

Einkaufsparadies oder Betonwüste? ***– Wohin steuern unsere Innenstädte?***

Ergebnisse einer Blitzumfrage zur Innenstadtentwicklung
in deutschen Kommunen

1. Aktuelle Herausforderungen der Innenstadtentwicklung in Deutschland
2. Design der Umfrage
3. Ergebnisse
 - Leerstand
 - Innenstadtattraktivität
 - Mobilität
 - Digitalisierung
 - Bewertung des Instrumenten-Portfolios im Überblick
4. Fazit und Empfehlungen

Anlagen

- Instrumente der Innenstadtentwicklung
- Praxisbeispiele
- Weiterführende Literatur und Links

1. Aktuelle Herausforderungen der Innenstadtentwicklung

Wohin steuern unsere Innenstädte?

– steigende Leerstände aber weiterhin Treffpunkt und Identifikationsmerkmal

Herausforderungen und Rahmenbedingungen

- Die Veränderungen der urbanen Gesellschaft und des Einkaufsverhaltens stellen die wesentlichen Herausforderungen für die zukünftige Entwicklung des innerstädtischen Raums dar.
 - Insbesondere durch eine starke **Zunahme des Online-Handels** ist der stationäre Handel stark unter Druck geraten.
 - Die Corona-Pandemie hat diese Entwicklung noch beschleunigt. So haben **Kontaktbeschränkungen und Lockdownmaßnahmen** zu Umsatzeinbußen und Insolvenzen von Einzelhändlern geführt – hierunter vielfach auch Geschäfte, die seit langer Zeit ansässig waren und Innenstädte prägten.
- In der Folge sind vielerorts die **Leerstandsquoten** auch in ehemals stark gefragten Innenstadtlagen angestiegen.
- Gleichzeitig bleibt die Innenstadt Treffpunkt für Menschen und dient als Identifikationsmerkmal einer Stadt, welches wirtschaftliche und kulturelle Vielfalt mit sich bringt.
- Bei der Bewertung der **Innenstadtqualität** kommt dem Einzelhandel neben der Gastronomie eine entscheidende Rolle zu. Darüber hinaus werden kulturelle und soziale Events als attraktivitätssteigernd wahrgenommen.
- Die **Mobilität** ist ein weiteres Schlüsselement in der Gestaltung des Stadtbilds und der Innenstädte. Sie erfährt derzeit Innovationen aus neuen Konzepten, deren Ziel es u.a. ist, kurze Wege für die Grundversorgungselemente zu realisieren.
- Schließlich spielt die **Digitalisierung** derzeit für alle Akteure der Innenstadt eine wichtige Rolle. Die Vernetzung und Bereitstellung von Informationen über eine digitale Infrastruktur soll allen Beteiligten gleichermaßen einen wirtschaftlichen und sozialen Vorteil bieten. Hierbei sind vielerorts Konzepte der „**Smart City**“ in der Diskussion.

1. Aktuelle Herausforderungen der Innenstadtentwicklung

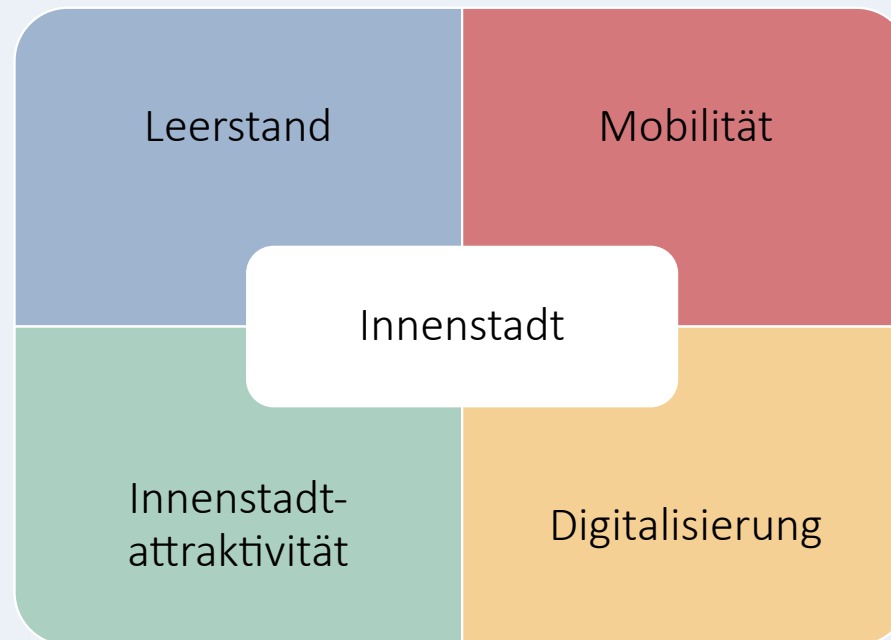
Wohin steuern unsere Innenstädte?

– Lösungsansätze im Spannungsfeld der Innenstadtentwicklung

Viele innovative Konzepte müssen ihre Praxistauglichkeit erst noch beweisen

- Vor dem Hintergrund der gestiegenen Herausforderungen werden in der Forschung zahlreiche innovative Konzepte zur Innenstadtentwicklung diskutiert. Hinsichtlich ihres konkreten Nutzens stehen sie vielfach noch auf dem Prüfstand.
- In den hier letztgenannten Aspekt der generellen Attraktivitätssteigerung fallen auch die immer wichtiger werdenden Anforderungen an das Stadtklima (Luft / Temperatur / Grünflächen)

- Die Instrumente beziehen sich i.d.R. auf die Aspekte
 - Leerstandsvermeidung
 - Mobilität
 - Digitalisierung
 - generelle Attraktivitätssteigerung



- In diesem Zusammenhang werden vor allem gefordert
 - Verbesserung der Luftqualität in der Stadt
 - Ausbau von städtischen Grünflächen
 - spezifische Infrastruktur, die extremer Hitze und Trockenheit entgegenwirken kann

2. Design der Umfrage

dchp® hat im Herbst 2021 zahlreiche Großstädte in ganz Deutschland zu ihrer Einschätzung in Bezug auf Instrumente der Innenstadtentwicklung befragt

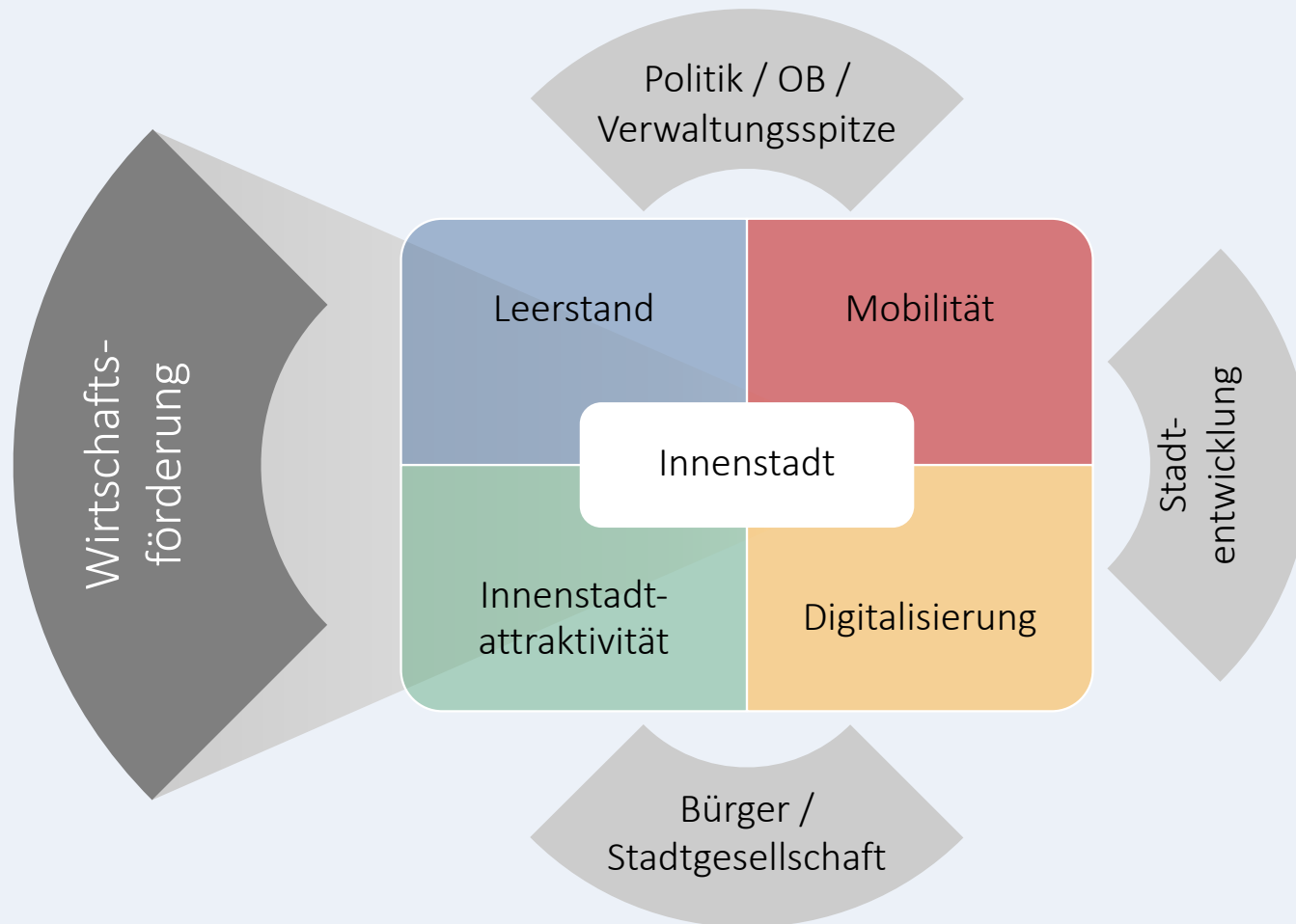
Blitzumfrage thematisierte unterschiedliche Instrumente der Innenstadtentwicklung

- Für die vorliegende Umfrage hat dchp® von Ende Oktober bis Mitte November eine Online-Befragung deutscher **Städte mit mehr als 95.000 Einwohnern** durchgeführt.
- Zielgruppe waren Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner der **Wirtschaftsförderung** der jeweiligen Kommune.
- Die Rücklaufquote der Umfrage betrug sich auf 23%. Dies unterstreicht die **hohe Relevanz** des Themas Innenstadtentwicklung für die Kommunen.
- Inhaltlich befasste sich die Befragung mit dem Einsatz von **Instrumenten zur Entwicklung und Erhöhung der Innenstadtattraktivität** sowie der vorausschauenden Planung ihres Einsatzes vor Ort.
- Entsprechend des dargestellten Spannungsfelds der Innenstadtentwicklung (siehe Seite 4) haben wir die Instrumente folgenden **vier Aspekten** zugeordnet:
 - Leerstand
 - Innenstadtattraktivität
 - Mobilität
 - Digitalisierung
- Die Befragten wurden gebeten, einzuschätzen,
 - ob die Instrumente für ihre Kommune **geeignet** oder eher **ungeeignet** sind und
 - ob die Instrumente in der jeweiligen Kommune **umgesetzt** werden und wenn ja, in welchem Zeitraum dies geplant ist (innerhalb 1/3/5 Jahren)

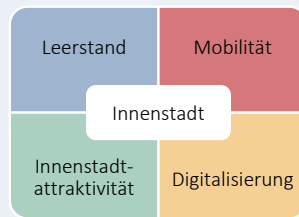
Die Ergebnisse der Befragung sind nachfolgend im Detail dargestellt

2. Design der Umfrage

Blitzbefragung beleuchtet die relevanten Themen-Cluster der Innenstadtentwicklung aus der Perspektive der Wirtschaftsförderung

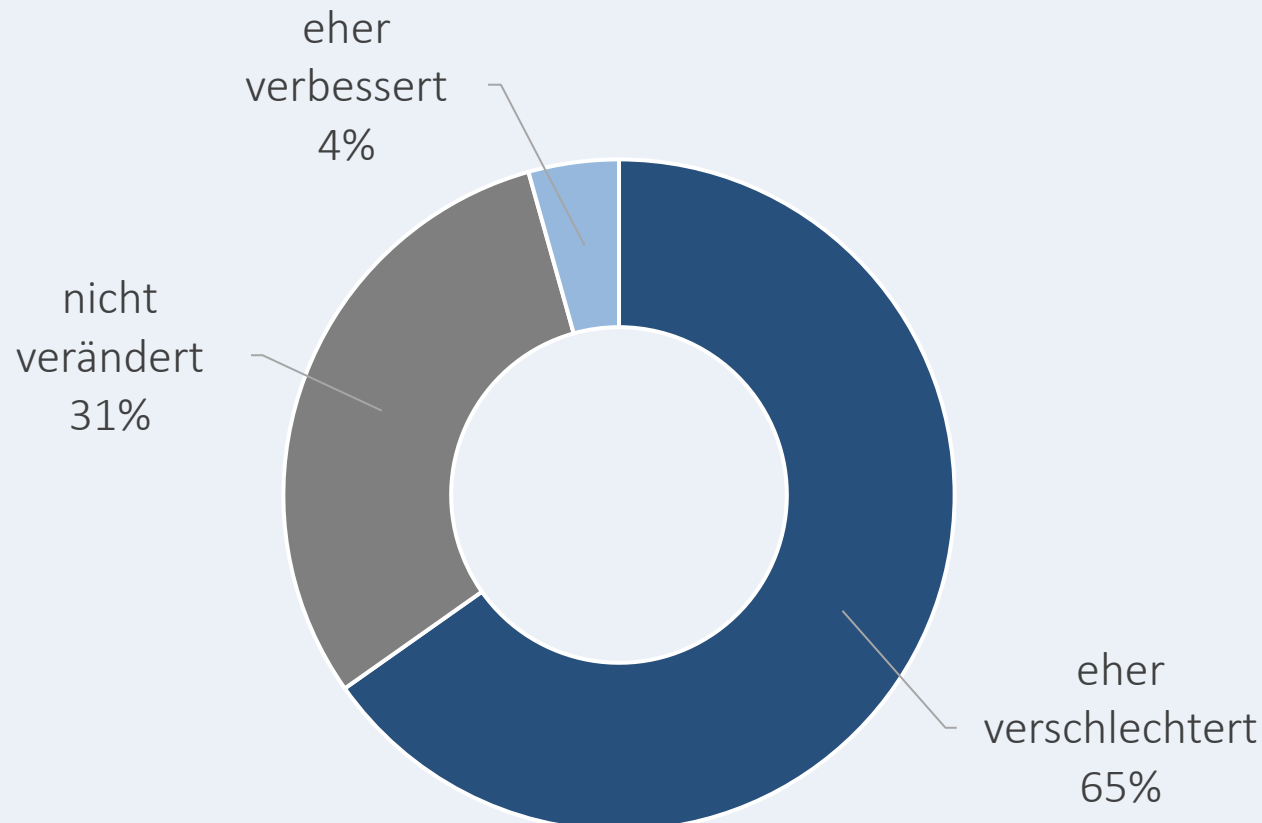


- Im ersten Schritt waren die Wirtschaftsförderungen der Städte Adressat der Blitzumfrage.
- Bei Gestaltung und Entwicklung der Innenstadt sind zahlreiche städtische Akteure gemeinsam mit Bürgerinnen und Bürgern im Austausch.
- Für die Vertiefung der Themen sollten Befragungen weiterer relevanter Gruppen und Stakeholder folgen, so insbesondere:
 - Politik / OB / Verwaltungsspitze
 - Stadtentwicklung
 - Bürger / Stadtgesellschaft



Leerstand hat in Zeiten der Corona-Pandemie tendenziell eher zugenommen

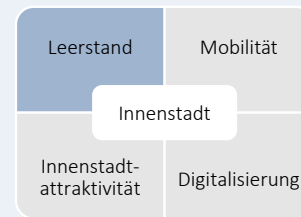
Die Lage des Leerstands in der Innenstadt hat sich in Ihrer Kommune über den Zeitraum der Corona-Pandemie...



- In der Umfrage gaben zwei Drittel der Befragten an, dass sich die Situation des Leerstands während der Corona-Pandemie nochmals verschlechtert habe.
- Leere Büroräume sowie leere Gewerbeflächen durch die Insolvenz von Einzelhändlern und Gastronomen häuften sich.
- Durch Lockdownmaßnahmen blieb die Innenstadt leer und notwendige Einnahmen im Einzelhandel und der Gastronomie fielen weg.

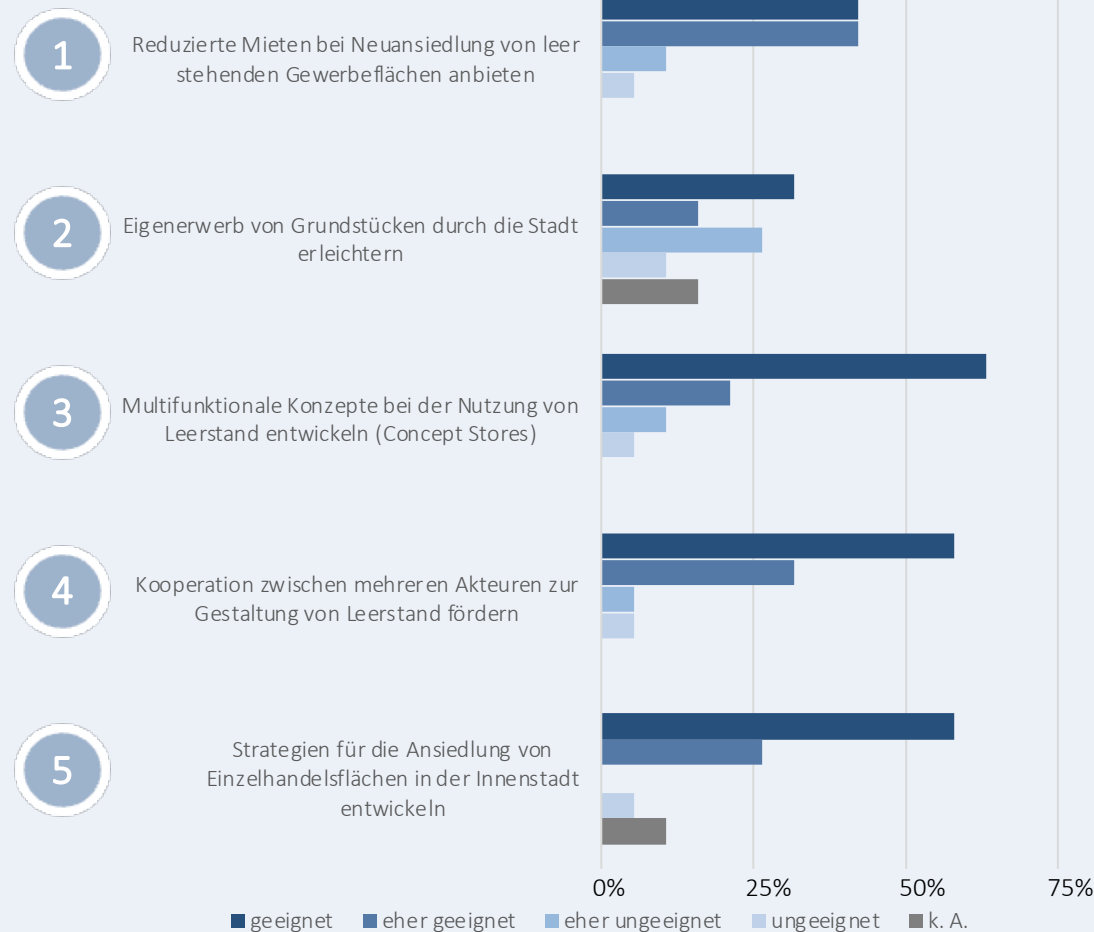
3. Ergebnisse – Eignung und Umsetzung der Instrumente

Leerstand: Kooperation stärken, Concept Stores entwickeln und reduzierte Mieten anbieten



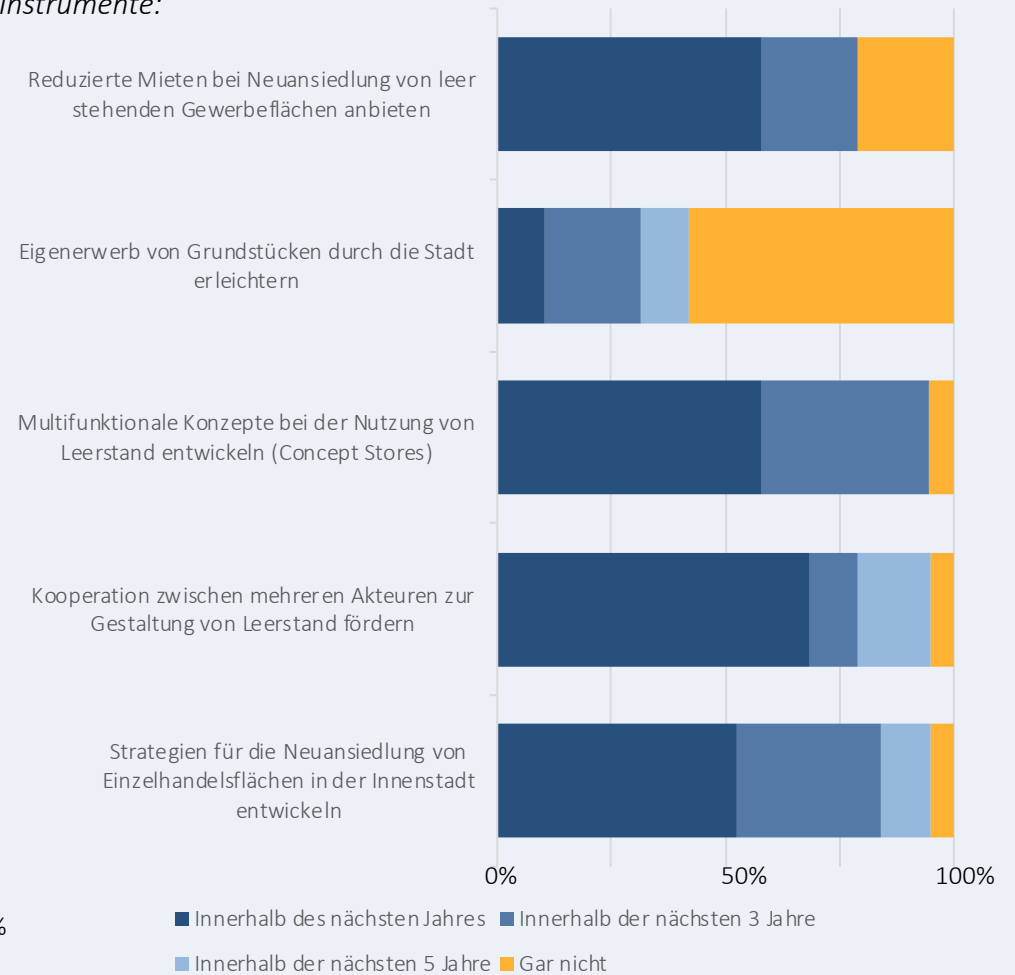
Welche Instrumente sind aus Ihrer Sicht geeignet, die Auswirkungen von Leerständen zu reduzieren?

Instrumente:



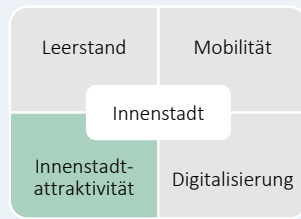
Welche der erwähnten Instrumente erwägen Sie in Ihrer Kommune umzusetzen?

Instrumente:



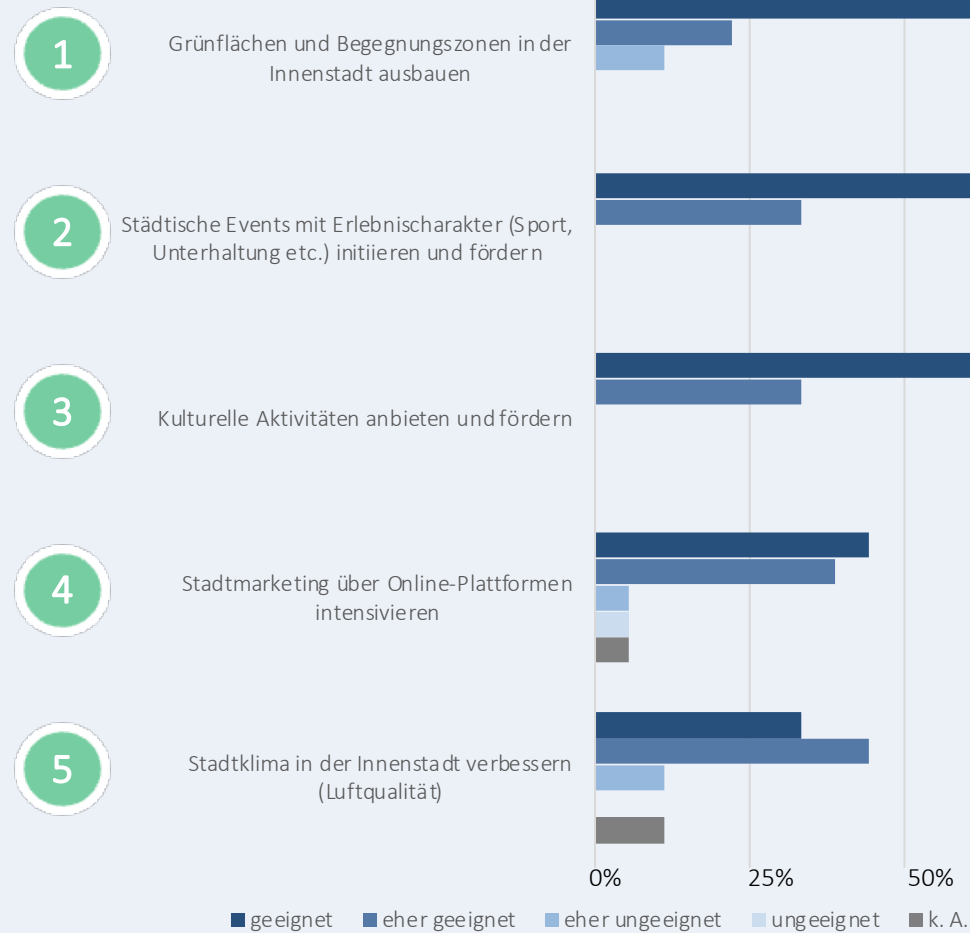
3. Ergebnisse – Eignung und Umsetzung der Instrumente

Innenstadtattraktivität: Städtische und kulturelle Events zur Erhöhung der Attraktivität fördern



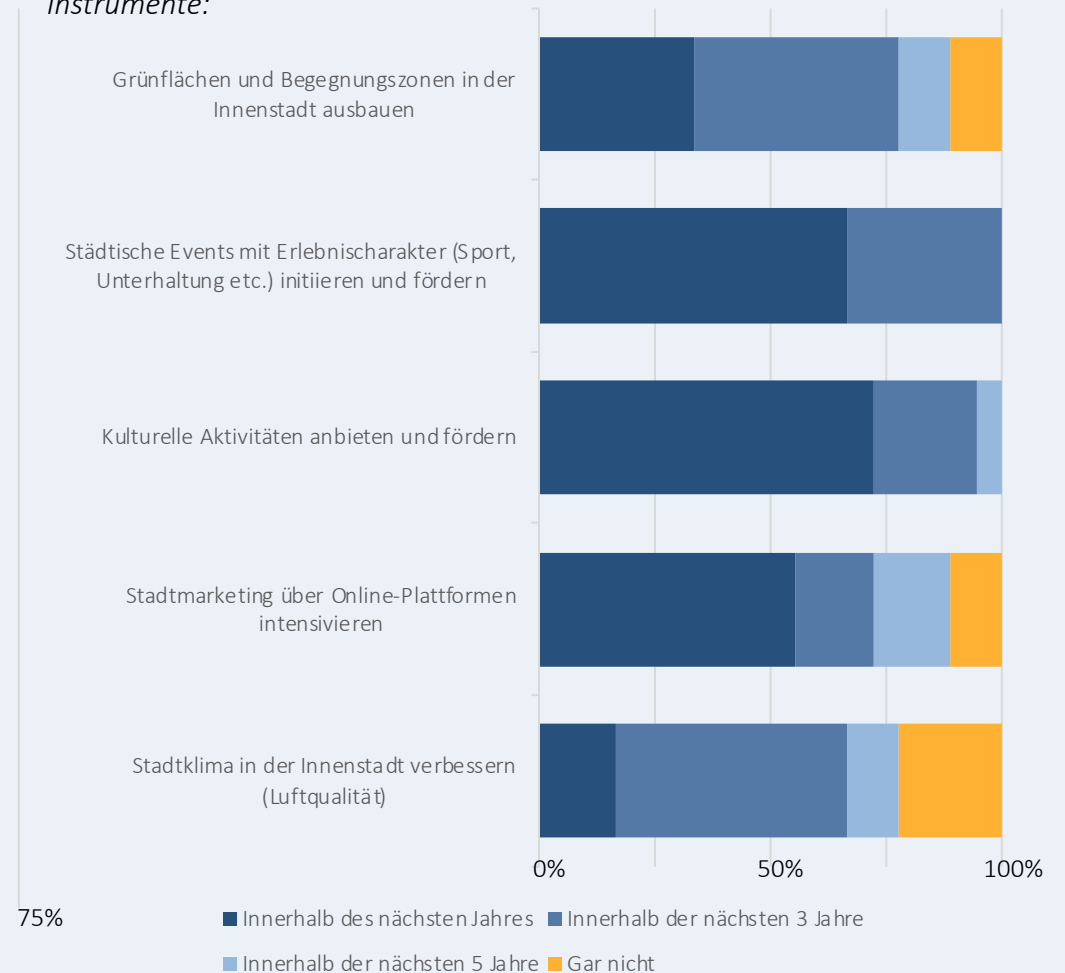
Welche Instrumente sind aus Ihrer Sicht geeignet, die Innenstadtattraktivität zu erhöhen?

Instrumente:



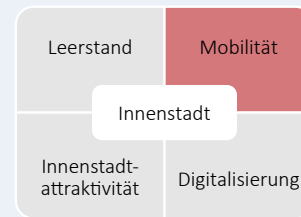
Welche der erwähnten Instrumente erwägen Sie in Ihrer Kommune umzusetzen?

Instrumente:



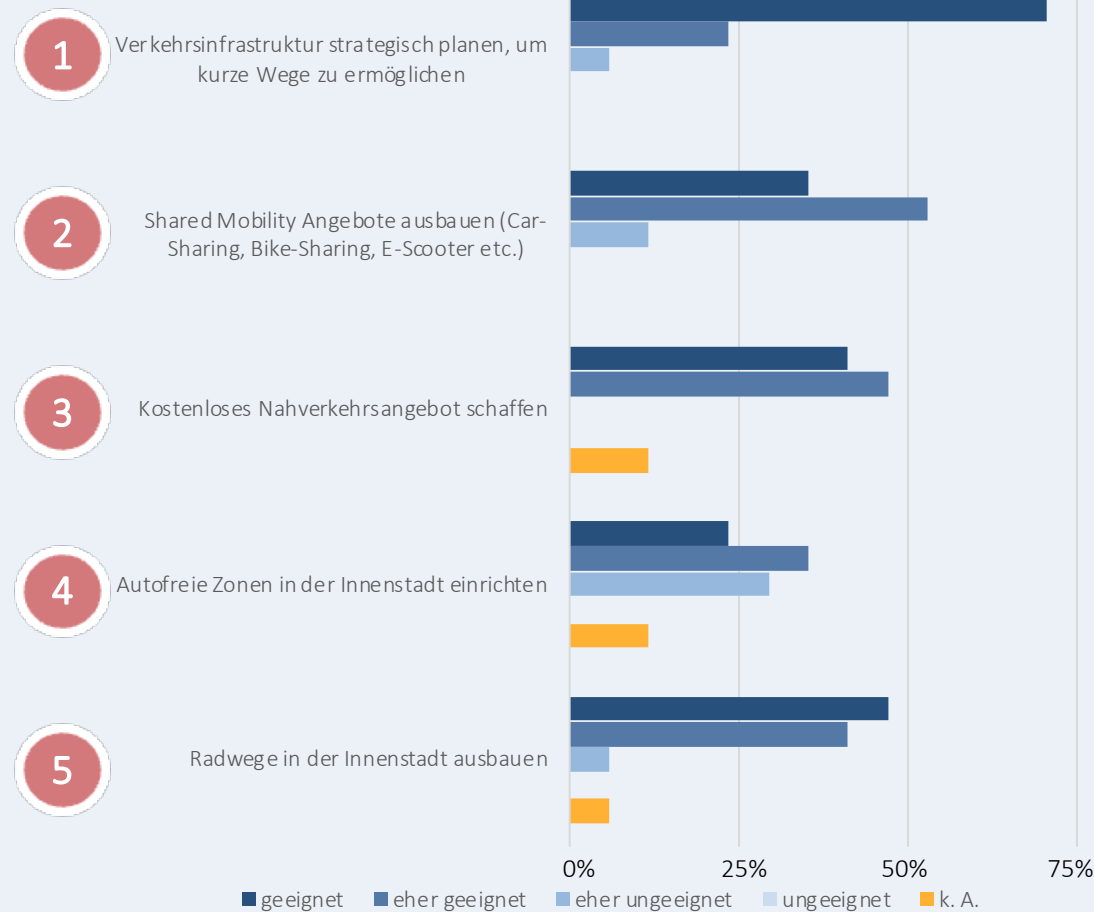
3. Ergebnisse – Eignung und Umsetzung der Instrumente

Mobilität: Kurze Wege und Shared Mobility ermöglichen und langfristig ausbauen



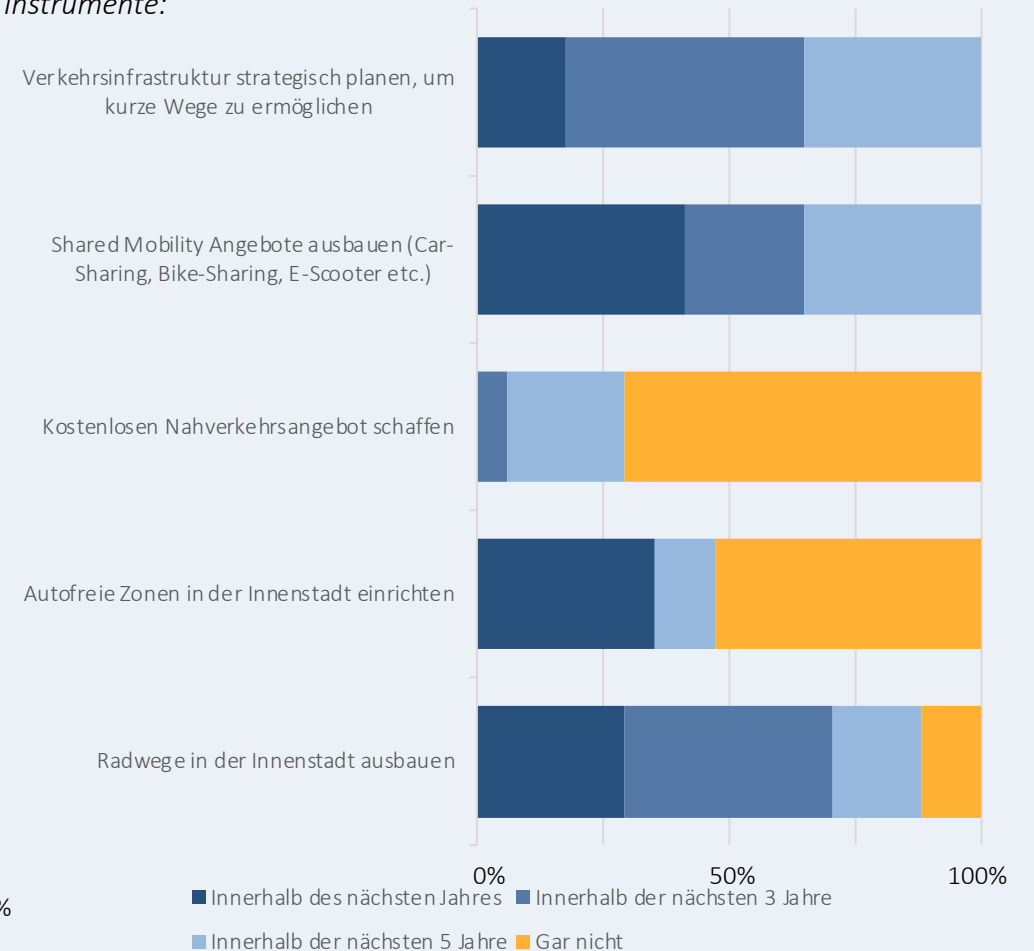
Welche Instrumente sind aus Ihrer Sicht geeignet, die Mobilität im Sinne der Innenstadtattraktivität zu gestalten?

Instrumente:



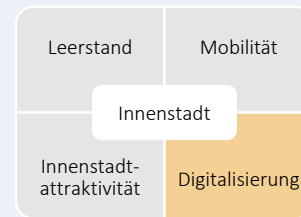
Welche der erwähnten Instrumente erwägen Sie in Ihrer Kommune umzusetzen?

Instrumente:



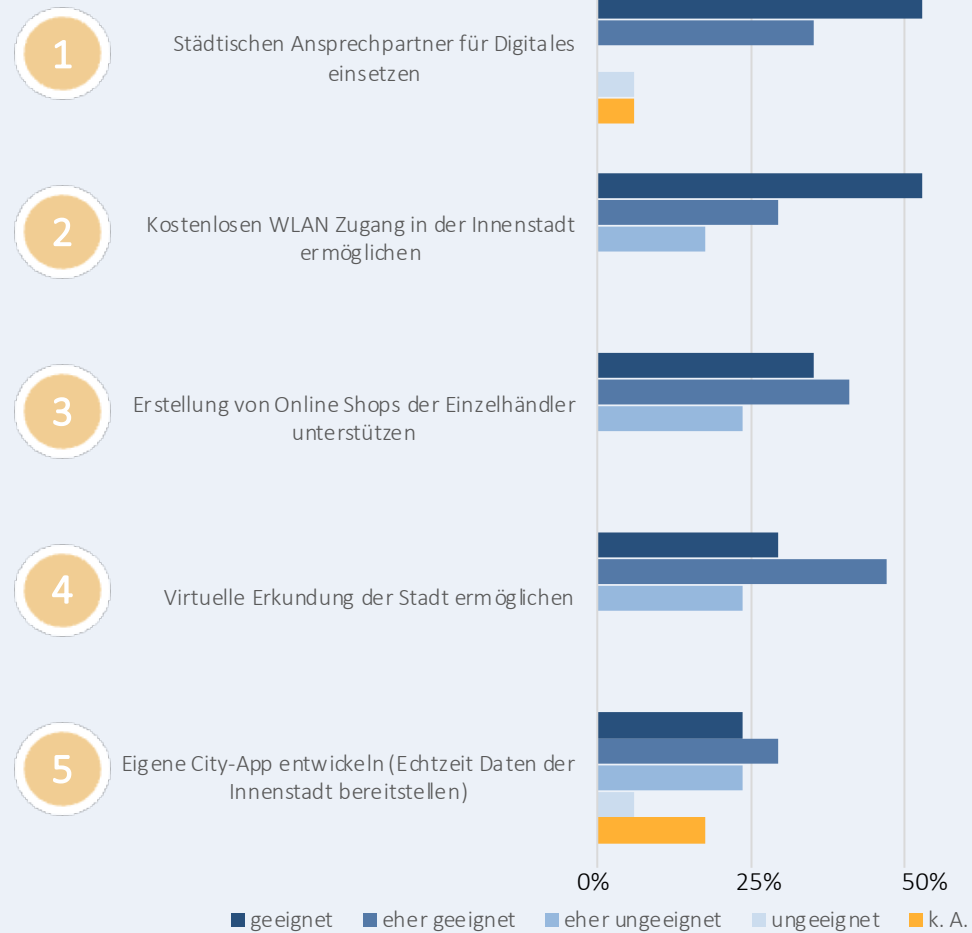
3. Ergebnisse – Eignung und Umsetzung der Instrumente

Digitalisierung: Städtische Ansprechpartner benennen, kostenloses WLAN anbieten und Ausbau von Online-Shops unterstützen



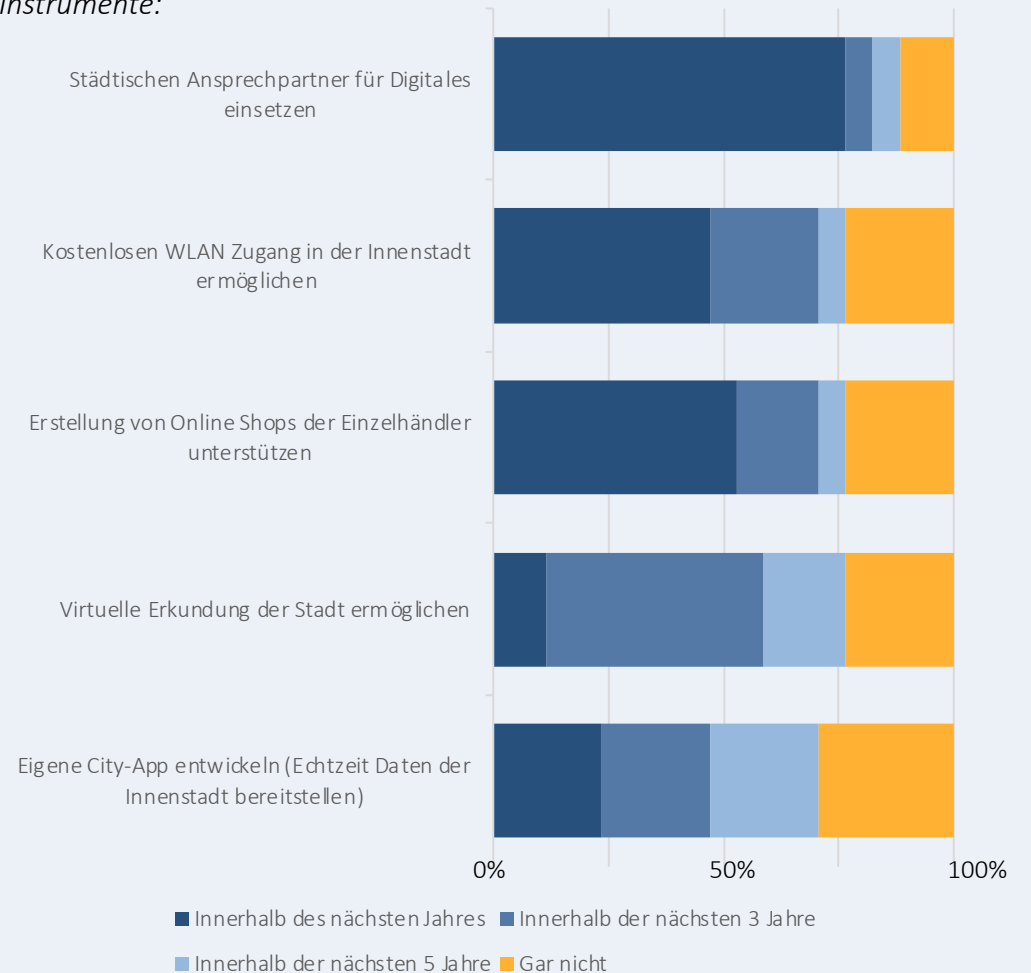
Welche Instrumente sind aus Ihrer Sicht geeignet, die Innenstadt zu digitalisieren?

Instrumente:



Welche der erwähnten Instrumente erwägen Sie in Ihrer Kommune umzusetzen?

Instrumente:



3. Ergebnisse – Zusammenfassung

Eignung und Umsetzungswahrscheinlichkeit der Instrumente werden je nach Themen-Cluster der Innenstadtentwicklung differenziert bewertet

Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die hohe Relevanz, die das Thema der Innenstadtentwicklung aus Sicht der Akteure besitzt, war an der großen Umfragebeteiligung an der Blitzumfrage zu erkennen.
- Die Herausforderungen für die Innenstadtentwicklung haben in den vergangenen Monaten weiter zugenommen. So gaben 2/3 der Befragten an, dass sich die Situation des Leerstands während der Corona-Pandemie tendenziell noch einmal verschlechtert hat.
- Die Beurteilung, welche Instrumente für eine Verbesserung der Lage in den Innenstädten konkret geeignet sind, wurde von den Fachleuten je nach Themen-Cluster der Innenstadtentwicklung sehr differenziert beantwortet. Wir fassen hier die wesentlichen Ergebnisse zusammen:

Leerstand

- Die höchste Eignung für die Leerstandsreduzierung sprachen die Befragten dem Instrument der Entwicklung von **multifunktionalen Konzepten** wie Concept Stores u.ä. zu. Hierbei beabsichtigt die Mehrheit der Städte kurzfristig in die (weitere) Umsetzung zu gehen.
- Ebenfalls guten Zuspruch finden **Kooperationsansätze** und **Strategieentwicklungen** für die Ansiedlung von Einzelhandelsflächen. Diese Instrumente sind eher mittel- bis langfristig angelegt.
- Auffällig ist, dass ein erleichterter **Eigenerwerb von Flächen durch die Stadt** ganz überwiegend nicht angestrebt wird.

3. Ergebnisse – Zusammenfassung

Eignung und Umsetzungswahrscheinlichkeit der Instrumente werden je nach Themen-Cluster der Innenstadtentwicklung differenziert bewertet

Zusammenfassung der Ergebnisse (Forts.)

Innenstadtattraktivität

- Zielführend für eine generelle Attraktivitätssteigerung war für die Befragten vor allem die **Förderung von städtischen Events** und **kulturellen Aktivitäten**. Diese Instrumente werden bereits vielerorts genutzt. Mehr als 2/3 der Städte will hier möglichst kurzfristig (d.h. innerhalb eines Jahres) die Initiativen weiter verstärken.
- Die **Intensivierung des Stadtmarketings** über Online-Plattformen findet ebenfalls Zuspruch und soll meist kurz- bis mittelfristig umgesetzt werden.
- Der Ausbau von **Grünflächen** und die **Verbesserung des Stadtklimas** werden als zielführend eingestuft, sind in der Planung jedoch erst mittel- bis langfristig angesetzt.

Mobilität

- In der Mobilität stimmen über 90% der Befragten darin überein, dass die Verkehrsinfrastruktur im Sinne einer **Realisierung von kurzen Wegen** verbessert werden sollte.
- Damit einhergehend sollen kurz- bis mittelfristig **Shared Mobility Angebote** geschaffen und **Radwege** ausgebaut werden.
- **Autofreie Zonen** oder **kostenlose Nahverkehrsangebote** finden dagegen kaum Zuspruch und werden nicht oder nur sehr langfristig angestrebt.

Hinweis in eigener Sache: Vor dem Hintergrund aktueller (kommunal-)politischer Forderungen wäre hier aus unserer Sicht die Einbeziehung der Stadtentwicklung in weiteren zukünftigen Befragungen interessant.

3. Ergebnisse – Zusammenfassung

Eignung und Umsetzungswahrscheinlichkeit der Instrumente werden je nach Themen-Cluster der Innenstadtentwicklung differenziert bewertet

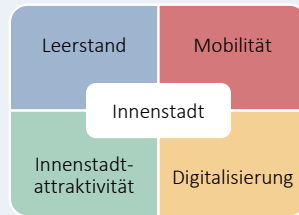
Zusammenfassung der Ergebnisse (Forts.)

Digitalisierung

- Die Instrumente der Digitalisierung werden von über 70% der Befragten als geeignet bewertet; lediglich die Entwicklung einer eigenen „**City-App**“ gilt als eher ungeeignetes Instrument.
- Besonders geeignet (und vergleichsweise leicht umsetzbar) ist die Benennung eines **Ansprechpartners für Digitales** aus Sicht der Befragten. Aber auch die Bereitstellung eines **kostenlosen WLANs** sticht positiv heraus.
- Unterstützungen für Einzelhändler beim **Aufbau von Online-Shops** finden mehrheitlich Zuspruch. Jene Städte, die hier aktiv werden wollen, beabsichtigen dies kurzfristig umzusetzen.
- Die Einführung der Instrumente ist bei 2/3 der Städte innerhalb der nächsten 3 Jahre geplant. 20% bis 25% der Befragten gaben allerdings an, keines der jeweiligen Instrumente in absehbarer Zeit umsetzen zu wollen.

3. Ergebnisse – Zusammenfassung

Dimensionen „Zielbeitrag“ und „Umsetzungsaufwand“ ermöglichen einen Überblick über die Bewertung des Instrumenten-Portfolios



4. Fazit und Empfehlungen

Niederschwellige Instrumente werden von den Städten verstärkt umgesetzt
– bei Instrumenten mit großer Hebelwirkung ist Unterstützung gefragt

Fazit

- Der **Handlungsdruck** im Bereich der Innenstadtentwicklung steigt merklich. Dies macht auch die Angabe von 2/3 der Befragten deutlich, dass sich die Situation des Leerstands während der Corona-Pandemie tendenziell noch einmal verschlechtert habe.
- **Niederschwellige Instrumente** werden bereits vielerorts genutzt, z. B. die Förderung kultureller Veranstaltungen und städtische Events.
- Vom Einsatz der **Instrumente mit großer Hebelwirkung** wird bei steigendem Umsetzungsaufwand eher abgesehen (siehe Instrumenten-Portfolio auf Seite 15). Ursachen liegen vor allem in folgenden Punkten:
 - langfristige Planungszyklen für baulich-infrastrukturelle Veränderungen
 - personelle Engpässe und knappe monetäre Ressourcen
 - hoher Organisationsaufwand bei Bürgerbeteiligungs-, Kommunikations- und Abstimmungsprozessen

Empfehlungen

- dchp® empfiehlt, neben der aktiven Leerstandsreduzierung verstärkt auch Instrumente der **Digitalisierung** und insbes. der **Mobilität** in den Blick zu nehmen.
- Hierzu sind auf städtischer Seite **Möglichkeiten der externen Unterstützung** zu prüfen, insbesondere durch
 - Bürgerinitiativen, Vereine und Ehrenamtliche
 - Einzelhandelsverbände und -interessengemeinschaften
 - externe Projektpartner/Berater

dchp® unterstützt Sie bei der Konzepterstellung und Umsetzung einschl. Moderation des gesamten Prozesses

4. Fazit und Empfehlungen

dchp® – Wir über uns

*Gemeinsame Erfolge
sind unser Antrieb.*

Unter dem Dach von dchp® haben sich **erfahrene Managementberater und Experten** zusammengeschlossen, die seit vielen Jahren in Beratungsunternehmen, Rechtsanwalts- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, Industrie und öffentlicher Verwaltung tätig sind.

Ganz gleich, ob in einem internationalen Konzern, einem mittelständischen Unternehmen oder in öffentlichen Institutionen: **dchp® ist langjähriger Partner von Mandanten** und gewinnt kontinuierlich neue Kunden hinzu, die wir bei der Umsetzung von Managementprojekten professionell unterstützen.

Leistungen

- Strategie
- Organisation
- Finanzen & Controlling

Branchen

- Public Sector
- Science
- Energy & Utilities
- Real Estate

Standorte

- Düsseldorf
- Leipzig

Unsere Berater sind hohen Qualitätsstandards verpflichtet



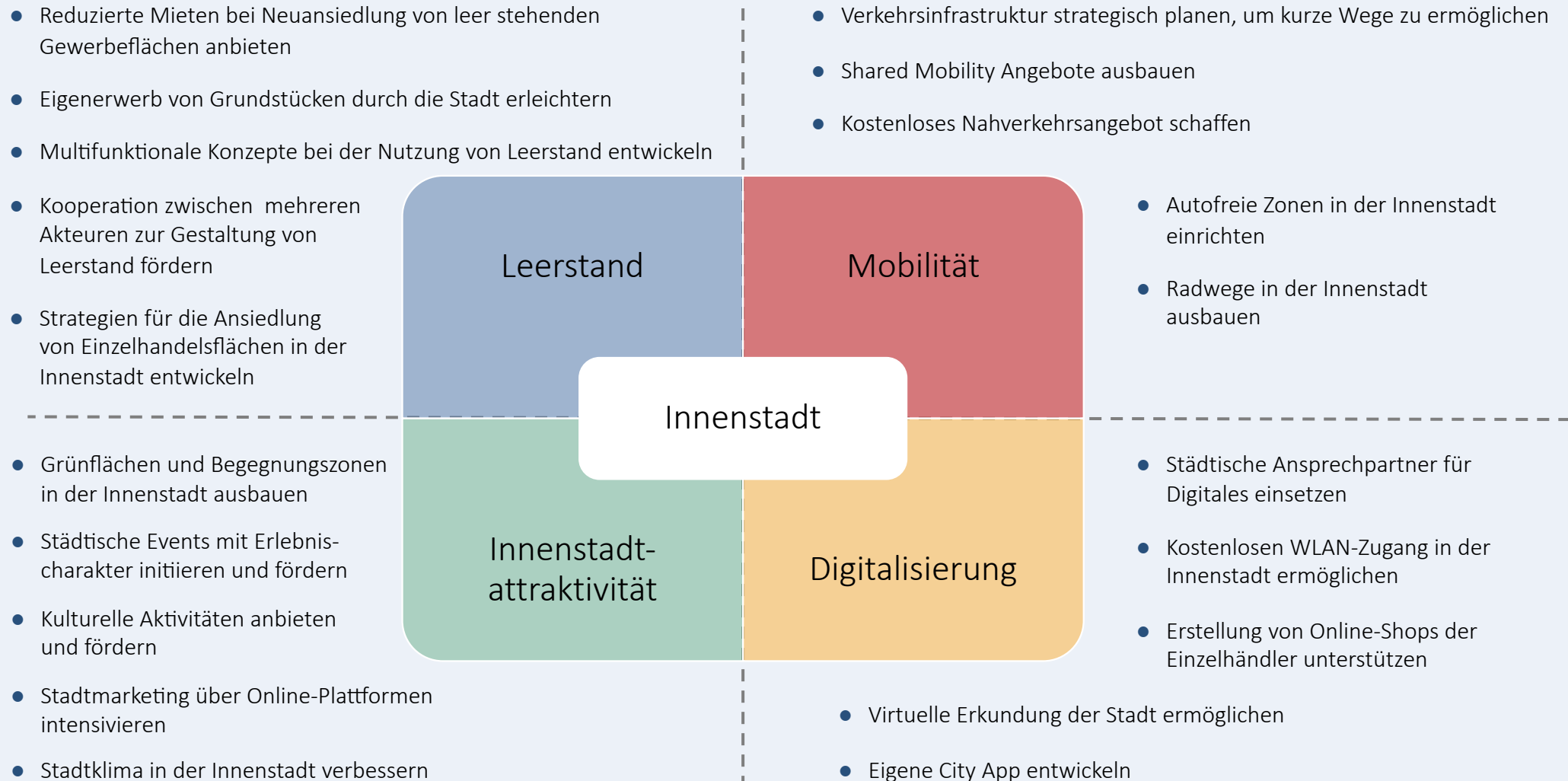
Einkaufsparadies oder Betonwüste?

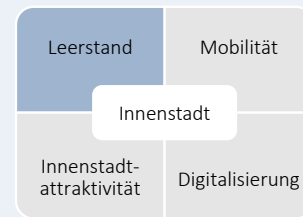
– Wohin steuern unsere Innenstädte?

Anlagen

- Instrumente der Innenstadtentwicklung
- Praxisbeispiele
- Weiterführende Literatur und Links

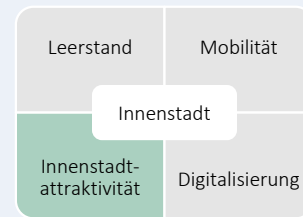
Im Rahmen der Studie wurden 20 Instrumente aus allen Spannungsfeldern der Innenstadtentwicklung betrachtet



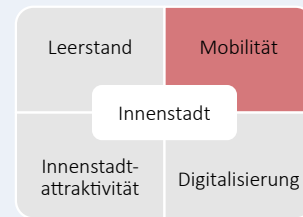


- **Reduzierte Mieten bei Neuansiedlung von leer stehenden Gewerbeflächen anbieten**
 - Durch reduzierte Mieten können Einzelhändler entlastet werden und die Wahrscheinlichkeit, einen Mieter zu finden, steigt. Flächen können schneller auch zur Zwischenmiete weiterverwendet werden. Die Stadt profitiert von einer weiter anhaltenden Frequenz der Einkaufsstraßen.
- **Eigenerwerb von Grundstücken durch die Stadt erleichtern**
 - Der Eigenerwerb soll rechtlich so gestaltet werden, dass die Stadt einen einfacheren Zugang besitzt, leer stehende Objekte zu kaufen und zu verwalten.
- **Multifunktionale Konzepte bei der Nutzung von Leerstand entwickeln**
 - Multiple Nutzung von Handelsimmobilien fördern, um verschiedene Funktionen zu erfüllen, wie Wohnen, Handel, Gastronomie, Bildung etc. Entwicklung von Concept Stores für leer stehende Gebäude.
- **Kooperation zwischen mehreren Akteuren zur Gestaltung von Leerstand fördern**
 - Lokale Akteursgruppen in die Entscheidungsfindung miteinbeziehen, um das attraktivste Angebot für alle Beteiligten zu schaffen. Multifunktionale Konzepte sind dadurch zielorientierter umzusetzen.
- **Strategien für die Ansiedlung von Einzelhandelsflächen in der Innenstadt entwickeln**
 - Räumliche Verdichtung von Einzelhändlern, um die Frequenz einer Einkaufsstraße zu erhöhen. Beachtung von weiteren Nutzungskonzepten zur Unterstützung des Einzelhandels vor Ort.

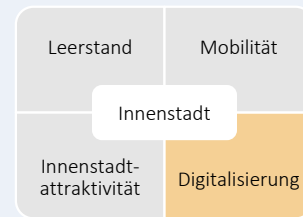
Innenstadtattraktivität



- **Grünflächen und Begegnungszonen in der Innenstadt ausbauen**
 - Der Ausbau von Grünflächen und Begegnungszonen sorgt für mehr Freizeitmöglichkeiten und Treffpunkte, die Besucher einer Innenstadt zum längeren Verweilen anspornt.
- **Städtische Events mit Erlebnischarakter initiieren und fördern**
 - Bspw. steigern Sport und Unterhaltungsevents die Besucherzahl einer Stadt, beleben die Innenstadt und steigern gleichzeitig die Attraktivität einer Stadt.
- **Kulturelle Aktivitäten anbieten und fördern**
 - Das Angebot von Konzerten, Museen, Bibliotheken etc. ausbauen und vermarkten. Dies erhöht die Attraktivität einer Innenstadt und bietet mehr Auswahl für Unternehmungen.
- **Stadtmarketing über Online-Plattformen intensivieren**
 - Kommunikation mit allen Akteuren der Stadt, besonders mit den Anwohnern und Besuchern. Bereitstellung von Informationen über Veranstaltungen und Aktionen der Stadt.
- **Stadtklima in der Innenstadt verbessern**
 - Maßnahmen zur Verbesserung der Luftqualität, wie die Reduzierung von Treibhausgasen und die gleichzeitige Begrünung der Stadt. Dies steigert die Attraktivität der Stadt und die Besucherzahl der Innenstadt.



- **Verkehrsinfrastruktur strategisch planen, um kurze Wege zu ermöglichen**
 - Zukünftige Stadtentwicklungs- und Mobilitätskonzepte sehen vor, dass alle Grundversorgungselemente für alle Bewohner über kurze Wege schnell erreichbar sind.
- **Shared Mobility Angebote ausbauen**
 - Shared Mobility Angebote leisten einen Beitrag, die Innenstädte zu entlasten sowie die Parkplatzsituationen zu verbessern. Außerdem können diese einen ergänzenden Beitrag zur Infrastruktur neben dem ÖPNV leisten.
- **Kostenloses Nahverkehrsangebot schaffen**
 - Der kostenlose Nahverkehr soll einen Anreiz setzen, den ÖPNV öfter zu benutzen, sodass die Innenstädte weniger durch Autos belastet werden. Dadurch soll die Luftqualität verbessert werden und mehr Platz für bspw. Begegnungszonen entstehen.
- **Autofreie Zonen in der Innenstadt einrichten**
 - Autofreie Zonen können die Luftqualität verbessern, den Lärm mindern und schaffen Platz für den Ausbau von Begegnungszonen und alternativen Fortbewegungsmitteln.
- **Radwege in der Innenstadt ausbauen**
 - Radwege setzen einen Anreiz, auf das Auto zu verzichten, um den Verkehr der Innenstadt zu entlasten.



- **Städtische Ansprechpartner für Digitales einsetzen**

- Ein städtischer Ansprechpartner für Digitales kann Digitalisierungsprojekte effizienter koordinieren und umsetzen. Außerdem entsteht ein Kontakt, an den sich alle weiteren Akteure diesbezüglich wenden können.

- **Kostenlosen WLAN-Zugang in der Innenstadt ermöglichen**

- Ein schneller kostenloser Internetzugang für alle städtischen Besucher erhöht die Attraktivität der Innenstadt.

- **Erstellung von Online-Shops der Einzelhändler unterstützen**

- Umsatzverluste stationärer Einzelhändler sind teilweise auf die Umsatzgewinne von Online-Shops und-Plattformen zurückzuführen. Die Unterstützung bei der Erstellung von Online-Shops für Einzelhändler kann diese wettbewerbsfähiger machen.

- **Virtuelle Erkundung der Stadt ermöglichen**

- Die virtuelle Erkundung der Stadt kann bspw. über Programme wie Google Maps oder Apple Karten angestrebt werden, damit besonders für Besucher eine bessere Orientierung in der Stadt ermöglicht wird.

- **Eigene City App entwickeln**

- Bereitstellung von Echtzeitdaten und Informationen über den innerstädtischen Einzelhandel, die Verkehrslage und Parkplatzmöglichkeiten. Außerdem eine Übersicht aller Mobilitätsangebote, die zum Erreichen der Innenstadt genutzt werden können.

Praxisbeispiele

Deutschland

- **Berlin:** Smart City Projekte
<https://smart-city-berlin.de>
- **Stadt Köln:** Stadtstrategie „Kölner Perspektiven“ 2030+
<https://www.stadt-koeln.de/politik-und-verwaltung/presse/mitteilungen/22275/index.html>
- **Stadt Düsseldorf:** Begrünung
<https://www.ubm-development.com/magazin/gruen-gruener-koe-bogen-2>
- **Stadt Dresden:** Mobilitätsplan 2035+
<https://www.dresden.de/de/stadtraum/verkehr/verkehrsplanung/verkehrsentwicklungsplanung/mobilitaetsplan-2035plus.php>
- **Stadt Bochum:** Smart City Innovation Unit
<https://www.bochum.de/Chief-Digital-Officer/Smart-City>

International

- **Paris:** Innovation und Ökologie
<https://de.france.fr/de/paris/liste/innovativ-und-nachhaltig-9-projekte-die-paris-veraendern>
- **Amsterdam:** Smart City Plattform
<https://amsterdamsmartcity.com>
- **Wien:** Smart City Strategie
<https://smartcity.wien.gv.at/der-wiener-weg/rahmenstrategie>
- **Kopenhagen:** City Data Exchange
<https://www.copcap.com/set-up-a-business/key-sectors/smart-city>
- **Stockholm:** Smart City (Wohnen, Digitalisierung, Mobilität)
<https://www.handelskammer.se/de/nyheter/stockholm-will-bis-2040-die-smarteste-stadt-der-welt-sein>

Weiterführende Literatur und Links

- **Bitkom Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und Neue Medien e.V. (2020):** Positionspapier: Maßnahmen zur Digitalisierung der Innenstädte, Berlin. <https://www.bitkom.org/Bitkom/Publicationen/Massnahmen-zur-Digitalisierung-der-Innenstaedte>
- **Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2019):** Strategien der Innenentwicklung. Lebendige und nutzungsgemischte Wohn- und Versorgungsstandorte in kleineren Städten und Gemeinden - Eine Arbeitshilfe, Bonn. <https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/sonderveroeffentlichungen/2020/strategien-innenentwicklung.html>
- **Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2017):** Perspektiven für eine lebendige Stadt Abschlussbericht der Workshop-Reihe „Perspektiven für eine lebendige Stadt“ der Dialogplattform Einzelhandel, Berlin. https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publicationen/Mittelstand/dialogplattform-einzelhandel-kompandium-3.pdf?__blob=publicationFile&v=8
- **Deutscher Städtetag (2021):** Zukunft der Innenstadt. Entwurf eines Diskussionspapiers, Berlin & Köln. <https://www.staedtetag.de/files/dst/docs/Publicationen/Positionspapiere/2021/210224-diskussionspapier-zur-innenstadt.pdf>
- **mg retail (2020):** Auswirkungen des Online-Handels für Städte und Gemeinden in NRW und Handlungsempfehlungen für den innerstädtischen stationären Einzelhandel am Beispiel der Innenstädte Rheydt und Mönchengladbach. <https://www.wfmg.de/wp-content/uploads/MG-Retail-2020-Massnahmenprogramm.pdf>
- **Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (2016):** Bericht zur Stadtentwicklung 2015/16.

Für Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Adresse



dchp | consulting

Unternehmensberatung BDU

Bastionstraße 6A

D-40213 Düsseldorf

duesseldorf@dchp-consulting.de

www.dchp-consulting.de

Ansprechpartner



Dr. Christian Höfeler

Partner/Geschäftsführer

Tel.: +49 (211) 749 583 301

Mobil: +49 (176) 70 663 558

hoefeler@dchp-consulting.de

Carsten Speckamp

Senior Consultant

Tel.: +49 (211) 749 583 303

Mobil: +49 (162) 98 34 644

speckamp@dchp-consulting.de

Thora Knop

Consultant

Tel.: +49 (211) 749 583 308

Mobil: +49 (174) 32 92 619

knop@dchp-consulting.de

The logo for dchp consulting features a large dark blue circle on the left containing the lowercase text 'dchp' in white. To the right of this circle, the word 'consulting' is written in a dark blue, italicized serif font. A smaller dark blue circle is positioned to the right of the word 'consulting'.

dchp *consulting*

Präsentation

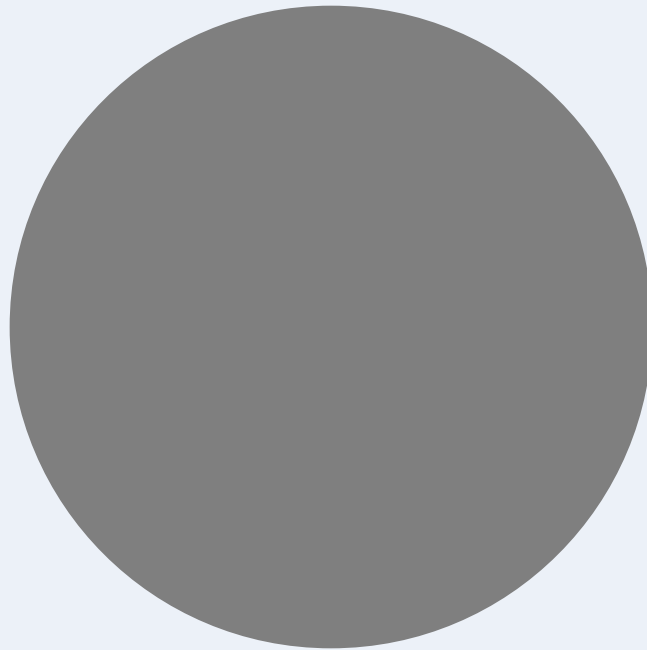
Verteiler

Ansprechpartner

Dr. Christian Höfeler
Fon: +49 (211) 749 583 301
Fax: +49 (211) 749 583 309
hoefeler@dchp-consulting.de

dchp | consulting

Unternehmensberatung BDU
Bastionstraße 6A
D-40213 Düsseldorf
www.dchp-consulting.de



www.dchp-consulting.de