Die gesellschaftliche Transformation der Innenstädte

- Empirische Studie bei privaten Haushalten

Autoren: Prof. Dr. Andreas Pfnür, Jonas Rau I Technische Universität Darmstadt

Kommunikation, Konsum und Mobilität haben sich im 21. Jahrhundert rapide verändert. Dies hat insbesondere Auswirkungen auf unsere Innenstädte und den dort ansässigen Einzelhandel: Das traditionelle Warenhaus ist aufgrund des Online-Handels veraltet. Überall sieht man Leerstände, obwohl die Menschen wieder vermehrt in die Innenstädte zurückkehren. Wie kann diesem Trend entgegengewirkt werden? Welche Investitionen und Strukturen machen Innenstädte attraktiv? Die Studie **"Die gesellschaftliche Transformation deutscher Innenstädte"** untersucht in zwei empirischen Forschungsprojekten:

- Wie zufrieden die Menschen mit den Innenstädten sind und was sie sich von einem Besuch erwarten
- Wie sie alternative Multi-Use-Nutzungskonzepte bewerten

Auf dieser Grundlage werden Lösungsansätze für eine stadtplanerische und projektbezogene Entwicklung vorgeschlagen, die auf die Steigerung der Lebensqualität abzielen. Für die Studie wurden spezielle Strategien zur Datennutzung und Analyse von Innenstädten entwickelt, die über die bisherigen Analysewerkzeuge der Stadtforschung hinausgehen.

Auszug aus den Ergebnissen:
Eine repräsentative Onlinebefragung von über 1.000 Haushalten zeigt die Unzufriedenheit der Menschen mit dem Status quo der Innenstädte (siehe Abb. 1). Insbesondere folgende Beobachtungen stechen heraus:

- 6 von 11 Innenstadtfunktionen haben an Qualität und daher an Attraktivität verloren.
- Insbesondere beim Wohnen in der Innenstadt nehmen viele Befragten (41%) einen Attraktivitätsverlust wahr.
- Auch bei Konsum- und Versorgungsangeboten, der Qualität des öffentlichen Raums, Begegnungsmöglichkeiten, Grün- und Freiflächen sowie Arbeitsplätzen gibt es deutlichen Verbesserungsbedarf.

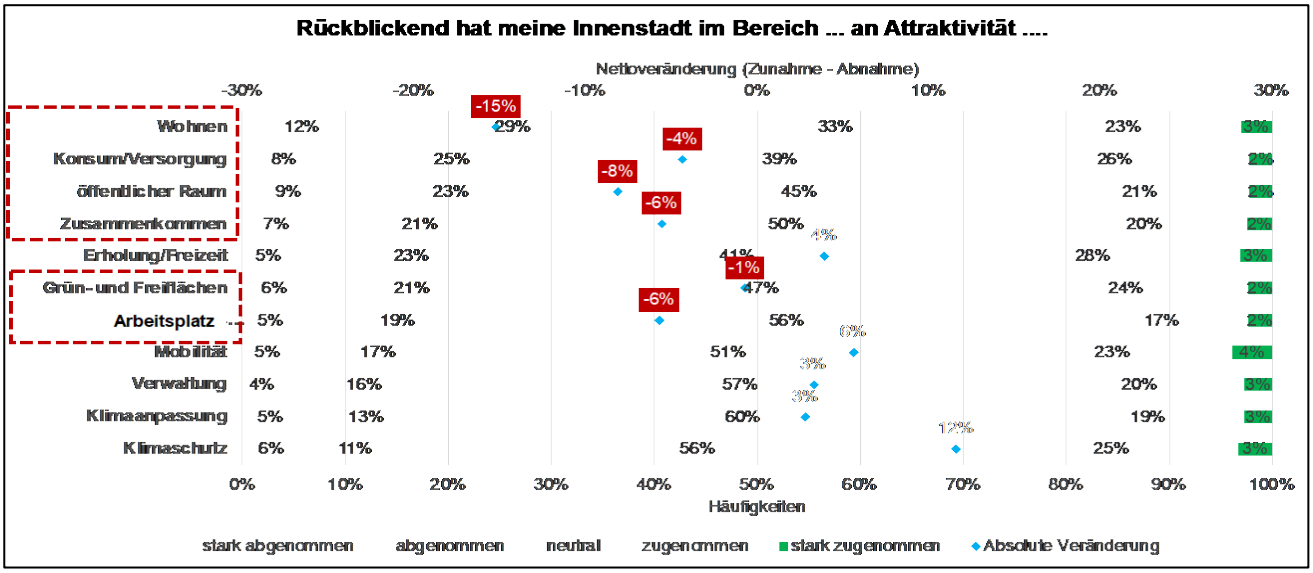

Abbildung 1: Veränderung der Qualität/Attraktivität von Innenstadtfunktionen I Quelle: Pfnür/Rau (2023).

- Da es gleichzeitig auch prosperierende Stadtquartiere gibt, schönen die Mittelwerte den wahren Attraktivitätsverlust zahlreicher deutscher Innenstädte. Insbesondere sozial besser gestellte Befragte zeigen sich überdurchschnittlich kritisch.
- Danach gefragt, was sich ändern müsste, damit sie die Innenstadt wieder besuchen, nennt die Mehrheit der Befragten ein verbessertes Erholungs- und Freizeitangebot (55%), Grün- und Freiflächen (53%), das Wohnungsangebot (53%) sowie die Qualität des öffentlichen Raums (52%) (siehe Abbildung 2).

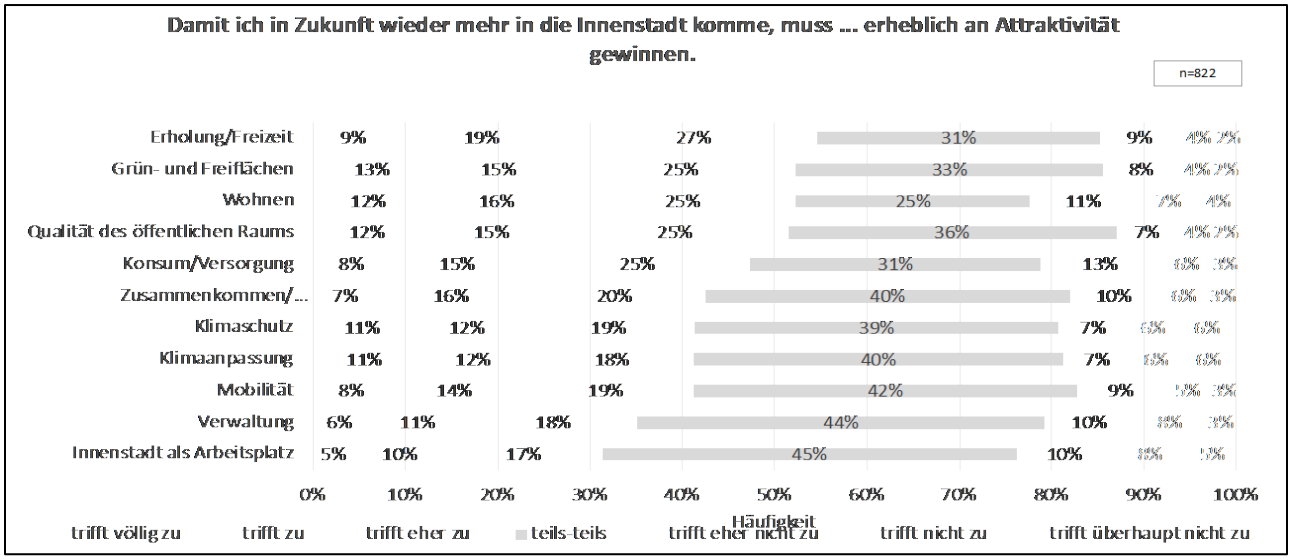

Abbildung 2: Zukünftig notwendige Qualitäts-/Attraktivitätsverbesserungen in den Innenstädten | Quelle: Pfnür/Rau (2023).

- **Eine Verbesserung des Einzelhandels kann über die Ergebnisse der gesamten Befragung hinweg kaum alleine zu einer maßgeblichen Attraktivitätssteigerung der Innenstadt beitragen.**
- **Das gilt vor allem für die wichtige Zielgruppe der wohlhabenden Städter (Sophisticated Singles). Nur 37 % von ihnen wünschen sich einen attraktiveren Einzelhandel.**
- **Gleichzeitig bleibt der Einzelhandel jedoch an Wochenenden für knapp 60 Prozent der Befragten Hauptgrund für einen Innenstadtbesuch. Unter der Woche gilt dies für 41 %.**
- **Die Befragung zeigt grundsätzlich ein großes Potenzial für neue Büronutzungen. So arbeiten derzeit nur 11 % der Befragten in der Innenstadt, grundsätzlich gut vorstellen könnten sich das allerdings weitere 40 %. Nur 27 % würden nicht gerne in der Innenstadt arbeiten.**

Midstad

Aufbauend auf den Ergebnissen der ersten Befragung wurde eine weitere Befragung der Bürger durchgeführt. Die Bürger wurden zu ihren Präferenzen zur Ressourcenallokation im Innenstadtquartier, der Nachhaltigkeit im Innenstadtquartier und der (Nach-)Nutzung von Warenhausimmobilien befragt.

- Im Kern präferieren die Bürger eine Stadt der kurzen Wege mit Shopping, Entertainment/Freizeit/Erholung und Wohnen mit viel Grün und einem Fokus auf Fahrrad-/Fußgängerfreundlichem Gestaltung sowie ÖPNV.
- Bei der Betrachtung einer beispielhaften Innenstadtimmobilie weicht der präferierte Nutzungsmix der Befragten teils stark von der Realität ab.
- Die Wohnnutzung ist die von vielen Bürgern präferierte Nutzung in den oberen Geschossen (47% präferieren Wohnen im 4.OG).
- Hohe Präferenzen für Wohnnutzung gehen meist einher mit dem Wunsch nach Büronutzung und dem Bedürfnis in der Innenstadt zu wohnen und zu arbeiten.
- Kleinteiliger und großteiliger Einzelhandel im unteren Preissegment wird besonders in den sichtbaren Geschossen eher ungern gesehen. Dahingegen entsprechen der hochwertige Einzelhandel, lokale Shops sowie Boutiquen, Gastronomie aber auch Elemente der Grundversorgungen den Präferenzen der Befragten (Abbildung 3).

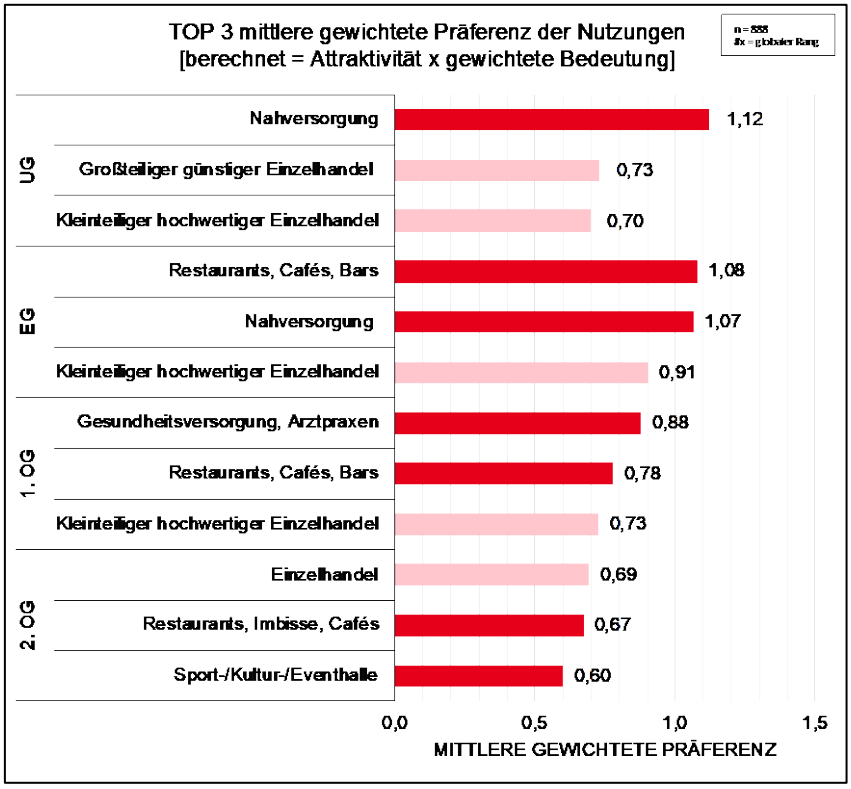

Abbildung 2: Zukünftig notwendige Qualitäts-/Attraktivitätsverbesserungen in den Innenstädten
Quelle: Pfnür/Rau (2023).

→ Besonders wichtig ist den befragten Bürgern die Nutzung der Dachterrassen. Diese ist für Innenstadtnutzer sogar 12 % wichtiger als die EG-Nutzung.

→ Auf den Dachterrassen präferieren Befragte in erster Linie Nutzgärten, gefolgt von Cafés mit Dachgärten und kleinteiliger Gastronomie (Abbildung 4).

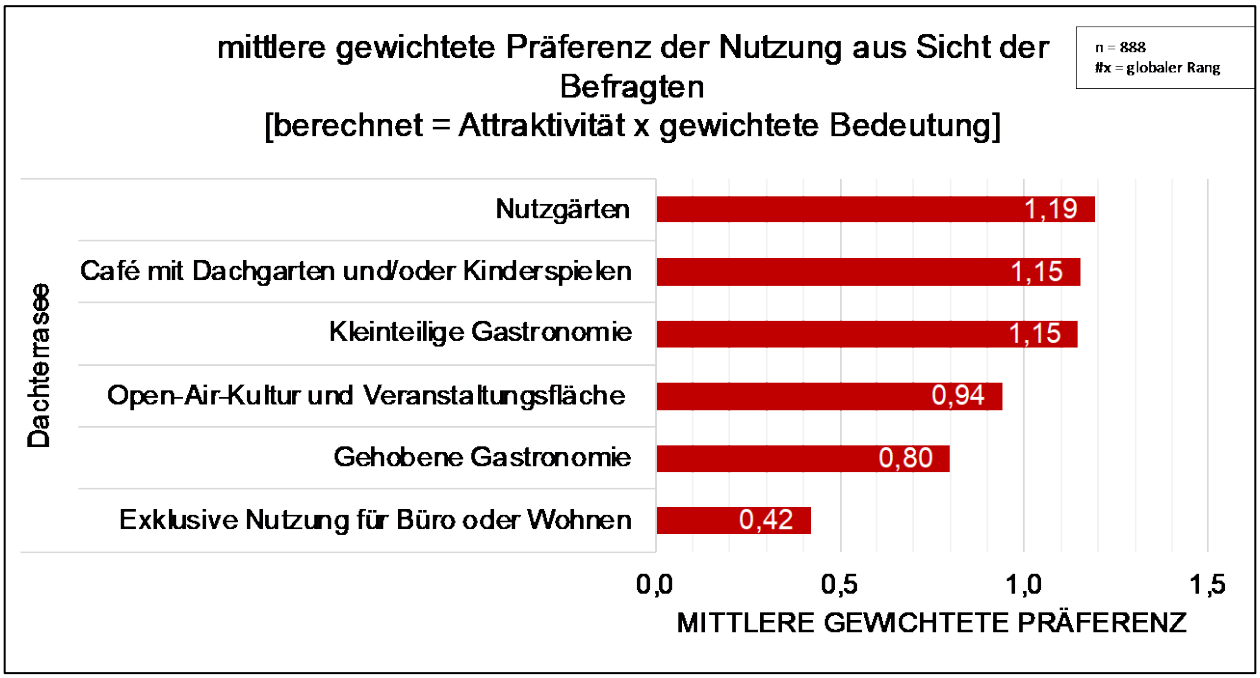

Abbildung 4: Mittlere gewichtete Präferenzen für die Nutzung von Dachterrassen. I *Quelle: Pfnür/Rau (2023).*

Handlungsempfehlungen

- Um zukunftsfähige Konzepte zu erstellen, ist es notwendig auf Basis von Daten, Nachnutzungskonzepte zielgerichtet auf die lokale Milieustruktur und deren Bedarfe auszurichten.
- Die Rettung der Innenstädte geht nicht von der Rettung des Einzelhandels aus, sondern von der Schaffung eines bedarfsgerechten Nutzungsmix.
- Einige Nutzungen, beispielsweise der kleinteilige, günstige Einzelhandel, sind von den Bürgern nicht gewollt. Die Nachnutzung von Leerständen um jeden Preis kann die gesamte Akzeptanz des Gebäudes absenken und zu Verlusten führen.
- Die Implementierung von Wohnen erfordert besonders starke Mixed-Use-Konzepte die das Work-Life-Blending ermöglichen. Mehr Wohnen heißt auch mehr Büros und mehr flankierende Angebote.
- Die Nutzung von Dachterrassen ist für die Menschen zentral. Ein Blick auf die Dächer der deutschen Innenstädte zeigt hier ein vergeudetes Potenzial auf.

Kontakt

Prof. Dr. Andreas Pfnür I TU Darmstadt I +49 615 116 245 10 I pfnuer@bwl.tu-darmstadt.de
Dr. Kevin Meyer I Midstad I +49 211 542 534 06 I kevin.meyer@midstad.com

Die Studie wurde von Midstad unterstützt.

Hinweis zur gendergerechten Sprache: In diesem Factsheet wird aus Gründen der Lesbarkeit auf geschlechtsspezifische Schreibweisen verzichtet und stattdessen das generische Maskulinum verwendet. Alle personenbezogenen Bezeichnungen und Begriffe gelten grundsätzlich für alle Geschlechter, um eine gleichberechtigte Behandlung sicherzustellen. Die Verwendung dieser verkürzten Sprachform erfolgt rein aus redaktionellen Gründen und enthält keine Wertung.