von fachspezifischen Speaker*innen (zu immobilienwirtschaftlichen Themen)
- Aufnahme von Ideen und Vorschlägen der Teilnehmer*innen zur Umsetzung und weiterführenden Beratung
- Empfehlenswert ist z.B. auch die Einbindung lokaler Handwerksunternehmen zur (schnelleren) Vermittlung bei Renovierungs- und Sanierungsarbeiten

Einrichtung eines Infogremiums

- Kontaktaufnahme und -bündelung relevanter Ansprechpersonen für Immobilieneigentümer*innen
- Bereitstellung und Vermittlung von Informationen und Beratungsangeboten (insbes. zu Sanierung und Instandhaltung)
- Sammlung und Bereitstellung von Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten im Bereich Immobilien

Pflege einer digitalen Präsenz des Netzwerks

- Newsletter-Versand mit Hinweisen zu aktuellen Entwicklungen, Veranstaltungen und weiterführenden Informationen (quartalsweise oder halbjährlich)
- Hinweise zu Beratungs- und Fördermöglichkeiten als zentrales Informationsportal
- ggf. Kopplung zum Leerstandsportal

Runder Tisch „Innenstadtimmobilien“

- Themenspezifischer Austausch und Diskussion in kleineren Kreisen, nach Bedarfen und ggf. nach Quartieren



Beispiel Netzwerkveranstaltung Foto: cima 2022

7. Fazit und nächste Schritte

Stadt + Regionalplanung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

Tourismus

Mobilität

Fazit und nächste Schritte

Schlussfolgerungen

- Die Geschäftsfelder des Innenstadtmanagements müssen nun strukturiert und zeitnah aufgebaut werden, damit eine **Handlungsfähigkeit** entsteht.
- Dazu bedarf es einer **adäquaten Ausstattung** mit Personal und Budget.
- Gleichzeitig bedarf es einer Intensivierung der **fachbereichsübergreifenden Zusammenarbeit** bei innerstädtischen Themen.
- Das Geschäftsfeld **Flächenmanagement** sollte als erstes ausgestattet und angegangen werden.
- Die in den Workshops formulierten Ziele, Maßnahmen und Erwartungen an das zukünftige Innenstadtmanagement gehen über das Flächenmanagement **deutlich** hinaus.
- Die durchgeführten Partizipationsrunden haben teils **Konflikte** offen gelegt, die durch eine Fortführung der Beteiligung unbedingt angegangen werden müssen → dies kann über den **Aufbau eines Eigentümer*innen-Netzwerks** als geschäftsfeldübergreifende Maßnahme unmittelbar angegangen werden.
- Die aufgeführten Maßnahmen für ein Innenstadtmanagement sind i. d. R. als **öffentlich-private Maßnahmen** anzugehen, da fast immer die Nutzenden der Immobilien (bzw. der Innenstadt) oder die Eigentümer*innen der Immobilien beteiligt sind.
- Flächenmanagement sollte gezielt und regelmäßig nach innen und außen kommunizieren und nicht mit Erwartungen nach „Quick-Wins“ überfrachtet werden, denn **Flächen- und Leerstandsmanagement ist eine mittel- und langfristige Aufgabe, die Geduld und Ausdauer erfordert!**



Perspektivisch empfehlen wir eine Fortentwicklung (auch innerhalb) der Geschäftsfelder des Innenstadtmanagements voranzutreiben und die Ziele sowie die Handlungsfelder regelmäßig zu überprüfen und zu legitimieren. Dies kann z. B. über (möglichst) jährliche Controlling-Sitzungen, ggf. unter Beteiligung der cima, geschehen.

Fazit und nächste Schritte

Aufbau eines Zentrenmanagements – weitere Prozessschritte

Unter Berücksichtigung der im vorliegenden Handlungskonzept herausgearbeiteten Themen- und Handlungsfelder für die Innenstadtentwicklung von Minden sowie den Zielen, Geschäftsfeldern und Maßnahmen für das Innenstadtmanagement werden bis Ende 2023 folgende nächste Schritte im Prozess angegangen:

- **Netzwerkveranstaltungen des Innenstadtmanagements**

- Start des Informations- und Netzwerkprozesses mit Eigentümer*innen, Innenstadtakteur*innen und lokalen sowie regionalen Stakeholdern relevanter Bereiche (IHK, Handelsverband etc.), um die Innenstadt in den Fokus zu rücken, Ergebnisse und Zielrichtungen vorzugeben sowie Netzwerke und Kontakte zu knüpfen und zu stärken.

- **Empfehlungen und Hilfestellungen für interessierte Eigentümer*innen im Hinblick auf eine Weitervermietung**

- Informations- und Beratungsgespräche für individuelle Maßnahmen und Herangehensweisen im Rahmen von Weitervermietungen zu reduzierten Mietpreisen, „Leerstands-Checks“, etc.

- **Gesprächsführung und Beratung von Eigentümer*innen zu alternativen Nutzungen und Fördermöglichkeiten**

- Auf Grundlage der erarbeiteten Leerstandssteckbriefe werden gezielte Beratungsgespräche zur individuellen Erörterung von Entwicklungs- und Fördermöglichkeiten durchgeführt.

- **Workshops/Arbeitsrunden**

- Die weiteren Workshops dienen der Ausarbeitung, Konkretisierung und Vorbereitung von Maßnahmen des Innenstadtmanagements.

- **Fortführung der regelmäßig stattfindenden Steuerungsgruppensitzungen zur Prozessbegleitung**

→ Begleitend zu den Aufgaben und der Umsetzung der Maßnahmen in den Geschäftsfeldern des Innenstadtmanagements





Ihre Projektpartner



Dipl.-Geogr. Martin Kremming
Geschäftsführer, Partner cima Deutschland,
Büroleiter Hannover + Leipzig

T 0511 220079-65, kremming@cima.de



Marie Veltmaat
M.A. Soziologie – Stadt und Raum
Beraterin und Quartiersmanagerin

T 0511 220079-78, veltmaat@cima.de

Materialbände des Handlungskonzepts

Anhang

- 1 Ergebnisse der Workshops
- 2 Ergebnisse der Online-Eigentümer*innenbefragung und Ergebnisse der Expertisegespräche
- 3 Ergebnisse der WikiMap

- Stadt Minden, vierte Fortschreibung des Wirtschaftsförderungskonzeptes (26.01.2021)
verfügbar unter: <https://www.minden.de/wirtschaft-mobilitaet-wohnen/standort-minden/wirtschaftsfoerderung/>
- Stadt Minden, Fortschreibung vom "Integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept" von 2016-2020
verfügbar unter: <https://www.minden.de/rathaus-service-zukunft/mitgestalten/entwicklung-obere-altstadt/>
- Schwerte Stadtmarketing, Ladenlokalfinder 2022
verfügbar unter: <https://www.schwerte-stadtmarketing.de/ladenlokalfinder/>
- Stadt Lohne (Oldenburg), Gründerprogramm Lohne 2022
verfügbar unter: <https://www.gruenderprogramm-lohne.de/>

Rechtliche Hinweise

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der cima als Urheberin zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter*innen von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeitenden. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u. a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Sprachgebrauch

Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezügen ggf. die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.