

NEW LIFE – Neues Leben für Warenhausimmobilien

Kooperation:







Die letztjährige Eventreihe zu **NEW LIFE**, unsere Initiative zur Wiederbelebung brachliegender Warenhäuser, hat eine fruchtbare Kooperation hervorgebracht: Ab sofort wollen wir gemeinsam mit dem Netzwerk STADTRETTER, die beste Lösung für jede Immobilie und ihre Stadt finden.

Mit unserer Expertise als europaweit führendes Büro für Integrale Planung mit BIM sind wir bestens gerüstet für komplexe Aufgabenstellungen wie die Revitalisierung von Bestandsgebäuden. Im Netzwerk von über 1.700 Planer:innen stellen wir uns der Herausforderung, bestehende Strukturen in moderne Nutzungskonzepte zu transformieren.

Die beiden Initiatoren von NEW LIFE Albert Achammer (ATP) und Thomas Stini (redserve) sowie die Stadtretter Stefan Müller-Schleipen und Ariane Breuer haben wir daher zum Interview gebeten. In Teil 1 sprechen sie über aktuelle Probleme deutscher Innenstädte und die größten Knackpunkte, Teil 2, der in der April-Ausgabe der Insidelines erscheinen wird, beschäftigt sich mit konkreten Lösungsansätzen.

22 **2/2024**



Wer sind eigentlich die Stadtretter?

Stefan: Die Stadtretter sind eine gemeinsame Initiative von Macher:innen, denen die Innenstadt am Herzen liegt. Wir haben die Stadtretter im Juni 2020 gegründet und vereinen heute über 1.300 Städte und Gemeinden, Stadtmarketing, Wirtschaftsförderungen, Lösungsanbieter, Immobilienunternehmen, Wissenschaft und Forschung mit dem Ziel, unsere Innenstädte zu transformieren.

Wir teilen dafür Wissen,

entwickeln Lösungen und bieten Expertise rund um das Thema Innenstadt. Wir alle glauben fest an die Zukunft unserer Innenstädte und Ortszentren und setzen uns dafür ein, sie mit neuen Lösungen und Kompetenzen zu stärken und sie gemeinsam in eine erfolgreiche Zukunft zu führen.

Immer öfter hört man vom Sterben der Innenstädte ... Wie akut sind die Probleme in Deutschlands Städten und (wie) kann man diese lösen?

Albert: Momentan befinden wir uns in einer Phase, in der mehrere Entwicklungen zusammenkommen und der Interaktion in den Innenstädten und somit den Städten selbst sehr schaden. Ein Rückgang an Interaktion wurde einerseits durch das veränderte Konsumverhalten und andererseits auch durch neue, hybride Arbeitsformen verstärkt. Dies, in Zusammenhang mit dem Niedergang von großen Magneten wie Galeria Karstadt versetzt viele Kommunen in Schockstarre.

2/2024 23

Stefan: Unsere Innenstädte stehen erst am Beginn eines gewaltigen Veränderungsprozesses. Für beispielsweise Bankgeschäfte, Urlaubsbuchungen, Konzerttickets, Schallplatten und CDs oder auch Zeitschriften und Bücher war früher ein Gang in die Innenstadt notwendig. Diese "Dienstgänge" wurden mit weiteren Einkäufen, Verabredungen, Kino- und Gastronomiebesuchen verbunden. So wurden innerstädtische Frequenz und Umsätze erzeugt. Durch die Digitalisierung lässt sich all das heute beguem vom heimischen Sofa aus erledigen.

Thomas: Der Niedergang unserer Innenstädte war und ist ein schleichender Prozess und ist landauf landab zu finden – nicht nur im kaufkraftschwachen Osten.

Ariane: Die Innenstadt hat in den Zeiten von Digitalisierung und Onlinehandel eine völlig neue Bedeutung erhalten. Die Menschen wünschen sich weniger Konsumzwang, dafür mehr Erlebnis und Begegnung. Das stellt die Struktur einer

Innenstadt und damit auch die Immobilienbranche vor völlig neue Herausforderungen. Dieser Trend der Transformation wurde leider über einen langen Zeitraum verschlafen.

Wir alle glauben fest an die Zukunft unserer Innenstädte und Ortszentren und setzen uns dafür ein, sie mit neuen Lösungen und Kompetenzen zu stärken und sie gemeinsam in eine erfolgreiche Zukunft zu führen.

Nun gilt es, die richtigen Menschen, Kommunen und Unternehmen zusammen zu bringen, um gemeinsam neue Lösungen zu entwickeln und – ganz wichtig – in die Umsetzung zu kommen. Genau das tun wir in unserem Netzwerk.

Was seht ihr als den größten "Knackpunkt" aussterbender Innenstädten? Thomas: Neben der Plattformökonomie sehe ich auch die Monotonisierung des Einzelhandels in unsere Innerstädte als großes Problem. Schaut man sich ein Foto einer beliebigen Innenstadt Deutschlands an, erkennt man nicht, welche Stadt es ist. Die Brillen- und Schuhfilialen, die Fast-Food-Lokale, die Fast-Fashion-Läden ... Überall das gleiche Bild. Dieser Einheitsbrei wird den Prozess der sterbenden Innenstadt nicht aufhalten, sondern eher beschleunigen.

Albert: Ich sehe eine Kombination aus mehreren Faktoren. Innenstädte waren seit jeher ein Ort der Begegnung. Dies ermöglichte Handel, Austausch, Unterhaltung, etc. Die Welt hat sich verändert und die Städte müssen sich neu erfinden, um das hybride Gelenk zwischen online und offline zu ermöglichen. Ich bin fest davon überzeugt, dass Menschen die persönliche und haptische Nähe brauchen, aber das dazugehörige Angebot muss vorhanden sein.

24 **2/2024**

Stefan: Das plötzliche Erscheinen von Apps wie "Uber", "Tier" und "Bird", die quasi über Nacht neue Mobilitätsformen einführen und ein jahrhundertealtes Taxigewerbe bedrohen, zeigt exemplarisch, wie schnell die Digitalisierung, die gewachsenen Strukturen unseres gesellschaftlichen Zusammenlebens verändert. Die Bedrohung der Innenstädte allein am Onlinehandel festzumachen ist deshalb zu kurz gedacht. Selbst der "traditionelle" Onlinehandel steht unter massivem Veränderungsdruck. Fast Fashion wird von Ultra Fast Fashion abgelöst. Was heute auf TikTok zu sehen ist, kann schon morgen auf neuen Plattformen wie Temu oder Shein gekauft werden.

Ariane: Ebenso beobachten wir eine Diskrepanz zwischen den allgemeinen Anforderungen an die Innenstadt und der Erwartung seitens der Immobilienwelt. So werden häufig neue und kreative Angebote für die Innenstädte gefordert. Aber ein hippes Startup oder ein kreatives Kulturensemble

kann in der Regel nicht die Mietpreise zahlen, die die Vermieterseite bislang von den Großfilialisten gewöhnt waren. Hier benötigen wir völlig neue Denkansätze für die Praxis und insbesondere die Unterstützung der Kommunen, die bei uns eine ganz wichtige Rolle spielen.

Thomas: Wir als Planer:innen, Berater:innen, Ingenieur:innen haben nun die einmalige Chance, unsere Innenstädte komplett neu zu denken. Wir müssen zukunftsfähige Strategien entwickeln. Wir brauchen Orte, die auf unsere Bedürfnisse eingehen und unser Leben bereichern. Sinnhaft, ökonomisch tragbar, nachhaltig.

Wie ist es zur Kooperation zwischen den Stadtrettern und ATP gekommen?

Albert: ATP setzt sich, aufgrund der langjährigen Erfahrung in Retail etc. mit dem Thema "Neues Leben für unsere Innenstädte" auseinander. Seit 2022 wurde unsere Initiative New Life für ein Netzwerk an Begeisterten geöffnet. Die Stadtretter waren von Beginn an

dabei und brennen genauso für das Thema wie wir.

Ariane: Im Rahmen von NEW LIFE wurde auch ein Whitepaper entwickelt. Wir merkten schnell, dass wir sehr ähnliche Ansätze verfolgen und gut zusammenpassen bzw. arbeiten würden. Vor allem die Offenheit für neue Ansätze und der Fokus auf das Machen vereint uns. So haben wir uns entschlossen, die Initiative NEW LIFE gemeinsam weiterzuentwickeln und in konkrete Projekte zu überführen.

Weitere Infos zu den STADTRETTERN unter: www.die-stadtretter.de/

