

Dr. Wolfgang Haensch, CIMA Beratung, über das neue Gesicht Frankenburgs

Die Innenstadt als Center denken



*Haben den Standort umgekrempelt:
Das Team Kernbereichsmanagement mit (v.l.) Dr. Wolfgang Haensch, Uwe Hillemeier
und Dr. Lars Bölling. (Foto: CIMA Beratung + Management GmbH)*

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. Diese Idee ist nicht neu. Konsequenterweise verfolgt hat sie aber bislang kaum einer. Doch nun hat sich Frankenburg (Eder) für diesen Weg entschieden.

Zum Jahresende 2014 vermittelte das Mittelzentrum Frankenburg (Eder) mit seinen 18.100 Einwohnern nicht den Eindruck einer attraktiven Einkaufsstadt: Die Fußgängerzone war in die Jahre gekommen. Eine erhebliche Anzahl von Leerständen und die langjährige Diskussion um ein Einkaufszentrum am Innenstadtrand bestimmten das Bild.

Schließlich war es der Bürgermeister Rüdiger Heß, der den Gedanken aufbrachte, die Innenstadt ganzheitlich wie ein Shopping-Center zu betrachten und zu entwickeln. 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 und Management (Köln) als Sieger hervor.

Von Anfang an drängte die Zeit. Klare Perspektiven waren gefragt, um sowohl ansässige und auswärtige Unternehmen als auch private

Investoren für ein Engagement zu gewinnen. Rund sechs Monate benötigte das Team UmbauStadt und CIMA für das Erarbeiten eines Handlungskonzepts. Mit dem Leitbild „Moderne Vielfalt erleben“ enthält das Konzept sowohl für die Neustadt mit der Neustädter Straße als zentraler Einkaufslage als auch für die Altstadt mit dem historischen Rathaus und einem herausragenden Fachwerkensemble ein realistisches Ziel und konkrete Handlungsvorschläge.

Was ist nun also das Neue? 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, im April begannen die Bauarbeiten. Pünktlich zum Herbststadtfest wurde der zentrale Bereich der Fußgängerzone fertiggestellt.



*Bürgermeister
Rüdiger Heß
(Foto: Frankenburg/Eder)*

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

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

Anders und ungewöhnlich ist aber auch der verfolgte Ansatz zur Ansiedlung neuer Geschäfte und zur Verbesserung des Branchenmixes: Auf Basis eines vom Land geförderten Kernbereichsmanagements unterstützen UmbauStadt und CIMA die lokalen Akteure. Das Kernbereichsmanagement ist zunächst auf drei Jahre angelegt. Für relevante Objekte liefern beide Büros Ideen und Vorschläge zur Aufwertung oder prüfen die Umbaumöglichkeiten und die Marktsituation. So wurde zum Beispiel ein bestehendes Eiscafé hinsichtlich der Gestaltung seiner außergastronomischen Flächen ebenso beraten wie auch die Möglichkeiten geprüft wurden, an den Anfangs- und Endpunkten der Fußgängerzone einen zusätzlichen Ankerbetrieb für die Innenstadt anzusiedeln.

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

Rüdiger Heß, Bürgermeister

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 Frankenburg auf den Prüfstand stellen. Ziel ist es auch hier, mit Professionalität die Stadt voranzubringen. Für die Vermarktung des Standorts und die Wiederbelebung vorhandener Leerstände erweiterte die Stadt das Team des Kernbereichsmanagements zusätzlich: Mit Uwe Hillemeier konnte ein bundesweit aktiver Einzelhandelsmakler gewonnen werden. Er übernimmt die Ansprache der Hauseigentümer und knüpft die Kontakte zu Filialisten. **Dr. Wolfgang Haensch** ■