



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



Landesinitiative

# in! **Zukunft. Innenstadt. Nordrhein-Westfalen.**

Sauberkeit und Sicherheit · Erreichbarkeit ·  
Öffentlicher Raum · Digitale Angebote

Ergebnisse der Kommunalumfrage 2020



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

**Kommunalumfrage 2020**

**Einzelhandel sichern, Innenstädte stärken.**

Auftragnehmer:

ILS – Institut für Landes-  
und Stadtentwicklungsforschung





## Vorwort

### **Innenstädte und Zentren sind die Visitenkarte unserer Städte und Gemeinden. Hohe Beteiligung bei der Kommunalumfrage 2020**



268 Städte und Gemeinden haben sich an der Kommunalumfrage der Landesregierung Nordrhein-Westfalen zu Themen der Innenstädte und Zentren beteiligt. Dafür sagen wir schon einmal: Herzlichen Dank!

Innenstädte und Zentren sind die Visitenkarte unserer Städte und Gemeinden: Das sind sie und das sollen sie auch bleiben. Denn an nahezu keinem anderen Ort in einer Gemeinde oder Stadt findet gleichzeitig soviel Leben statt: Handel, Kultur, Wohnen, Arbeitsort, Kommunikation, Treffpunkt und vieles mehr. Doch was sind heute die entscheidenden Faktoren? Und vor allem: Was sind nach Ihrer Einschätzung die wichtigsten Attraktivitätsfaktoren in zehn Jahren?

**Soviel können wir schon verraten: Aus Sicht der Kommunen, die sich an der Umfrage beteiligt haben, sind die wichtigsten Zukunftsfaktoren für eine Innenstadt „Sauberkeit und Sicherheit“, „Erreichbarkeit mit Mitteln der Nahmobilität“, „Öffentlicher Raum“ und „digitale Angebote“ – und zwar genau in der Reihenfolge.**

Diese Einschätzung über die wichtigsten Zukunftsfaktoren beinhalten durchaus gravierende Veränderungen gegenüber den Gegenwartsfaktoren: Aktuell wird die Erreichbarkeit der Innenstadt mittels Kfz als wichtigster Faktor für die Attraktivität einer Innenstadt betrachtet.

Zugleich nimmt – nach den rückmeldenden Kommunen – die Bedeutung von Gastronomie, Freizeit/Kultur/Tourismus, medizinischen Angebote und Dienstleistungen gegenüber der Handelsfunktion zu. Auch Fragen der natürlichen Stadtgestaltung und von Parks rücken erfreulicherweise mehr in den Fokus des Handelns.

**Viel getan, vieles bleibt zu tun:** Deutlich wird aber auch, dass wir gemeinsam an einigen Stellen mehr tun müssen – dies bestätigen die vielen in der Kommunalumfrage geäußerten Wünsche. Dabei wird uns in erster Linie entschiedenes und gemeinsames Handeln vor Ort weiterbringen. Daran wollen wir in der nächsten Zeit gemeinsam arbeiten.

Ina Scharrenbach

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



# Ergebnisse im Überblick

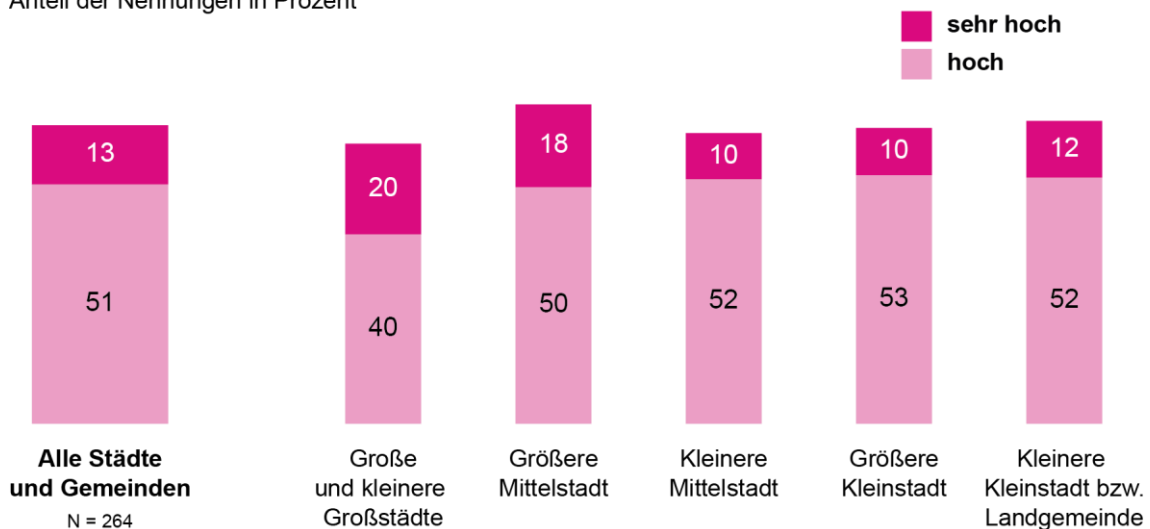
## 01 Zentren als Orte der Identifikation

Die Entwicklung von Zentren ist für die Städte und Gemeinden in Nordrhein-Westfalen ein aktuelles Thema von herausgehobener Bedeutung. Das zeigt sich bei der Kommunalumfrage in einer Rücklaufquote von fast 70 Prozent. Eine wesentliche Ursache hierfür ist das große Maß an Identifikation, die Zentren für die Bürgerinnen und Bürger aufweisen. Fast zwei Drittel der Kommunen gehen von einer hohen oder sogar sehr hohen Identifikation aus.

[Zum Weiterlesen: Kapitel 3]

### Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit dem Zentrum aus der Sicht der Kommunen

Anteil der Nennungen in Prozent



## 02 Multifunktionalität

Attraktive Zentren sind in Zukunft multifunktional. Neben dem Einzelhandel sind vor allem Angebote aus den Bereichen Gastronomie, Medizin, Freizeit/Kultur/Tourismus und Dienstleistungen bedeutsam.

[Zum Weiterlesen: Kapitel 4]

## 03 Multimodalität

Attraktive Zentren sind auch zukünftig auf eine gute Erreichbarkeit angewiesen. Neben dem PKW rücken andere Verkehrsmittel in den Mittelpunkt: mit dem Fahrrad und zu Fuß, mit Bussen und Bahnen.

[Zum Weiterlesen: Kapitel 4]





## 04 Neue Komplexität der Zentrenentwicklung

Die Zentrenentwicklung wird nach Einschätzung der Kommunen deutlich komplexer. Anders als heute weist in Zukunft eine vielfältige Mischung von unterschiedlichen Angeboten, Faktoren und Nutzungen eine hohe Bedeutung für die Attraktivität auf. Damit geht ein verändertes Verständnis von Zentren einher. Die aktive Gestaltung erfordert Mut zu deutlichen Veränderungen.

[Zum Weiterlesen: Kapitel 4]

### Wichtige Attraktivitätsfaktoren: Bisherige Bedeutung

1.	1,37	Erreichbarkeit: Motorisierter Individualverkehr innerhalb der Kommune
2.	1,16	Erreichbarkeit: Motorisierter Individualverkehr aus anderen Kommunen
3.	1,14	Sauberkeit und Sicherheit
4.	1,14	Einzelhandelsangebot



### Wichtige Attraktivitätsfaktoren: Zukünftige Bedeutung (in ca. zehn Jahren)

1.	1,41	Sauberkeit und Sicherheit
2.	1,39	Erreichbarkeit: Mittel der Nahmobilität innerhalb der Kommune (mit dem Fahrrad, zu Fuß)
3.	1,38	Öffentlicher Raum
4.	1,34	Digitale Angebote
5.	1,23	Stadtgestaltung
6.	1,22	Gastronomieangebot
7.	1,17	Medizinisches Angebot
8.	1,16	Wohnungen
9.	1,09	Freizeit-/Kultur-/Tourismusangebot
10.	1,08	Grünflächen und Parks
11.	1,07	Angebot an Dienstleistungen
12.	1,01	Einzelhandelsangebot



N = 260 - 267

Hinweis: Die Kommunen haben eine Einschätzung zu insgesamt 20 Faktoren abgegeben. In die Rangliste wurden Faktoren aufgenommen, die im Mittel eine hohe Bedeutung aufweisen (Mittelwert: mindestens 1,0).



## 05 Wandel des Handels als Herausforderung für Zentren

Das Zusammenspiel von drei Trends macht die besondere Herausforderung für die Zentren aus: 1. Rückgang der Umsätze im stationären Einzelhandel, 2. Aufgabe von inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben ohne Nachfolge, 3. Fehlende Anker-Geschäfte bzw. die zunehmende Aufgabe von Anker-Geschäften.

[Zum Weiterlesen: Kapitel 5]

## 06 Instrumentarium neu ausrichten

Einzelhandels- und Zentrenkonzepte müssen als konzeptionelles Standardinstrument neu ausgerichtet werden. Verkehrs- und Mobilitätskonzepte sowie digitale Maßnahmen gewinnen erheblich an Relevanz.

[Zum Weiterlesen: Kapitel 6]

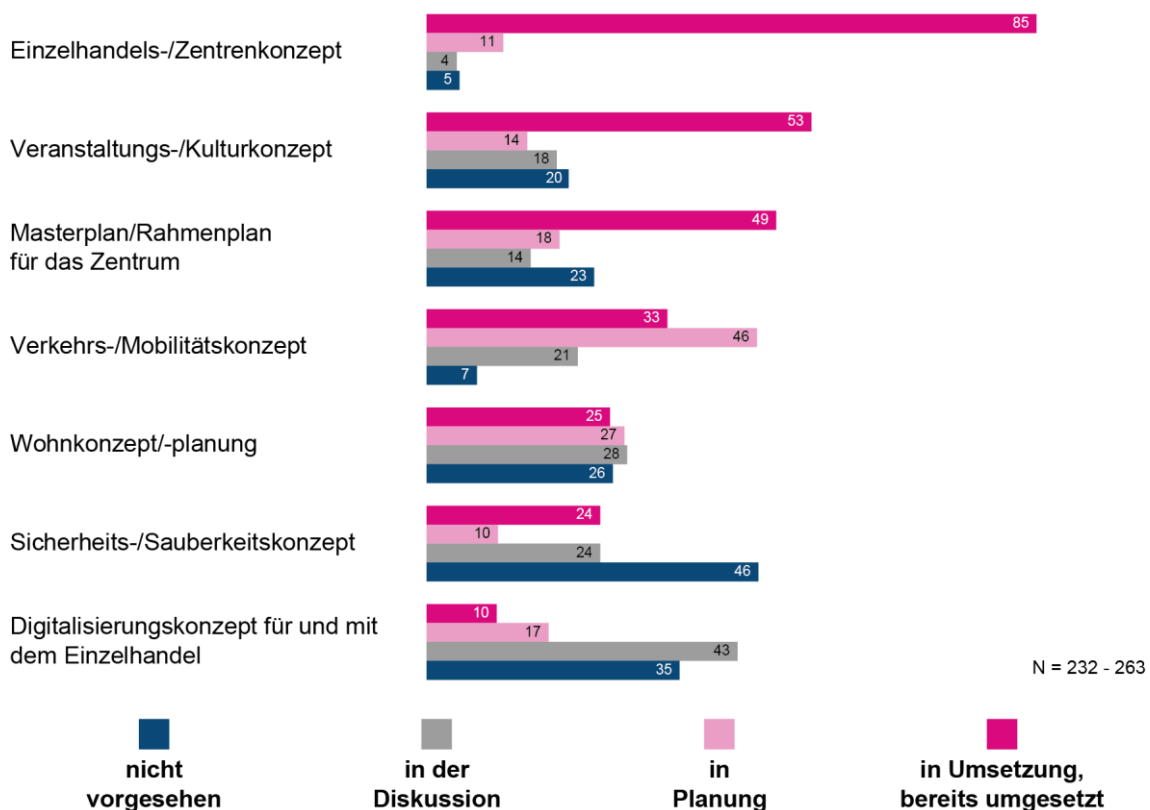
## 07 Erreichbarkeit neu denken

Für die Zukunft müssen komfortables An- und Abreisen und hohe Aufenthaltsqualität zusammengedacht werden: Hierfür stehen zuallererst attraktive Wegeverbindungen mit dem Fahrrad und zu Fuß.

[Zum Weiterlesen: Kapitel 7]

### Konzeptionelle Grundlagen zur Steigerung der Attraktivität von Zentren Stand der Umsetzung in den Kommunen

Anteil der Nennungen in Prozent (Mehrfachnennungen zum Stand möglich)





## 08 Umbau für Nutzungsmix

Die Kommunen attestieren verschiedenen Nutzungen, die für Frequenz und Belebung sorgen, eine gute Eignung für Zentren. Am richtigen Standort und bei passenden Umfeld-Qualitäten gilt dies auch für Wohnen.

[Zum Weiterlesen: Kapitel 8]

## 09 Coronakrise und Zentren

Trotz großer Auswirkungen durch die Coronakrise: Die Kommunen halten an den grundlegenden Zielen der Zentrenentwicklung wie städtebauliche Dichte, Mischung und Lebendigkeit fest.

[Zum Weiterlesen: Kapitel 9]

## 10 Finanzmittel und Know-how

Unterstützungsbedarf besteht aus Sicht der Kommunen vor allem in zweierlei Hinsicht: Sie wünschen sich Finanzmittel, die schnell und flexibel zur Verfügung stehen. Zudem wird Know-how benötigt, um die Zentrenentwicklung voranzutreiben.

[Zum Weiterlesen: Kapitel 10]

## 11 Weiterentwicklung von Gesetzen

Die Kommunen plädieren für die Anwendung der städtebaulichen Gebote, der Vorkaufsrechte, des besonderen Bodenrechts und einer aktiven Boden- und Liegenschaftspolitik. Sie äußern den Wunsch, dass die kommunalen Handlungsmöglichkeiten zur Steuerung der Zentrenentwicklung gestärkt werden.

[Zum Weiterlesen: Kapitel 10]

### Unterstützungsbedarfe durch Bundes- und/oder Landesregierung Stimmungsbild aus den Kommunen

Aufgrund der besonderen Bedeutung von Zentren für die Stadtentwicklung sollten mehr Fördermittel bereitgestellt werden.

Schnelle und unkomplizierte Förderung.

Wir sind viel zu langsam und zu unflexibel: schnellere, vereinfachte Förderverfahren mit mehr Flexibilität.

Vernetzung, Kommunikation, Moderation und fachliche Beratung Privater wird immer wichtiger und sollte mit der Finanzierung von Personal unterstützt werden.

In Phasen der umfassenden Transformation wären Reallabore, unorthodoxe Versuchsfelder und trial and error wichtig.

Beratungsangebote: Kleineren Kommunen fehlen häufig Personal, Wissen und Zeit für das umfangreiche Thema.

Kostenlose Fortbildungsprogramme für Kommunen.

Transferstelle für gute Beispiele.



## Inhalt

1.	Anlass und Hintergrund der Umfrage	8
2.	Durchführung, Rücklauf und Auswertung der Umfrage	9
3.	Situation und Entwicklung der Zentren	11
4.	Attraktivitätsfaktoren	14
5.	Herausforderungen	19
6.	Instrumente und Maßnahmen	21
7.	Spezial Mobilität	22
8.	Spezial Wohnen	26
9.	Spezial Coronakrise	29
10.	Unterstützungs- und Veränderungsbedarfe	33

### 1. Anlass und Hintergrund der Umfrage

Innenstädte und Zentren befinden sich in einem stetigen Wandel. Der stationäre Einzelhandel wird seit einigen Jahren durch die wachsende Bedeutung des Onlinehandels und damit verbundenen Veränderungen im Einkaufsverhalten in besonderer Weise herausgefordert. Und gegenwärtig zeichnet sich ab, dass die Funktionsverluste im Einzelhandel durch die Coronakrise noch einmal eine deutliche Beschleunigung erfahren. Zentren stehen in der Folge mehr denn je unter Druck, sich als multifunktionale Orte neu zu erfinden.

In dieser Situation wurde im Rahmen der Landesinitiative Zukunft. Innenstadt. Nordrhein-Westfalen. die Kommunalumfrage „Zentren“ durchgeführt, um zentrale Handlungsbedarfe in Innenstädten und Stadtkernen, Ortsmitten und Stadtteilzentren zu ermitteln. Auf dieser Grundlage möchte das Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen zielgerichtete Unterstützungsmöglichkeiten für die Städte und Gemeinden im Land anbieten. Damit dient die Umfrage der übergeordneten Zielsetzung der im Jahr 2018 gegründeten Landesinitiative, die Städtebau- und Wohnungspolitik in den Stadtzentren weiterzuentwickeln, Förderschwerpunkte zur Innenstadtentwicklung auszugestalten sowie Stadt- und Ortskerne zu stärken.

Die Umfrage widmete sich mit einem inhaltlichen Schwerpunkt der Frage, was Zentren heute und in Zukunft attraktiv macht. Vertiefend wurden die Themen Mobilität und Wohnen sowie die Auswirkungen der Coronakrise betrachtet. Schließlich hat die Umfrage den Kommunen viel Platz geboten, um offene Hinweise und Anregungen zu Unterstützungs- und Veränderungsbedarfen vorzubringen. Dank der hohen Beteiligung der Städte und Gemeinden stellen die Ergebnisse der Kommunalumfrage „Zentren“ eine aussagekräftige Bestandsaufnahme zur aktuellen Situation, zu den Perspektiven und zu den Handlungsbedarfen der Zentrenentwicklung in Nordrhein-Westfalen dar.





## 2. Durchführung, Rücklauf und Auswertung der Umfrage

Die Kommunalumfrage „Zentren“ richtete sich an alle 396 Städte und Gemeinden des Landes Nordrhein-Westfalen. Ihnen wurde der eingesetzte Fragebogen am 29.06.2020 per Post zugeschickt. Am selben Tag erfolgte die Freischaltung einer Online-Version unter der Internetadresse [www.kommunalumfrage-zentren.nrw.de](http://www.kommunalumfrage-zentren.nrw.de). Am 13.08.2020 wurde per E-Mail eine Erinnerung an alle Kommunen gesendet, die bis zu diesem Zeitpunkt noch nicht an der Umfrage teilgenommen hatten. Gleichzeitig wurde die Frist zur Rücksendung des ausgefüllten Fragebogens bis zum 28.08.2020 verlängert. Der Befragungszeitraum umfasst somit zwei Monate von Ende Juni bis Ende August 2020.

Es haben 268 Städte und Gemeinden an der Umfrage teilgenommen. Während 59 % dieser Kommunen den ausgefüllten Fragebogen auf dem Postweg zurückgeschickt haben, wurde in 41 % der Fälle die Möglichkeit einer Teilnahme über das Internet genutzt. Unterschiede zwischen diesen beiden Erhebungsformen konnten bei den Ergebnissen nicht festgestellt werden. Insgesamt konnte eine Rücklaufquote von 68 % realisiert werden. Mit Blick auf andere Befragungen von Kommunen, die eine vergleichbare Länge und Komplexität aufweisen, ist die Rücklaufquote als außergewöhnlich hoch einzustufen. Die hohe Quote kann als Hinweis dafür gewertet werden, dass das Thema aus Sicht der Städte und Gemeinden in Nordrhein-Westfalen eine große Bedeutung und Aktualität besitzt.

Es zeigen sich Unterschiede bei der Rücklaufquote in Abhängigkeit von der Einwohnerzahl der Kommunen. Es gilt folgende Tendenz: Je größer die Kommunen sind, desto größer ist die Beteiligung an der Umfrage (vgl. Tabelle 1). Aus den Rückfragen und Rückmeldungen, die im Laufe des Befragungszeitraums eingegangen sind, lassen sich einige Gründe für die Unterschiede ableiten: Möglicherweise fühlen sich einige kleinere Städte und Gemeinden weniger durch die Inhalte angesprochen, da sie kein ausgeprägtes Zentrum mit einem größeren (über den Bereich der Nahversorgung hinausgehenden) Einzelhandelsbesatz aufweisen. Gleichzeitig ist es in diesen Kommunen weniger wahrscheinlich, dass sich bestimmte Bereiche oder auch einzelne Personen aus der Verwaltung vornehmlich der Entwicklung des Zentrums bzw. des Einzelhandels widmen können.

Tabelle 1

Informationen zum Rücklauf nach Stadt- und Gemeindetypen

	Versandte Fragebögen	Ausgefüllte Fragebögen	Rücklaufquote
<b>Alle Städte und Gemeinden</b>	<b>396</b>	<b>268</b>	<b>68 %</b>
Große und kleinere Großstädte (100.000 Einwohner und mehr)	30	25	83 %
Größere Mittelstadt (50.000 bis unter 100.000 Einwohner)	47	40	85 %
Kleinere Mittelstadt (20.000 bis unter 50.000 Einwohner)	132	92	70 %
Größere Kleinstadt (10.000 bis unter 20.000 Einwohner)	134	81	60 %
Kleinere Kleinstadt bzw. Landgemeinde (weniger als 10.000 Einwohner)	53	26	49 %

Bei vier Fragebögen konnte keine Einwohnerzahl ermittelt werden, da der Name der Kommune nicht angegeben wurde.



Für die Einordnung der Ergebnisse ist es aufschlussreich zu wissen, welchem Bereich der kommunalen Verwaltung die Person angehört, die den Fragebogen ausgefüllt hat. Der Versand des Fragebogens erfolgte zusammen mit zwei Anschreiben des Ministeriums für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen. Ein Anschreiben wurde – sofern eine entsprechende Position besetzt war – an die Planungsdezernentin bzw. den Planungsdezernenten der Kommune gerichtet. Darin war die Bitte enthalten, den beigefügten Fragebogen auszufüllen. Mit einem weiteren Anschreiben wurde die (Ober-)Bürgermeisterin bzw. der (Ober-)Bürgermeister darum gebeten, die Kommunalumfrage „Zentren“ zu unterstützen. Die Angaben aus der Befragung zeigen, dass der Fragebogen in den allermeisten Fällen im Bereich der Stadtentwicklung bzw. Stadtplanung bearbeitet worden ist. Bei einer größeren Anzahl an Kommunen hat aber auch die Wirtschaftsförderung die Bearbeitung übernommen oder zumindest daran mitgewirkt. Teilweise wurde der Fragebogen direkt im Büro der (Ober-)Bürgermeisterin bzw. des (Ober-)Bürgermeisters ausgefüllt, teilweise hat das Stadtmarketing an der Bearbeitung mitgewirkt. Die vorgenommenen Mehrfachnennungen machen zudem deutlich, dass insbesondere in Großstädten häufiger mehrere Bereiche beteiligt worden sind und somit vermutlich auch in die Aufgabe der Zentrenentwicklung eingebunden sind.

Mit diesem Bericht werden die Ergebnisse der Kommunalumfrage „Zentren“ vorgestellt. Der Ergebnisbericht umfasst Kernaussagen, textliche Erläuterungen und aufbereitetes Datenmaterial. Bei der Auswertung der erhobenen Daten sind Methoden der deskriptiven Statistik und der qualitativen Inhaltsanalyse zur Anwendung gekommen. Bei der quantitativen Auswertung der Datengrundlage wurden verschiedene Stadt- bzw. Gemeindemerkmale verwendet, um mögliche Unterschiede zwischen den Kommunen zu beschreiben und zu erklären. Standardmäßig erfolgte eine Prüfung unter Nutzung der folgenden Merkmale:

- Größenklassen nach Bevölkerungszahl in Anlehnung an die Stadt- und Gemeindetypen des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR),
- Zentralörtliche Funktion der Gemeinden laut Anhang 1 zum Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW),
- Bildung von Typen nach dem Grad der Ländlichkeit auf Gemeindeebene laut Thünen-Institut für Ländliche Räume,
- Bevölkerungsentwicklung der Kommunen in den vergangenen zehn Jahren auf der Grundlage von Bevölkerungszahlen aus der Landesdatenbank NRW.



### 3. Situation und Entwicklung der Zentren

Der Einstieg in die Befragung umfasste drei Fragen zur Situation und Entwicklung der Zentren. Zunächst wurden die Kommunen um eine spontane Einschätzung dazu gebeten, wie ausgeprägt die Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit dem Zentrum ist. Die Abfrage erfolgte anhand einer fünfstufigen Skala.

Ein großer Teil der Kommunen geht von einer hohen oder sogar sehr hohen Identifikation der Bevölkerung mit dem Zentrum aus. Dieser Befund ergibt sich über alle betrachteten Gemeindegrößenklassen und spricht für eine besondere Bedeutung, die den Innenstädten, Stadt- und Ortskernen sowie Ortsmitten für das Selbstverständnis der Städte und Gemeinden zukommt.

Fast zwei Drittel der Kommunen (63 %) haben bei der Frage nach der Identifikation mit dem Zentrum eine der beiden Kategorien „hoch“ oder „sehr hoch“ angekreuzt (vgl. Abbildung 1). In weiteren 30 % aller Fälle wurde die Einstufung „mittel“ ausgewählt. Gleichzeitig haben lediglich wenige Städte und Gemeinden (7 %) die Identifikation als gering eingestuft, die Kategorie „sehr gering“ wurde in keinem Fall als zutreffend erachtet. Bei einer Auswertung nach Gemeindegrößenklassen zeigen sich nur geringfügige Unterschiede, die kein Muster erkennen lassen und statistisch unauffällig sind. Kleinere Auffälligkeiten deuten sich an, wenn andere Merkmale herangezogen werden. Bei der Gruppe der Oberzentren ist die Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit dem Zentrum etwas stärker ausgeprägt; allerdings ist eine solche Aussage aufgrund der geringen Fallzahl in dieser Gruppe mit Vorsicht zu behandeln. Weiterhin lässt sich durch einen Mittelwertvergleich feststellen, dass die Kommunen, die von einer geringen oder mittleren Identifikation ausgehen, eine etwas ungünstigere Bevölkerungsentwicklung in den vergangenen zehn Jahren aufweisen.

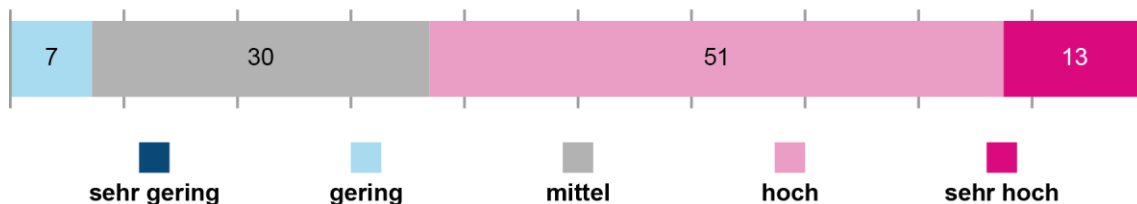
Abbildung 1

**Nehmen Sie eine spontane Einschätzung vor:**

**Die Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit dem Zentrum in Ihrer Kommune ist ...**

Anteil der Nennungen in Prozent

N = 264



Die Kommunen wurden in diesem thematischen Block weiterhin dazu aufgefordert, auf die Entwicklung in den letzten Jahren zurückzublicken. Sie sollten – erneut anhand einer fünfstufigen Skala – bewerten, wie sich die Attraktivität des Zentrums für die Bevölkerung in den vergangenen zehn Jahren entwickelt hat.

Insgesamt fallen die Bewertungen zur Entwicklung der Zentren in den vergangenen zehn Jahren durch die Kommunen leicht positiv aus – trotz der bestehenden Herausforderungen rund um den Einzelhandel. Überdurchschnittlich positiv stellt sich der Trend im Vergleich nach Stadt- bzw. Gemeindemerkmale für die Gruppe der größeren Mittelstädte und die Gruppe der Oberzentren dar.

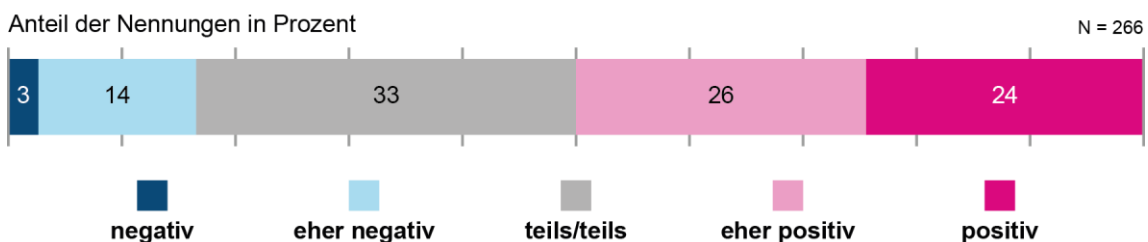
Wenn alle Städte und Gemeinden in die Betrachtung einbezogen werden, entfallen die meisten Nennungen (33 %) auf die mittlere Kategorie „teils/teils“ (vgl. Abbildung 2). Dieses Bild spricht für eine differenzierte Bewertung, bei der sowohl Plus- als auch Minuspunkte im Hinblick auf die Entwicklung des Zentrums zum Tragen kommen. Durchaus bemerkenswert



ist, dass bei der Hälfte der Kommunen offensichtlich die positiven Aspekte überwiegen. In diesen Fällen wird die Entwicklung als eher positiv (26 %) oder positiv (24 %) bewertet. Auf der anderen Seite der Skala verorten deutlich weniger Kommunen die Entwicklung ihres Zentrums. Als eher negativ wird die Entwicklung bei 14 % aller Nennungen eingestuft; die Kategorie „negativ“ wurde nur in wenigen Einzelfällen (3 %) ausgewählt. Bei der Auswertung nach Stadt- bzw. Gemeindemerkmale zeigen sich mehrere erwähnenswerte Unterschiede. So fallen die Bewertungen bei der Gruppe der größeren Mittelstädte (50.000 bis unter 100.000 Einwohner) besonders günstig aus, die Kategorie „positiv“ ist hier am stärksten besetzt (38 %). Im Gegensatz dazu bewerten die meisten Kommunen (31 %) in der Gruppe der kleineren Kleinstädte bzw. Landgemeinden (weniger als 10.000 Einwohner) die Entwicklung in den letzten Jahren als eher negativ. Ergänzende Informationen hierzu liefert eine Betrachtung nach der zentralörtlichen Funktion der Kommunen. Die günstigsten Bewertungen kann die Gruppe der Oberzentren verbuchen (62 % eher positiv oder positiv, 0 % eher negativ oder negativ), gefolgt von der Gruppe der Mittelzentren (49 % versus 13 %) und der Gruppe der Grundzentren (50 % versus 23 %). Interessanterweise haben sich bei den durchgeführten Analysen keine systematischen Unterschiede zwischen wachsenden und schrumpfenden Kommunen im Hinblick auf die Einschätzungen zur Entwicklung der Zentren ergeben.

Abbildung 2

**Wenn Sie auf die letzten Jahre zurückblicken: Wie hat sich die Attraktivität Ihres Zentrums für die Bevölkerung in den vergangenen zehn Jahren insgesamt entwickelt?**



Um die aktuelle Situation in den Zentren besser einordnen zu können, wurde zum Abschluss dieses inhaltlichen Blocks das Thema „Leerstand“ angesprochen. Die Kommunen wurden danach gefragt, wie hoch gegenwärtig ungefähr die Leerstandsquote in ihrem Zentrum ist. Es handelte sich um eine offene Frage. Die von den Kommunen vorgenommenen Angaben wurden im Zuge der Auswertung sechs Klassen zugeordnet.

Bei der Leerstandsquote in den Zentren kann von einem Mittelwert von etwas mehr als 10 % ausgegangen werden. Kennzeichnend für die erhobenen Daten sind jedoch die erheblichen Unterschiede zwischen den Kommunen. Viele Fälle bewegen sich im breiten Spektrum zwischen 0 und 20 %; teilweise treten aber auch deutlich höhere Werte auf.

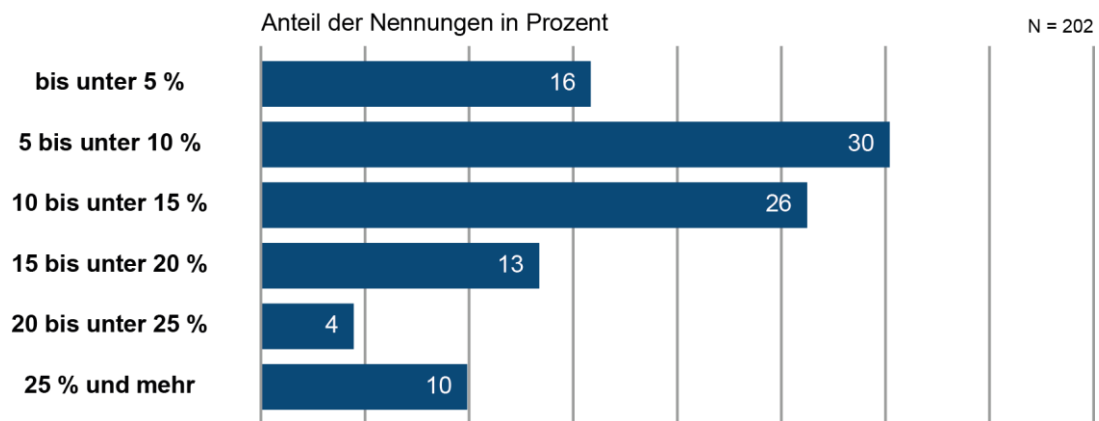
Bevor auf die Ergebnisse der Auswertung näher eingegangen wird, muss darauf hingewiesen werden, dass eine größere Zahl an Kommunen keine Angaben zur Leerstandsquote gemacht hat. Von den 268 Städten und Gemeinden, die an der Umfrage teilgenommen haben, liegen für 202 Kommunen verwertbare Angaben vor. In den übrigen 66 Fällen wurde die Frage ausgelassen oder es wurde die Option „Angabe nicht möglich“ angekreuzt. Die Mehrzahl der vorliegenden Angaben basiert auf einer Schätzung. Bei rund 60 Kommunen beruhen die angegebenen Werte auf einer eigenen Erhebung, einem (aktuellen) Einzelhandelskonzept, einem Leerstandskataster oder einer vergleichbaren Grundlage.





Abbildung 3

Und wie hoch ist gegenwärtig ungefähr die Leerstandsquote in Ihrem Zentrum?



Der Abbildung 3 kann entnommen werden, dass die Angaben zur Leerstandsquote am häufigsten in die Klasse „5 bis unter 10 %“ (30 % aller Nennungen) fallen. Knapp dahinter liegt die nächsthöhere Klasse „10 bis unter 15 %“ mit etwas mehr als einem Viertel aller Nennungen. Aber auch die beiden Klassen „bis unter 5 %“ sowie „15 bis unter 20 %“ sind mit 16 % bzw. 13 % mit einer größeren Zahl an Kommunen besetzt. Der Eindruck einer breiten Streuung der Werte wird weiterhin dadurch unterstützt, dass einige Städte und Gemeinden noch einmal deutlich höhere Leerstandsquoten angegeben haben. Einzelne Nennungen im Bereich zwischen 50 und 75 % sprechen für dauerhafte Verwerfungen in Zentren. Bei der Auswertung nach den herangezogenen Stadt- bzw. Gemeindemerkmale (Bevölkerungszahl, Ländlichkeit, Zentralörtliche Funktion) ergeben sich nur geringfügige Unterschiede zwischen den Gruppen, womit sich – durchaus überraschend – kein belastbarer Erklärungsansatz ableiten lässt. Es kann allenfalls herausgelesen werden, dass die Kommunen, die eine besonders hohe Leerstandsquote aufweisen, in den letzten Jahren eine eher ungünstige Bevölkerungsentwicklung genommen haben.



#### 4. Attraktivitätsfaktoren

Für eine zukunftsweisende Zentrenentwicklung ist die Frage, was attraktive Zentren ausmacht, von großer Wichtigkeit. Aus diesem Grund wurden die Kommunen dazu befragt, welche Bedeutung unterschiedliche Faktoren – insgesamt wurden 20 Punkte aufgelistet – für die heutige und zukünftige Attraktivität ihres Zentrums haben. Die zukünftige Bedeutung bezieht sich dabei auf einen Zeithorizont in circa zehn Jahren. Zur Einstufung wurden bei der Abfrage fünf Kategorien angeboten („sehr gering“ bis „sehr hoch“). Die Abbildungen 4 und 5 zeigen die Verteilung der Nennungen auf die Kategorien in Prozent, unterteilt in die Bedeutung heute und die Bedeutung in Zukunft.

Um die Bewertungen besser zwischen den Faktoren und den beiden Zeitpunkten vergleichen zu können, wurden aus den Angaben in einem zweiten Schritt Mittelwerte gebildet. Dazu war es notwendig, die Kategorien von „sehr gering“ bis „sehr hoch“ in die Skalennwerte von -2 bis +2 zu überführen. Die daraus gebildeten Mittelwerte wurden genutzt, um die 20 Faktoren in den Abbildungen 4 und 5 nach ihrer Bedeutung zu sortieren. Weiterhin wurden die Mittelwerte beim Vergleich der Bedeutung in Zukunft mit der Bedeutung heute herangezogen (vgl. Tabelle 2). Die Veränderungen werden in Skalenpunkten gemessen und zeigen einen Bedeutungsgewinn (positive Veränderung) bzw. Bedeutungsverlust (negative Veränderung) eines Faktors für die Attraktivität des Zentrums an.

Die Bewertungen der Kommunen lassen zwei zentrale Trends erkennen: Zum einen kann bei den Angeboten im Zentrum von einer Tendenz zur Multifunktionalität gesprochen werden. Demnach büßt das Einzelhandelsangebot seine bislang herausgehobene Bedeutung für die Attraktivität ein. Gleichzeitig wird mehreren anderen Faktoren aus diesem Bereich eine wachsende Bedeutung zugesprochen. Im Ergebnis weisen folgende Angebote zukünftig eine mindestens ebenso große Bedeutung wie der Einzelhandel auf: Gastronomieangebot, medizinisches Angebot, Freizeit-/Kultur-/Tourismusangebot und das Angebot an Dienstleistungen. Zum anderen ist bei der Erreichbarkeit des Zentrums eine Tendenz zur Multimodalität festzustellen. Während heute der Erreichbarkeit mit dem motorisierten Individualverkehr die höchste Bedeutung überhaupt beigemessen wird, relativiert sich diese Stellung in Zukunft und insbesondere die Erreichbarkeit mit Mitteln der Nahmobilität gewinnt stark an Bedeutung hinzu.

Der Erreichbarkeit des Zentrums mit dem motorisierten Individualverkehr (MIV) wird heute eine überaus große Relevanz als Attraktivitätsfaktor beigemessen. 95 % der Städte und Gemeinden weisen der MIV-Erreichbarkeit innerhalb der Kommune eine hohe bzw. sehr hohe Bedeutung zu. Hohe Werte erreicht auch die Erreichbarkeit mit dem MIV aus anderen Kommunen (81 %). Die Relevanz der Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln (ÖV) und mit Mitteln der Nahmobilität (mit dem Fahrrad, zu Fuß) liegt aktuell weit hinter der MIV-Erreichbarkeit zurück: Innerhalb der Kommune wird der Erreichbarkeit mit dem ÖV zu 44 % und mit Mitteln der Nahmobilität zu 54 % eine hohe bzw. sehr hohe Bedeutung zugeschrieben. In Bezug auf die Erreichbarkeit aus anderen Kommunen schätzen die Städte und Gemeinden die Bedeutung von ÖV (30 %) und Nahmobilität (18 %) noch geringer ein.

Zukünftig verliert die Erreichbarkeit mit dem MIV aus Sicht der Kommunen an Relevanz. Der Bedeutungsverlust des MIV bezieht sich dabei nicht allein auf die Großstädte. Auch bei den anderen Gemeindegrößenklassen verliert die Erreichbarkeit des Zentrums mit dem MIV innerhalb der Kommune sowie aus anderen Kommunen an Bedeutung. Im Gegensatz dazu wird laut der vorliegenden Umfrageergebnisse erwartet, dass die Erreichbarkeit mit dem ÖV und vor allem mit Mitteln der Nahmobilität einen sprunghaften Bedeutungsgewinn erfährt. Innerhalb der Kommune wird dem ÖV zu 76 % und der Nahmobilität zu 90 % zukünftig eine hohe bzw. sehr hohe Bedeutung beigemessen.



Abbildung 4

**Bitte denken Sie an die Situation in Ihrer Kommune: Welche Bedeutung haben die folgenden Faktoren für die Attraktivität Ihres Zentrums?**

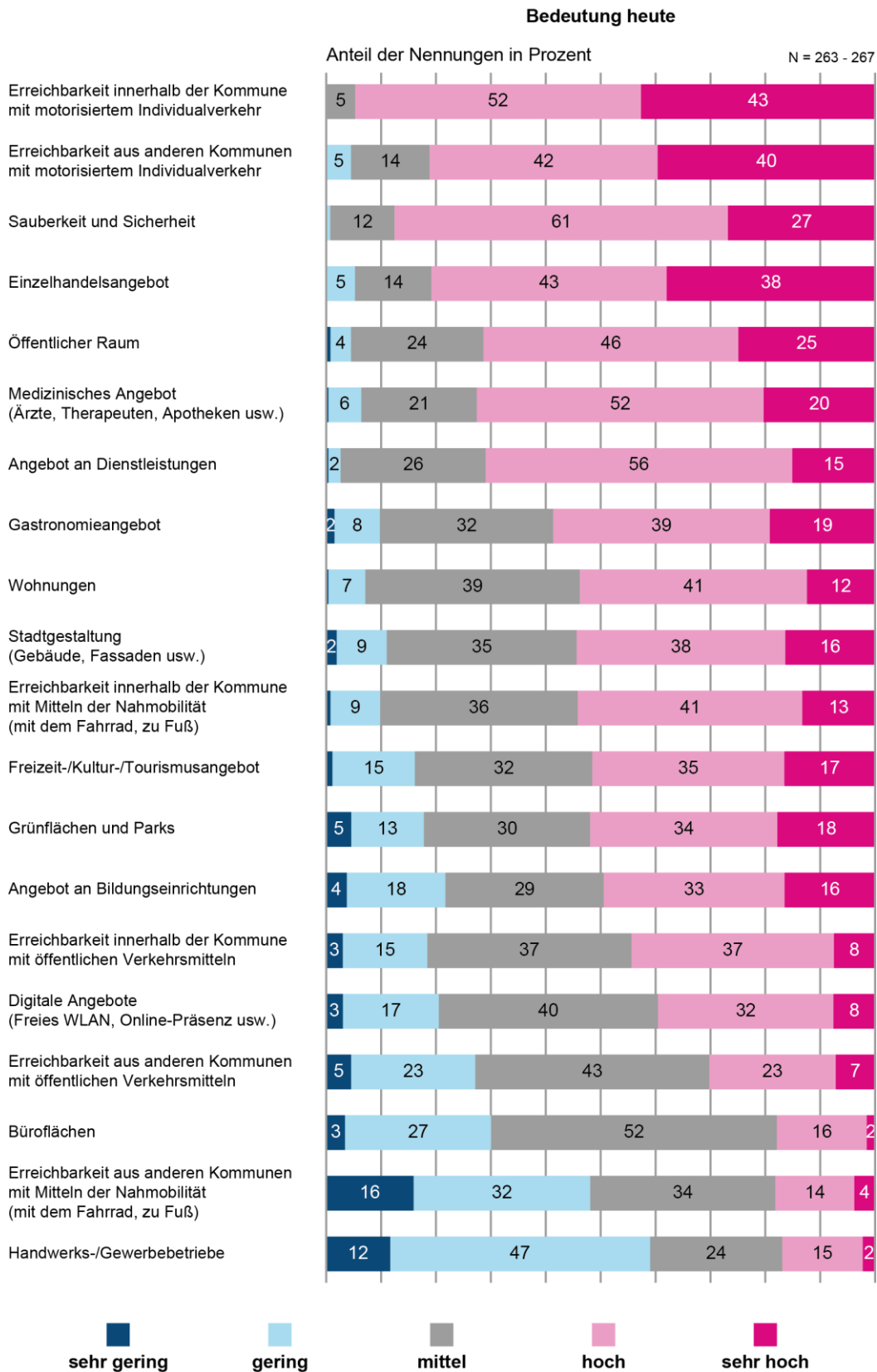




Abbildung 5

Bitte denken Sie an die Situation in Ihrer Kommune: Welche Bedeutung haben die folgenden Faktoren für die Attraktivität Ihres Zentrums?

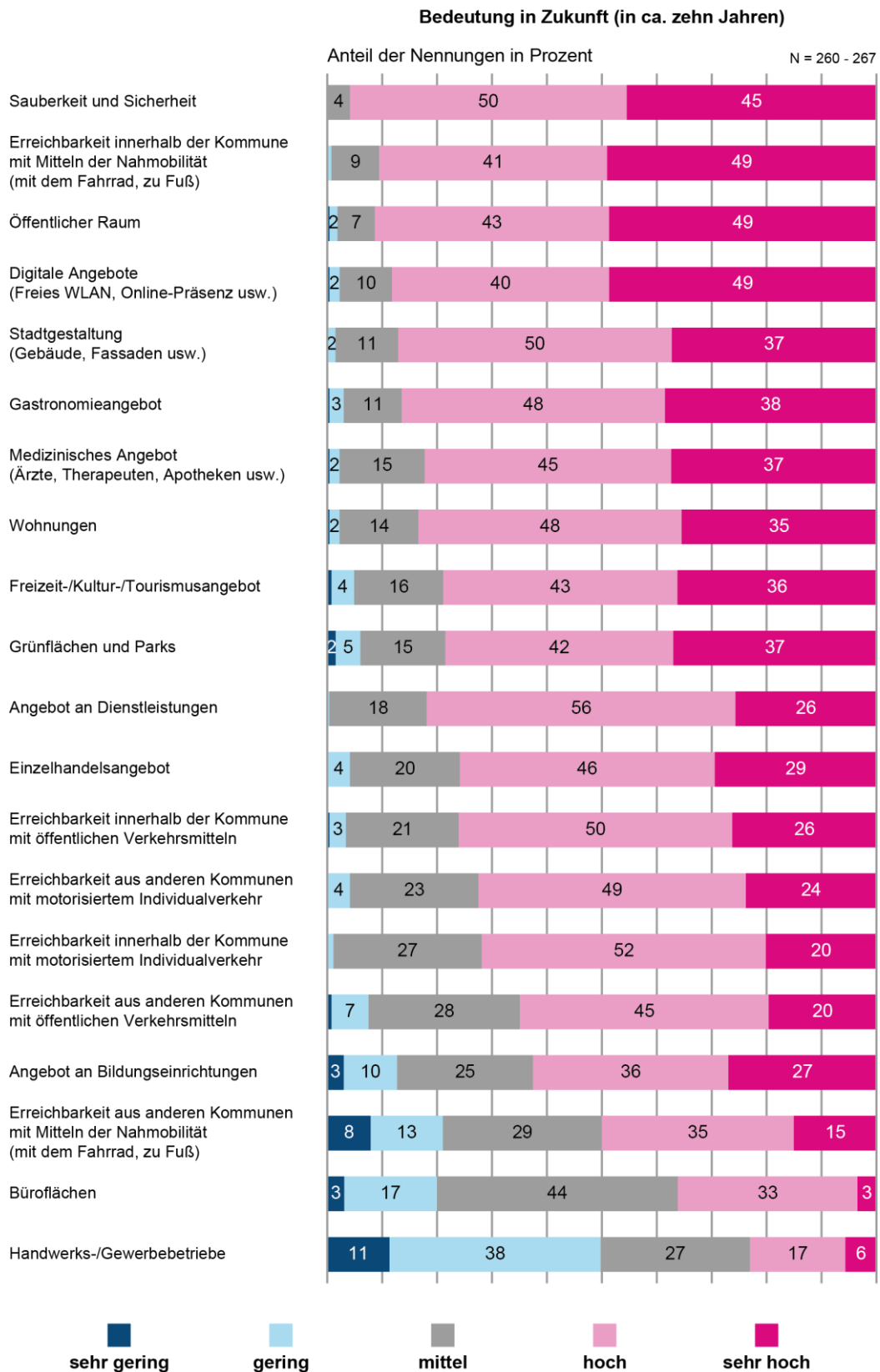






Tabelle 2

Bedeutung der Attraktivitätsfaktoren heute und in Zukunft nach Mittelwerten über alle Kommunen  
(Sortierung nach Veränderung des Mittelwertes)

Attraktivitätsfaktoren	Mittelwert Bedeutung heute	Mittelwert Bedeutung in Zukunft	Veränderung des Mittelwertes
Digitale Angebote	0,24	1,34	+1,11
Erreichbarkeit mit Mitteln der Nahmobilität (innerhalb der Kommune)	0,57	1,39	+0,82
Erreichbarkeit mit Mitteln der Nahmobilität (aus anderen Kommunen)	-0,42	0,36	+0,78
Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln (aus anderen Kommunen)	0,06	0,76	+0,71
Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln (innerhalb der Kommune)	0,30	0,98	+0,68
Stadtgestaltung	0,58	1,23	+0,65
Grünflächen und Parks	0,47	1,08	+0,61
Freizeit-/Kultur-/Tourismusangebot	0,51	1,09	+0,59
Wohnungen	0,59	1,16	+0,58
Gastronomieangebot	0,67	1,22	+0,55
Öffentlicher Raum	0,91	1,38	+0,47
Angebot an Bildungseinrichtungen	0,40	0,74	+0,33
Medizinisches Angebot	0,86	1,17	+0,31
Büroflächen	-0,14	0,17	+0,31
Sauberkeit und Sicherheit	1,14	1,41	+0,28
Angebot an Dienstleistungen	0,83	1,07	+0,24
Handwerks-/Gewerbebetriebe	-0,52	-0,32	+0,19
Einzelhandelsangebot	1,14	1,01	-0,12
Erreichbarkeit mit motorisiertem Individual- verkehr (aus anderen Kommunen)	1,16	0,92	-0,24
Erreichbarkeit mit motorisiertem Individual- verkehr (innerhalb der Kommune)	1,37	0,91	-0,46

Die ausfüllenden Personen haben anhand einer fünfstufigen Likert-Skala eine Einschätzung zur „Bedeutung heute“ und zur „Bedeutung in Zukunft“ vorgenommen. Aus den vorliegenden Antworten wurde ein Mittelwert gebildet:

**-2 = sehr gering; -1 = gering; 0 = mittel; 1 = hoch; 2 = sehr hoch.**

Abbildung 4 zeigt weiterhin, dass der Einzelhandel unter den unterschiedlichen Angeboten gegenwärtig die höchste Bedeutung für die Attraktivität des Zentrums hat. Wenn man die Kategorien „hoch“ und „sehr hoch“ zusammenrechnet, ergibt sich heute eine Bedeutung von 81 %. Nach Einschätzung der Kommunen sinkt dieser Anteil in Zukunft auf 76 %. Hierbei zeigen sich interessante Unterschiede zwischen Gemeindegrößenklassen. Bei einem Blick auf die Gruppen ergibt sich heute folgender Zusammenhang: Je größer die



Kommunen sind, desto größer ist die Bedeutung des Einzelhandels. Ausgehend vom gegenwärtigen Niveau sinkt die Bedeutung jedoch insbesondere bei den Gruppen der Großstädte und der größeren Mittelstädte. Als Resultat dieser Entwicklung wird die zukünftige Bedeutung des Einzelhandels in allen Gemeindegrößenklassen relativ ähnlich eingeschätzt.

Rechnet man die Kategorien „hoch“ und „sehr hoch“ zusammen, steigt die Bedeutung des Gastronomieangebots von 59 % auf 86 %, des medizinischen Angebots von 73 % auf 82 %, des Freizeit-/Kultur-/Tourismusangebots von 52 % auf 79 % sowie des Angebots an Dienstleistungen von 71 % auf 82 %. Damit gewinnen diese Angebote weiter an Relevanz und werden laut der Kommunen zukünftig eine höhere Bedeutung für die Attraktivität des Zentrums einnehmen als das Einzelhandelsangebot. Kleinere Kleinstädte bzw. Landgemeinden erwarten einen höheren Anstieg bei der Bedeutung des medizinischen Angebots als Mittel- und Großstädte. Die Attraktivität eines Zentrums wird demnach vor allem im ländlichen Raum maßgeblich durch das medizinische Angebot bestimmt.

Weiche Attraktivitätsfaktoren wie „Stadtgestaltung“ sowie „Grünflächen und Parks“ gewinnen deutlich an Bedeutung. Dies gilt ebenfalls für den Faktor „Öffentlicher Raum“, dem bereits gegenwärtig eine hohe Bedeutung zukommt. Bei den digitalen Angeboten wird ein sprunghafter Anstieg erwartet. Ihnen wird in Zukunft eine ähnlich hohe Bedeutung wie „Sauberkeit und Sicherheit“ beigemessen. Beide Faktoren scheinen in Zukunft gewissermaßen eine Grundvoraussetzung für attraktive Zentren darzustellen.

Werden die Kategorien „hoch“ und „sehr hoch“ zusammengerechnet, steigt der Anteil der Nennungen beim öffentlichen Raum von 71 % auf 91 % an. Grünflächen und Parks (in Zukunft: 78 %) sowie eine attraktive Stadtgestaltung (in Zukunft: 87 %) gewinnen ebenfalls an Bedeutung hinzu – weitgehend unabhängig von der Gemeindegröße. Weitere Erkenntnisse ergeben sich aus den frei formulierten Hinweisen, die die Städte und Gemeinden zu den Attraktivitätsfaktoren vorgebracht haben. Die Erläuterungen weisen darauf hin, dass weiche Faktoren für eine besondere Atmosphäre in Zentren sorgen können und deshalb eine entscheidende Bedeutung aufweisen. Dabei wird wiederholt die Relevanz der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum genannt, mit Hinweisen auf die Integration von Wasserelementen (Stichwort „blaue Infrastruktur“), eine klimaangepasste Begrünung sowie eine stadtbildprägende Architektur. Die Kommunen nehmen an, dass die gestalterische und funktionale Attraktivität des gebauten Raums in Verbindung mit besonderen (ökologischen) Qualitäten als Resultat einer ambitionierten Freiraumplanung und -gestaltung einen wesentlichen Beitrag für eine erfolgreiche Zentrenentwicklung leisten kann.

Hervorgehoben werden muss außerdem die Rolle der Faktoren „Sauberkeit und Sicherheit“ und „Digitale Angebote“. Sauberkeit und Sicherheit weisen schon heute eine hohe Relevanz für die Attraktivität eines Zentrums auf. Gegenwärtig wird die Bedeutung durch die Kommunen von 61 % als hoch und von weiteren 27 % als sehr hoch eingestuft. Der Anteil dieser beiden Kategorien steigt bei der Einschätzung für die Zukunft noch einmal auf zusammen 96 % an. Demgegenüber haben digitale Angebote wie freies WLAN oder eine Online-Präsenz des Zentrums im Moment noch einen untergeordneten Stellenwert. Nimmt man wiederum die Anteile der Kategorien „hoch“ und „sehr hoch“ zum Gradmesser, rechnen die Städte und Gemeinden jedoch mit einem sprunghaften Anstieg der Bedeutung (Zunahme von 40 % auf 88 %).



## 5. Herausforderungen

Um mehr über die aktuellen Aufgabenfelder der Zentrenentwicklung in Erfahrung zu bringen, wurden im Fragebogen die größten Herausforderungen thematisiert, mit denen sich die Städte und Gemeinden konfrontiert sehen. Anhand einer Liste mit vorgegebenen Antworten haben die teilnehmenden Kommunen die Relevanz unterschiedlicher Problembe- reiche auf einer fünfstufigen Skala von „sehr gering“ bis „sehr hoch“ bewertet.

Nach den Angaben der Städte und Gemeinden macht insbesondere das Zusammenspiel von drei Themenbereichen die aktuelle Herausforderung für die Zentren aus: Erstens der Rückgang der Umsätze im stationären Einzelhandel, insbesondere durch das Einkaufen im Internet, zweitens die Aufgabe von inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben ohne Nach- folge und drittens fehlende Anker-Geschäfte bzw. die zunehmende Aufgabe von Anker- Geschäften. Im Vergleich dazu weisen andere Aspekte insgesamt eine nachgeordnete Bedeutung auf, sind für einzelne Stadt- und Gemeindetypen aber teilweise von besonde- rer Relevanz. Dies gilt beispielsweise für das fehlende Nahversorgungsangebot und die fehlende Gastronomie bzw. Außengastronomie in Kleinstädten und Landgemeinden.

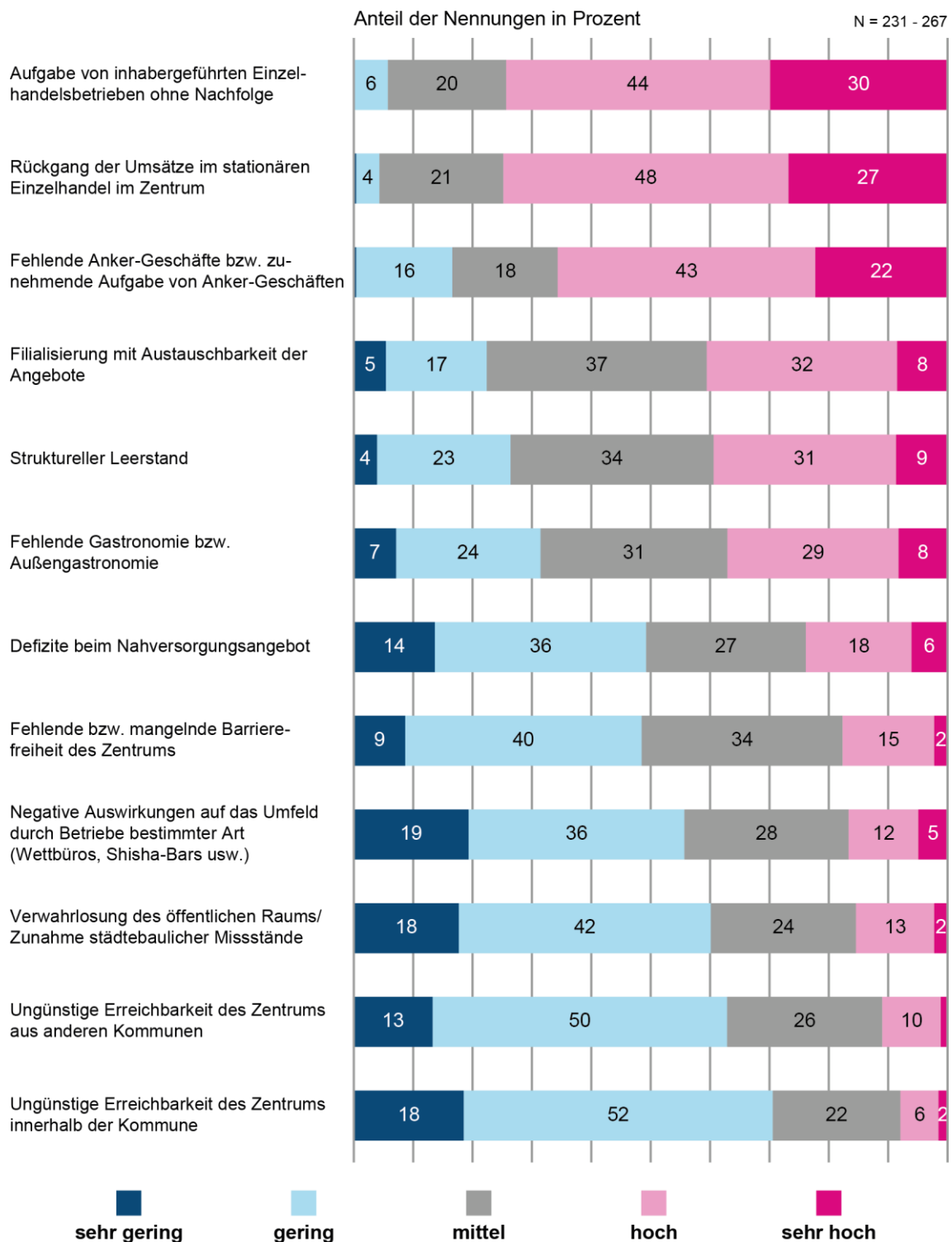
Nach Einschätzung der Städte und Gemeinden gehört der Rückgang der Umsätze im sta- tionären Einzelhandel zu den größten Herausforderungen für die Zentren. Rechnet man die Kategorien „hoch“ und „sehr hoch“ zusammen, stimmen 75 % der Kommunen in diesem Punkt zu. Wenn genauer auf die Ursachen für den Umsatzrückgang geschaut wird (vgl. Tabelle A-5 im Anhang), wird vor allem der Onlinehandel als Konkurrent für Ladenlokale im Zentrum betrachtet (Zustimmung: 84 %). Dabei sind die Großstädte am stärksten betroffen, gefolgt von größeren und kleineren Mittelstädten, größeren Kleinstädten und den kleinen Kleinstädten bzw. Landgemeinden. Die besondere Anfälligkeit größerer Kommunen ge- genüber dem Onlinehandel lässt sich vermutlich über die Branchenstruktur des (noch) vor- handenen Einzelhandels erklären. Für einen Teil der Kommunen ist auch die Verlagerung von Einkäufen in andere Städte von größerer Bedeutung (Zustimmung: 47 %), was auf Ver- schiebungen innerhalb des Zentrumsystems infolge des Strukturwandels im Einzelhandel hindeutet. Die Verlagerung von Einkäufen auf die „grüne Wiese“ spielt dagegen nach Ein- schätzung der Kommunen gegenwärtig eine untergeordnete Rolle (Zustimmung: 19 %).

Als ebenso große Herausforderung wird die Aufgabe inhabergeführter Einzelhandelsbe- triebe ohne Nachfolge betrachtet, 74 % der Kommunen sehen eine hohe oder sehr hohe Relevanz (vgl. Abbildung 6). Die kleineren Mittelstädte sind dabei am stärksten betroffen. Verschiedene Punkte müssen dabei im Zusammenhang betrachtet werden. Der Rück- gang von Umsätzen im stationären Einzelhandel steht in enger Verbindung mit der Konkur- renz zum Onlinehandel, der zur Aufgabe beim inhabergeführten Einzelhandel beitragen kann. Das Fehlen von Ankergeschäften bzw. die zunehmende Aufgabe von Ankerge- schäften (Zustimmung: 66 %) wird als weitere große Herausforderung für die Zentren ange- sehen.

Mit gewissem Abstand folgt der Punkt „Filialisierung und Austauschbarkeit der Angebote“, (Zustimmung: 41 %). Struktureller Leerstand kann ebenfalls eine besondere Herausforde- rung für die Zentren darstellen. Rechnet man die Kategorien hohe und sehr hohe Relevanz zusammen, sind nach eigener Einschätzung 39 % der Kommunen mit strukturellem Leer- stand konfrontiert. Die Bewertung fällt dabei für zentrale Lagen ähnlich aus wie für Rand- lagen des Zentrums (vgl. Tabelle A-5 im Anhang). Die Bedeutung von strukturellem Leer- stand von größeren Immobilien im Zentrum hängt stark von dem Merkmal der Gemeinde- größenklasse ab. Mehr als die Hälfte der Großstädte sieht hier eine hohe oder sehr hohe Relevanz, was zu den Diskussionen um Schließungen bei einigen großen Filialisten und bei Warenhäusern passt.



Abbildung 6  
**Was sind die größten Herausforderungen für Ihr Zentrum?**



Insgesamt ist aber auch wichtig zu erwähnen, dass viele der zur Bewertung aufgelisteten Antworten aus Sicht der Kommunen eher eine geringe Relevanz als Herausforderung aufweisen. Dies trifft auch bei der ungünstigen Erreichbarkeit des Zentrums und der Verwahrlosung des öffentlichen Raums bzw. der Zunahme städtebaulicher Missstände zu.





## 6. Instrumente und Maßnahmen

Im Fragebogen wurden Kommunen um eine Auskunft dazu gebeten, mit welchen Maßnahmen und Instrumenten sie versuchen, das Zentrum ihrer Kommune attraktiver zu machen. Anhand der folgenden vier Kategorien konnten sie eine Angabe zum Stand der Umsetzung vornehmen: nicht vorgesehen, in der Diskussion, in Planung und in Umsetzung bzw. umgesetzt. Hierbei waren Mehrfachnennungen möglich, was bei der Interpretation der ermittelten Anteilswerte zu berücksichtigen ist.

Einzelhandels- und Zentrenkonzepte sind bislang das konzeptionelle Standardinstrument der Kommunen – zusammen mit einer Bauleitplanung, die der räumlichen Steuerung des Einzelhandels zum Schutz der Zentren dient. Außerdem setzen die Städte und Gemeinden auf Stadtmarketing/Innenstadt-Marketing und die Aufwertung des öffentlichen Raums. Hierbei sind Bürgerbeteiligung, Werkstätten usw. ein zentrales Element. Im Moment zeichnet sich eine stärkere Hinwendung zu Verkehrs- und Mobilitätskonzepten sowie zu digitalen Maßnahmen ab. Weiterhin befinden sich insbesondere Digitalisierungskonzepte für und mit dem Einzelhandel und die Ansiedlung von Gastronomieangeboten in der Diskussion.

Von 85 % der Kommunen wurde angegeben, dass sich ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept in Umsetzung befindet bzw. bereits umgesetzt worden ist (vgl. Tabelle A-6 im Anhang). Der Umsetzungsgrad ist dabei nahezu unabhängig von der Gemeindegröße, Einzelhandels- und Zentrenkonzepte werden in Großstädten gleichermaßen eingesetzt wie in Kleinstädten und Landgemeinden. Bei vielen Städten und Gemeinden gehören weiterhin Veranstaltungs- und Kulturkonzepte (in Umsetzung, bereits umgesetzt: 53 %) sowie Masterpläne und Rahmenpläne (49 %) für das Zentrum zu den etablierten konzeptionellen Grundlagen. Auffällig ist die große Aktualität von Verkehrs- und Mobilitätskonzepten, die sich in 46 % der Kommunen in Planung befinden. Zudem hat etwa jede fünfte Kommune angegeben, dass die Erstellung eines solchen Konzepts diskutiert wird. Diese Ergebnisse passen zum Bedeutungswandel in Richtung Multimodalität, der bei den Einschätzungen zu den Attraktivitätsfaktoren zu erkennen war. Ins Auge fallen weiterhin die Angaben zu Digitalisierungskonzepten, die für und mit dem Einzelhandel erarbeitet werden. Demnach ist erst für 10 % der Kommunen die Kategorie „in Umsetzung, bereits umgesetzt“ als Umsetzungsstand zutreffend. In 43 % der Städte und Gemeinden befinden sich Digitalisierungskonzepte in der Diskussion. Mehr als ein Drittel der Kommunen sehen solche Konzepte nicht vor. In Großstädten spielen Digitalisierungskonzepte eine bedeutendere Rolle als in Kleinstädten und Landgemeinden.

In rund zwei Drittel der Kommunen wurden Bürgerbeteiligung, Werkstätten usw. bereits als Mittel eingesetzt, um das Zentrum attraktiver zu machen. Dies entspricht auch dem Grad der Umsetzung beim Stadtmarketing/Innenstadt-Marketing (65 %). Beim Blick auf die vorliegenden Angaben zu den unterschiedlichen Ansätzen fallen zudem die Werte für die Aufwertung des öffentlichen Raums auf. Zum einen haben auch hier 56 % der Kommunen die Kategorie „in Umsetzung, umgesetzt“ angekreuzt, zum anderen befinden sich in 48 % der Städte und Gemeinden entsprechende Maßnahmen in Planung. Ein vergleichbarer Wert wird unter den über 20 aufgelisteten Instrumenten und Maßnahmen ansonsten nur bei den oben angesprochenen Verkehrs- und Mobilitätskonzepten erreicht.

In Bezug auf das Thema der Multifunktionalität – ebenfalls ein großer Trend nach den Ergebnissen zu den Attraktivitätsfaktoren – ist es interessant, dass sich die Ansiedlung von Gastronomieangeboten in 37 % und die Ansiedlung von medizinischen Angeboten in 30 % der Kommunen in der Diskussion befinden. Im Gegensatz dazu ist die Ansiedlung von Bildungseinrichtungen in einem Großteil der Städte und Gemeinden nicht vorgesehen (43 %). Dies gilt auch für einige andere Instrumente und Maßnahmen aus der für den Fragebogen zusammengestellten Liste, wobei die Stadtgröße offensichtlich eine wichtige Rolle spielt.



## 7. Spezial Mobilität

Bei der Diskussion um die Entwicklung von Zentren wird der Erreichbarkeit häufig eine zentrale Rolle beigemessen. Die allgemeine Frage zu Attraktivitätsfaktoren hat bereits deutliche Hinweise auf eine Tendenz zur Multimodalität ergeben. In einem Spezialteil Mobilität wurde die Bedeutung von acht Faktoren für die heutige und zukünftige Attraktivität von Zentren vertiefend abgefragt. Erneut bezieht sich die zukünftige Bedeutung dabei auf einen Zeithorizont in circa zehn Jahren. Die Bedeutung wurde in fünf Kategorien von „sehr gering“ bis „sehr hoch“ abgefragt. Die Abbildungen 7 und 8 zeigen die Verteilung der Nennungen auf die Kategorien, unterteilt in die Bedeutung heute und die Bedeutung in Zukunft. Als Ergänzung hierzu kann der Tabelle 3 direkt entnommen werden, welche Veränderungen sich zwischen den beiden Zeitpunkten ermitteln lassen.

Die komfortable An- und Abreise mit dem motorisierten Individualverkehr und ein damit verbundenes Angebot an Parkraum für PKW haben nach Einschätzung der Kommunen gegenwärtig eine herausgehobene Bedeutung für die Attraktivität von Zentren. Es wird jedoch ein deutlicher Wandel erwartet: Für die Zukunft ergibt sich eine höhere Bewertung für die komfortable An- und Abreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln als mit dem motorisierten Individualverkehr. Attraktive Wegeverbindungen für Mittel der Nahmobilität sowie das Angebot an Fahrradabstellanlagen und Service-Stationen für Fahrräder bzw. E-Bikes werden für die zukünftige Attraktivität als besonders wichtig erachtet.

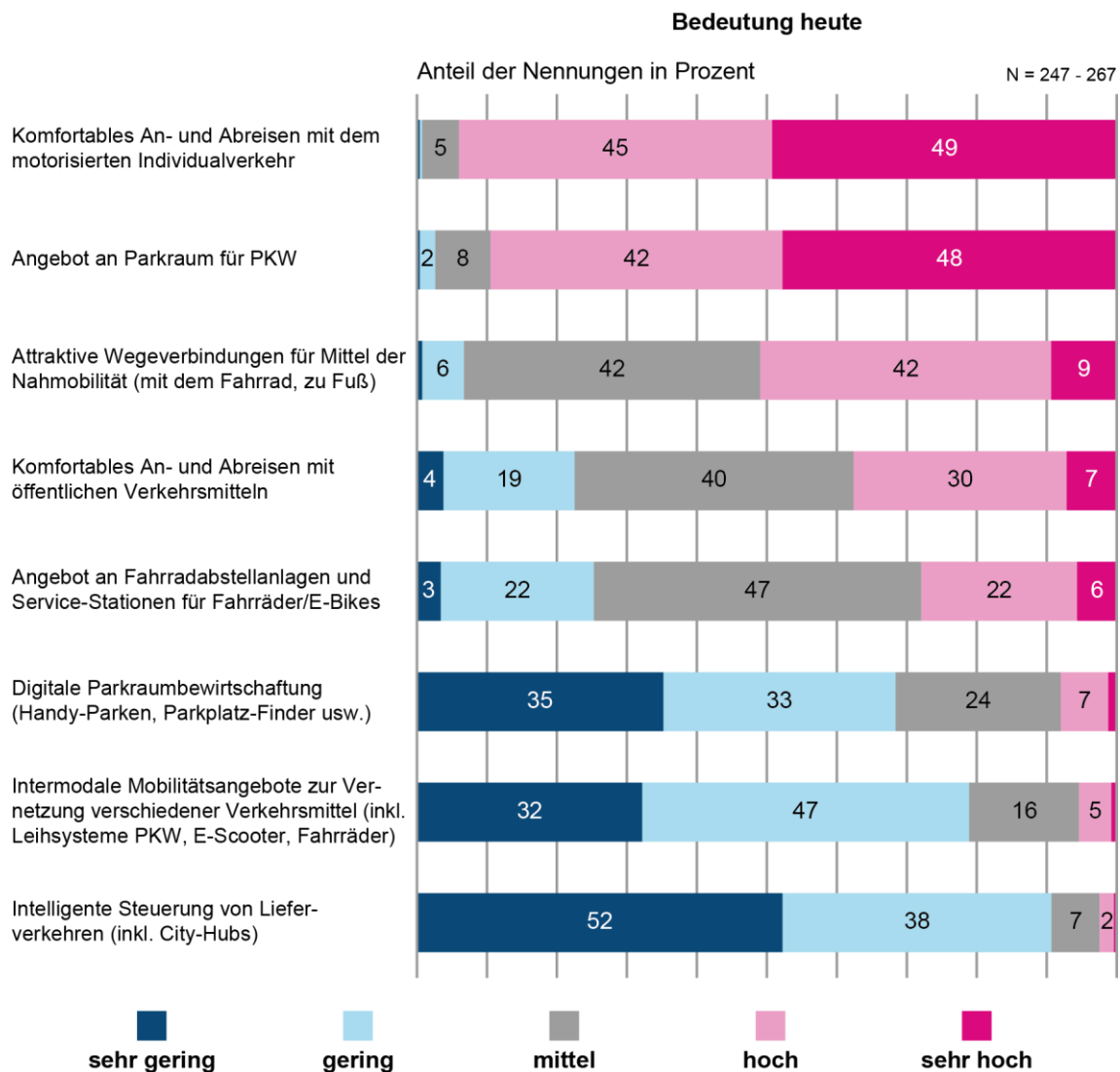
Nach Einschätzung der Kommunen ist die komfortable Anreise und Abreise mit dem motorisierten Individualverkehr (MIV) die gegenwärtig dominierende Einflussgröße für die Attraktivität der Zentren. Nahezu alle befragten Städte und Gemeinden (94 %) sehen hier eine hohe oder sehr hohe Bedeutung. Das damit verbundene Angebot an Parkraum wird ebenfalls fast ausschließlich mit einer solchen Relevanz (89 %) eingeschätzt. Der komfortablen An- und Abreise mit dem MIV wird über alle Stadt- und Gemeindegrößen hinweg eine ähnlich hohe Bedeutung zugemessen. Den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes – ÖPNV, Fahrrad und Zufußgehen – wird gegenwärtig eine deutlich geringere Bedeutung zugesprochen. Die Relevanz der öffentlichen Verkehrsmittel (ÖV) als Attraktivitätsfaktor für die Zentren steigt mit der Einwohnerzahl der Kommunen. Knapp die Hälfte aller Großstädte misst der komfortablen An- und Abreise mit dem ÖV eine hohe bis sehr hohe Bedeutung zu. Intermodale Verkehrsangebote zur Vernetzung verschiedener Verkehrsmittel haben gemäß den Ergebnissen gegenwärtig noch eine geringe bis sehr geringe Bedeutung für die Attraktivität der Zentren.

Wie bereits im allgemeinen Teil zu den Attraktivitätsfaktoren festgestellt wurde, erwarten die Kommunen in Nordrhein-Westfalen einen Paradigmenwechsel. Werden die Kategorien „hoch“ und „sehr hoch“ zusammengerechnet, steigt die Bedeutung einer komfortablen An- und Abreise mit dem ÖV auf 78 %, die Bedeutung des MIV sinkt dagegen auf 72 %. Nach Einschätzung der Kommunen vollzieht sich dieser Wandel nicht allein in den Großstädten. So wird erwartet, dass die komfortable An- und Abreise mit dem ÖV zukünftig auch in größeren und kleineren Mittelstädten eine höhere Relevanz aufweisen wird als die An- und Abreise mit dem MIV. In kleineren Kleinstädten bzw. Landgemeinden wird der MIV auch zukünftig eine hohe Relevanz innehaben, jedoch gewinnen die Verkehrsmittel des Umweltverbundes zukünftig auch in dieser Raumkategorie deutlich an Bedeutung. Dieser Bedeutungswandel zeigt sich zugleich auch im Bereich der (dazugehörigen) Infrastrukturen. Danach bewerten fast alle Kommunen attraktive Wegeverbindungen für Mittel der Nahmobilität (93 % hohe und sehr hohe Bedeutung) sowie Fahrradabstellanlagen und Servicestationen für Fahrräder bzw. E-Bikes (89 % hohe und sehr hohe Bedeutung) als bedeutsame Attraktivitätsfaktoren eines zukünftigen Mobilitätsangebotes. Intermodale Verkehrsangebote zur Vernetzung verschiedener Verkehrsmittel verzeichnen einen sprunghaften Bedeutungsgewinn von gegenwärtig 5 % auf zukünftig 42 % hoher und sehr hoher Bedeutung. Der größte Bedeutungsgewinn wird hierbei in den Großstädten erwartet.



Abbildung 7

**Bitte denken Sie an die Situation in Ihrer Kommune: Welche Bedeutung haben die folgenden Faktoren aus dem Bereich Mobilität für die Attraktivität Ihres Zentrums?**



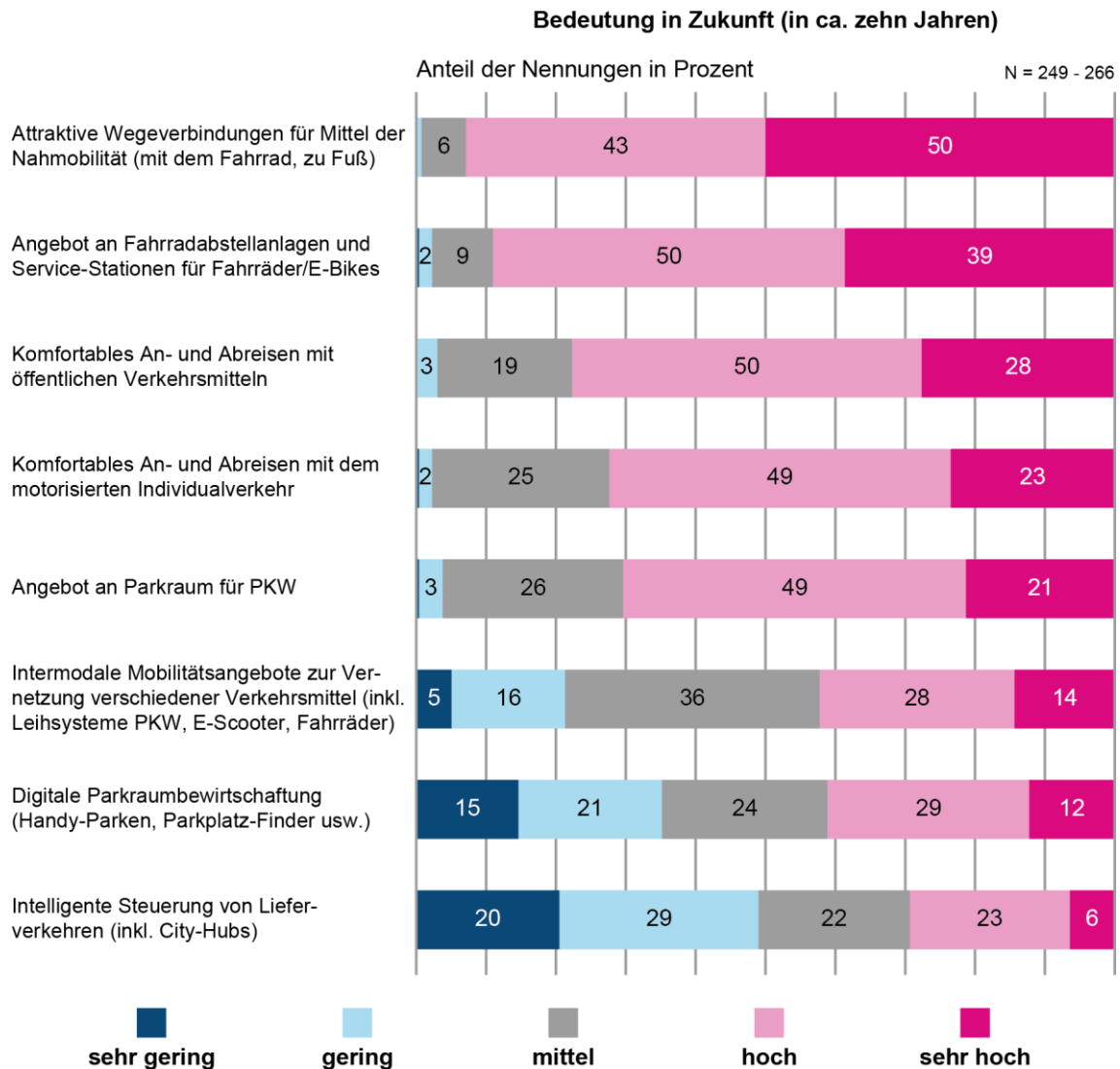
Weitere Erkenntnisse ergeben sich aus den frei formulierten Hinweisen, die die Städte und Gemeinden zu Attraktivitätsfaktoren aus dem Bereich Mobilität vorgebracht haben. Die kurzen Erläuterungen spiegeln die Einschätzung wider, dass intermodalen Verkehrsangeboten zur Vernetzung verschiedener Verkehrsmittel eine wachsende Bedeutung für die Zentrenentwicklung zukommen wird. Hervorzuheben ist dabei die Errichtung von Mobilstationen inklusive der Ladeinfrastruktur für E-Mobilität. Die Konzeptentwicklung zur Integration von Mobilstationen wurde als häufigster Hinweis von den Kommunen genannt, gefolgt von der Gleichberechtigung von MIV, ÖPNV, Rad- und Fußverkehr in Planungsprozessen sowie Mobilitäts-Apps für Mobilitätsangebote, Lastenradverleih und Carsharing-Angeboten.

Die zweite Frage im Abschnitt „Spezial Mobilität“ bezieht sich auf den Stand der Umsetzung von mobilitätsbezogenen Maßnahmen in den Kommunen. Dabei konnten folgende vier Kategorien angekreuzt werden: nicht vorgesehen, in der Diskussion, in Planung und in Umsetzung bzw. umgesetzt. Hierbei waren Mehrfachnennungen möglich, was bei der Interpretation der ermittelten Anteilswerte zu berücksichtigen ist.



Abbildung 8

**Bitte denken Sie an die Situation in Ihrer Kommune: Welche Bedeutung haben die folgenden Faktoren aus dem Bereich Mobilität für die Attraktivität Ihres Zentrums?**



Zu den etablierten Maßnahmen aus dem Bereich Mobilität für die Zentren gehören die barrierefreie Umgestaltung bzw. der fußgängerfreundliche Umbau, die Stärkung der Aufenthaltsqualität durch verkehrsberuhigte Zonen und der Aufbau eines touristischen Wegweisungssystems für Fußgänger bzw. Radfahrer. Eine hohe Aktualität weist die Erarbeitung eines Nahmobilitätskonzepts auf.

Die barrierefreie Umgestaltung und der fußgängerfreundliche Umbau wurden als häufigste Maßnahme von den Städten und Gemeinden in Nordrhein-Westfalen bereits umgesetzt bzw. befinden sich in Umsetzung (64 %). In Bezug auf die barrierefreie Umgestaltung und den fußgängerfreundlichen Umbau nehmen Großstädte eine besondere Stellung ein. Rund drei Viertel der Großstädte geben an, diese Maßnahme umzusetzen oder bereits umgesetzt zu haben. Kleinstädte und Landgemeinden befinden sich deutlich häufiger noch im Diskussions- und Planungsprozess als in der Umsetzungsphase.





Tabelle 3

Bedeutung der Attraktivitätsfaktoren aus dem Bereich Mobilität heute und in Zukunft nach Mittelwerten über alle Kommunen (Sortierung nach Veränderung des Mittelwertes)

Attraktivitätsfaktoren	Mittelwert Bedeutung heute	Mittelwert Bedeutung in Zukunft	Veränderung des Mittelwertes
Intermodale Mobilitätsangebote zur Vernetzung verschiedener Verkehrsmittel (inkl. Leihsysteme PKW, E-Scooter, Fahrräder)	-1,05	0,30	+1,35
Angebot an Fahrradabstellanlagen und Service-Stationen für Fahrräder/E-Bikes	0,05	1,25	+1,20
Intelligente Steuerung von Lieferverkehren (inkl. City-Hubs)	-1,40	-0,34	+1,06
Digitale Parkraumbewirtschaftung (Handy-Parken, Parkplatz-Finder usw.)	-0,94	0,04	+0,98
Attraktive Wegeverbindungen für Mittel der Nahmobilität	0,53	1,42	+0,89
Komfortables An- und Abreisen mit öffentlichen Verkehrsmitteln	0,18	1,02	+0,84
Angebot an Parkraum für PKW	1,34	0,87	-0,47
Komfortables An- und Abreisen mit dem motorisierten Individualverkehr	1,42	0,93	-0,49

Die ausfüllenden Personen haben anhand einer fünfstufigen Likert-Skala eine Einschätzung zur „Bedeutung heute“ und zur „Bedeutung in Zukunft“ vorgenommen. Aus den vorliegenden Antworten wurde ein Mittelwert gebildet:

**-2 = sehr gering; -1 = gering; 0 = mittel; 1 = hoch; 2 = sehr hoch.**

Ein fortgeschrittener Stand der Umsetzung ist in vielen Kommunen zudem bei der Stärkung der Aufenthaltsqualitäten durch verkehrsberuhigte Zonen (in Umsetzung, bereits umgesetzt: 52 %) und beim Aufbau eines touristischen Wegweisungssystems für Fußgänger bzw. Radfahrer (ebenfalls 52 %) gegeben. Diese Ergebnisse unterstreichen die zuvor dargestellten Einschätzungen, dass der öffentliche Raum und attraktive Wegeverbindungen für Mittel der Nahmobilität zukünftig einen bedeutenden Einfluss auf die Attraktivität der Zentren haben werden. Eng damit verbunden ist die Erarbeitung von Nahmobilitätskonzepten (Fuß- und Radverkehr), die sich bei 41 % der Kommunen in der Planungsphase befindet und bisher von rund jeder vierten Kommune bereits umgesetzt wurde bzw. sich in Umsetzung befindet. Hierbei zeigt sich ein starker Zusammenhang mit der Größe der Städte und Gemeinden. In sechs von zehn Großstädten haben Nahmobilitätskonzepte bereits die Phase der Umsetzung erreicht bzw. durchlaufen, während dies nur in wenigen kleineren Kleinstädten bzw. Landgemeinden der Fall ist. Eine geringe Relevanz weist noch die Einführung einer digitalen Parkraumbewirtschaftung auf. Mehr als die Hälfte der Kommunen gab an, dass eine solche Maßnahme nicht vorgesehen ist, in jeder vierten Kommune befindet sie sich in der Diskussion.



## 8. Spezial Wohnen

Die Nachfrage nach Flächen für Einzelhandelsnutzungen ist vielerorts rückläufig. Als Folge können sich Leerstand und Unternutzung von Ladengeschäften ergeben. Vor diesem Hintergrund wurden die Kommunen danach gefragt, inwieweit sie sich verschiedene Nutzungen für Erdgeschosslagen in ihrem Zentrum alternativ zum Einzelhandel vorstellen können. Für sieben vorgegebene Nutzungen sollte eine Einschätzung vorgenommen werden.

Die mit Abstand beste Eignung als Alternative zum Einzelhandel wird der Gastronomie bescheinigt. Gut geeignet sind aus Sicht der Kommunen weiterhin die Nutzungen „Medizin/Gesundheit“, „Dienstleistung“ und auch „Gemeinschafts-/Kulturräume“. Dagegen wird dem Wohnen im Erdgeschoss insgesamt lediglich eine mittlere Eignung zugeschrieben. Dies gilt ebenfalls für die Nutzung „Gewerbe/Handwerk“. Als eher schlecht geeignet werden Logistikflächen eingestuft, wenn es um alternative Nutzungen für Erdgeschosslagen geht.

Bei der Bewertung der Nutzung „Gastronomie“ sind sich die Städte und Gemeinden weitgehend einig (vgl. Abbildung 9). Fast zwei Drittel der Kommunen sehen eine sehr gute, ein weiteres Viertel eine gute Eignung. Auch bei anderen Nutzungen entfällt eine große Mehrheit der Nennungen auf die beiden Kategorien „gut“ und „sehr gut“: Medizin/Gesundheit (79 %), Dienstleistung (78 %) und Gemeinschafts-/Kulturräume (70 %). Bei der Nutzung „Wohnen“ fällt besonders auf, dass die vorgenommenen Einschätzungen weit auseinander gehen. Jeweils rund ein Viertel der Kommunen hat die Optionen schlecht, mittel und gut angekreuzt.

Weitere Erkenntnisse ergeben sich aus den frei formulierten Hinweisen, die die Städte und Gemeinden zu alternativen Nutzungen vorgebracht haben. Die kurzen Erläuterungen lassen erkennen, welche Kriterien für eine gute Eignung angelegt werden. So wird von einer Erdgeschossnutzung im Zentrum erwartet bzw. gewünscht, dass sie eine Öffnung zum Straßenraum aufweist und zu dessen Belebung beiträgt. In der Konsequenz erfolgt mehrfach die Erläuterung, dass Wohnen eher in den Randlagen des Zentrums oder in den Obergeschossen als sinnvolle Alternative betrachtet wird. In diesem Zusammenhang muss bei den in der Frage vorgegebenen Nutzungsarten teilweise weiter differenziert werden. So wird zum Beispiel bei der Nutzung „Medizin/Gesundheit“ angemerkt, dass für das Erdgeschoss Apotheken besser geeignet sind als Praxen. Ein anderer inhaltlicher Schwerpunkt unter den Hinweisen aus den Kommunen stellt die weitere Nennung bzw. Konkretisierung von möglichen Nutzungen dar. Es werden neue Orte für Arbeit und Produktion, für Bildung und Kreativität, für Freizeit und Begegnung angesprochen. Hierbei fallen Schlagworte wie „Co-Working-Angebote“, „Urbane Produktion“ oder „Dritte Orte zum Treffen, Machen und Bilden“. Schließlich verweisen einzelne Kommunen in ihren Kommentaren zur Umwandlung von Einzelhandelsflächen auf konkrete Initiativen, Konzepte und Prinzipien (Beispiel: „Wuppertaler Haus“ als Grundsatz der Nutzungsmischung).

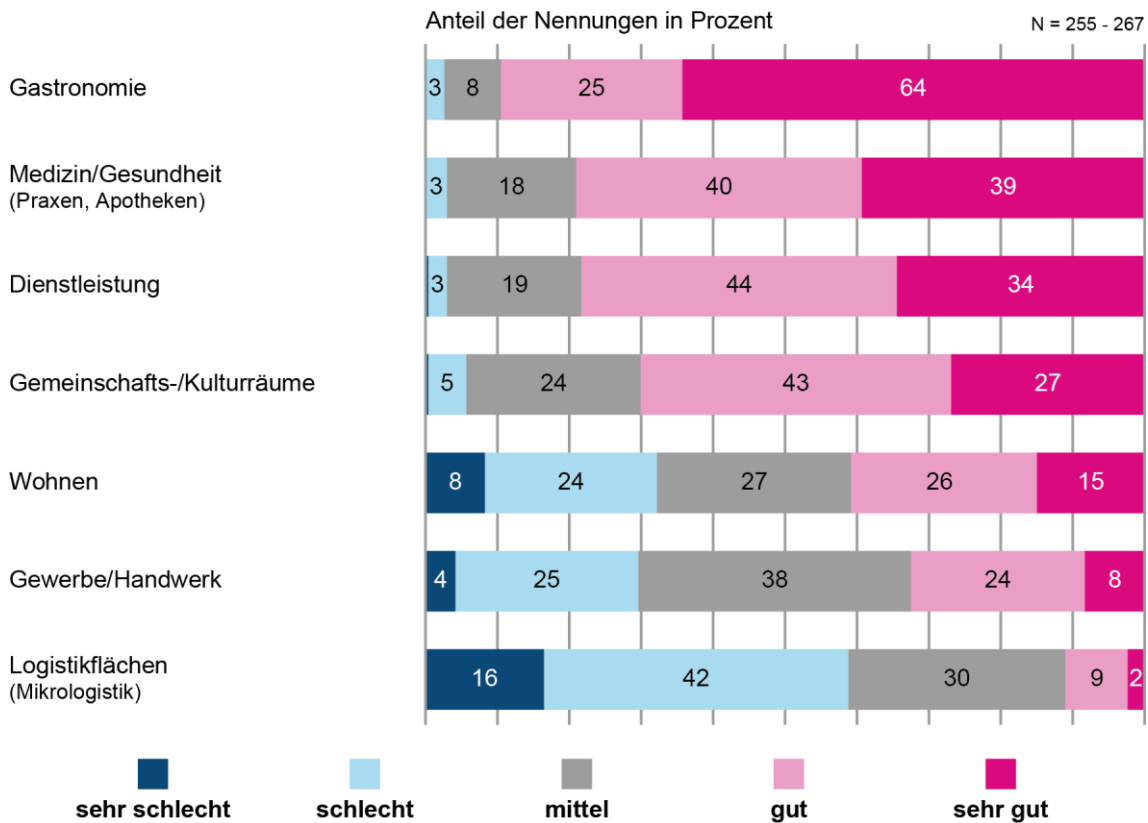
Angesichts der hohen Nachfrage nach Wohnraum, die in vielen Stadtregionen des Landes Nordrhein-Westfalen seit einigen Jahren besteht, stellt die Bereitstellung von nachfragegerechten Angeboten eine zentrale Aufgabe der Stadtentwicklung dar. Der Abschnitt „Spezial Wohnen“ umfasste daher auch die Frage, inwieweit verschiedene Hemmnisse mögliche Bemühungen, Wohnraum im Zentrum zu erhalten bzw. neu zu schaffen, erschweren. Es sollte die Relevanz für sechs vorgegebene Themenbereiche eingeschätzt werden.

Der Mangel an verfügbaren Flächen für Neubau bzw. Nachverdichtung und zum Teil auch an marktgerechten Immobilien werden als wesentliche Hemmnisse betrachtet. Darüber hinaus weisen die Kommunen auf das (weiterhin) hohe Boden- und Mietpreinsniveau im Zentrum, entsprechende Renditeerwartungen sowie das fehlende Interesse von Investoren und Eigentümern hin. Dagegen fehlt es in der großen Mehrheit der Städte und Gemeinden nicht an der notwendigen Nachfrage nach Wohnraum im Zentrum.



Abbildung 9

**Inwieweit können Sie sich folgende Nutzungen für Erdgeschosslagen in Ihrem Zentrum alternativ zum Einzelhandel vorstellen?**



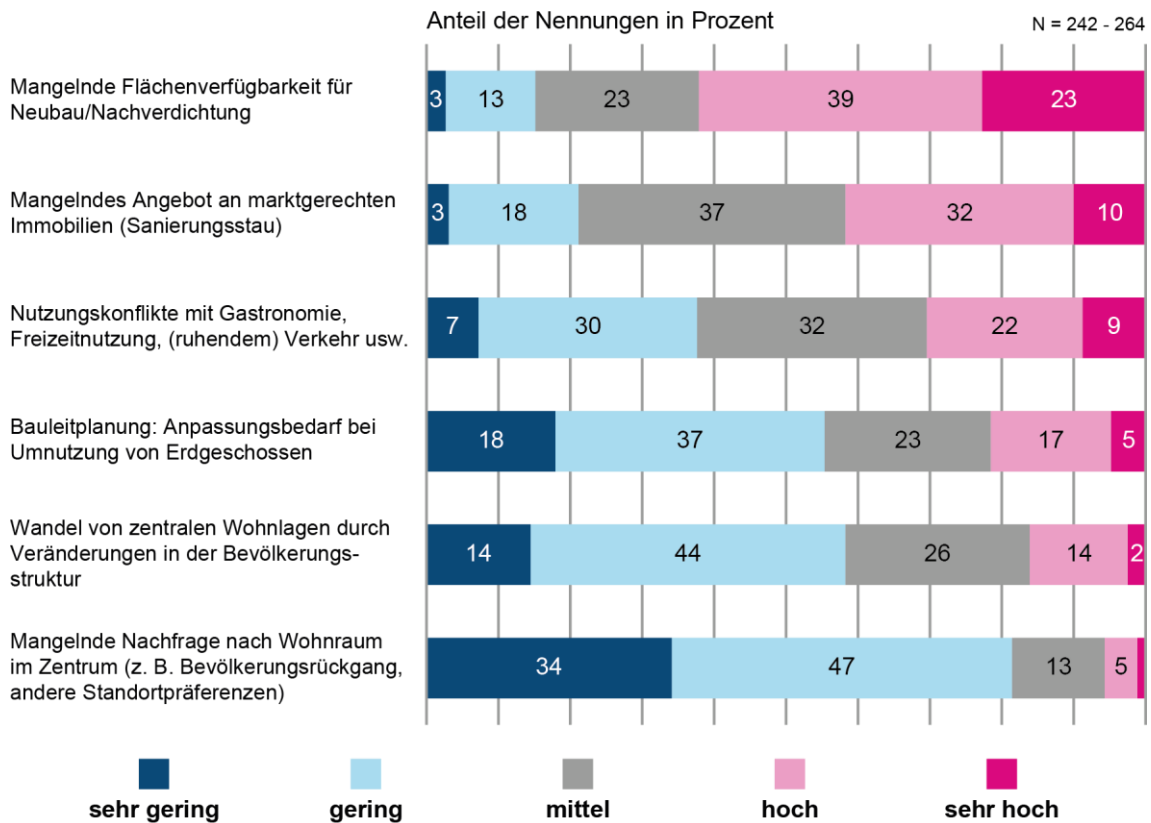
Rund vier von zehn Kommunen sehen in der mangelnden Flächenverfügbarkeit ein Hemmnis mit hoher Relevanz, fast ein weiteres Viertel stuft die Relevanz sogar als sehr hoch ein (vgl. Abbildung 10). Beim Themenbereich „Mangelndes Angebot an marktgerechten Immobilien“ entfallen 42 % der Antworten auf die beiden obersten Kategorien, die eine besondere Relevanz signalisieren. Bei möglichen Konflikten mit anderen Nutzungen wie Gastronomie, Freizeit, (ruhendem) Verkehr ergibt sich ein differenziertes Bild. Die Kategorien „hoch“ und „sehr hoch“ machen zusammen zwar 30 % der Antworten aus, ebenso häufig wurde die Relevanz der Nutzungskonflikte jedoch als mittel (32 %) oder gering (30 %) betrachtet.

Bei den Punkten, die als ergänzende Hinweise zu den Hemmnissen angeführt wurden, kommt zum Ausdruck, dass die Kommunen beim Erhalt und der Schaffung von Wohnraum in der Regel auf andere – zumeist privatwirtschaftliche – Akteure angewiesen sind. Eine größere Zahl an Rückmeldungen verweist auf das fehlende Interesse von Investoren und Eigentümern, insbesondere wenn es um öffentlich geförderten Wohnungsbau geht. Offensichtlich muss zudem berücksichtigt werden, dass in vielen Städten und Gemeinden das Zentrum weiterhin eine besondere Lage aufweist, die mit hohen Grundstückspreisen, hohen Erstellungskosten und hohen Mietvorstellungen einhergeht. In der Konsequenz hat das Wohnen in diesen Fällen nach den Mechanismen des Bodenmarktes das Nachsehen gegenüber anderen zahlungskräftigen Nutzungen. Darüber hinaus gibt es an dieser Stelle erneut Stimmen, die die Eignung von Wohnen als Nutzung im Zentrum kritisch ansprechen. Die Anmerkungen betreffen zum einen den zu erwartenden Beitrag zur Zentrenbildung („Verödung zentraler Einkaufslagen“ oder „keine sinnvolle Option“) und zum anderen die gegenwärtigen Qualitäten des betreffenden Zentrums als Wohnstandort („mangelnde Grünausstattung“ oder „fehlende Parkmöglichkeiten“).



Abbildung 10

**Inwieweit erschweren die folgenden Hemmnisse mögliche Bemühungen, Wohnraum in Ihrem Zentrum zu erhalten bzw. neu zu schaffen?**





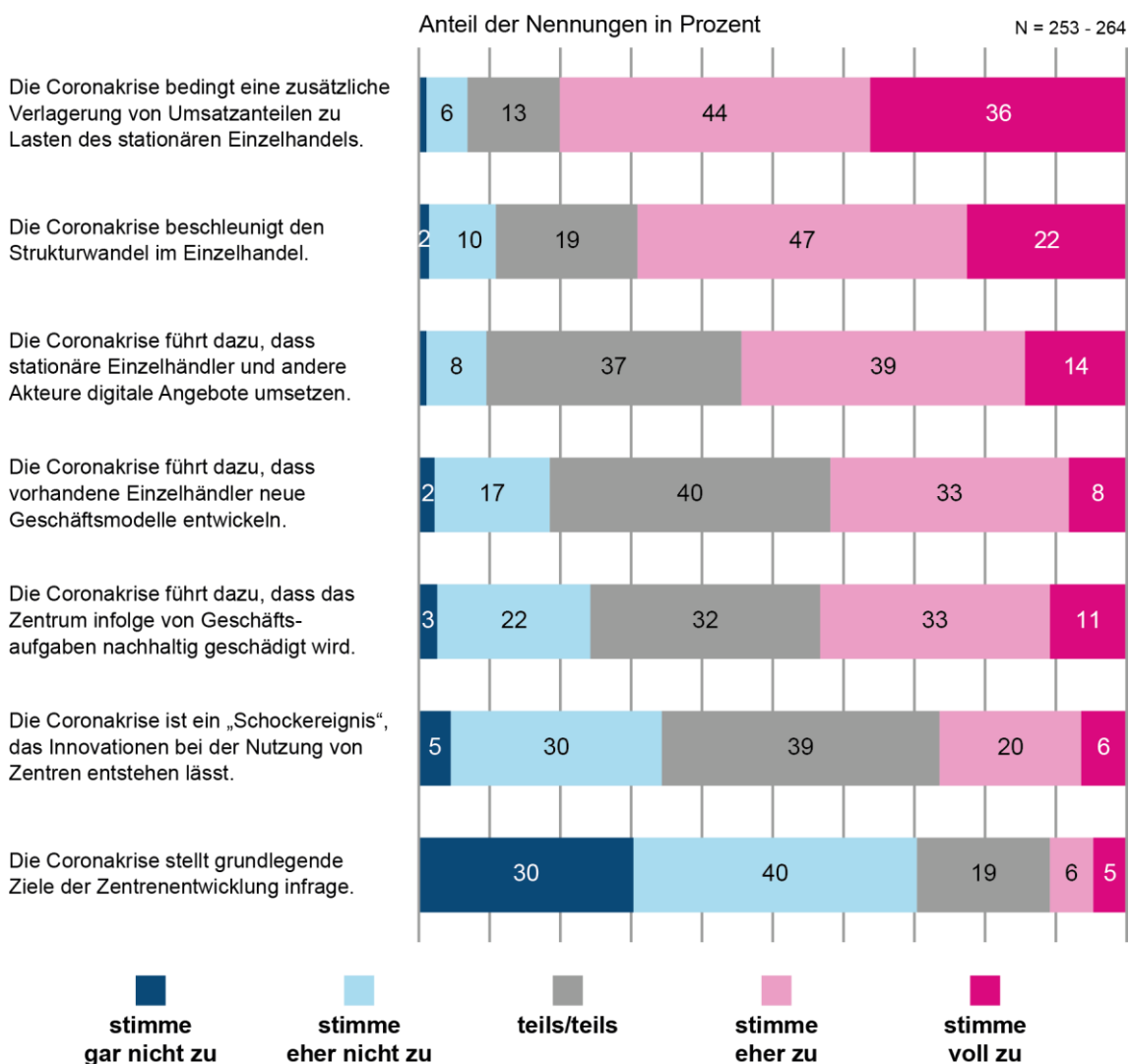
## 9. Spezial Coronakrise

Die Durchführung der Kommunalumfrage „Zentren“ im Sommer 2020 erfolgte unter dem Eindruck der außergewöhnlichen Einschnitte, die wenige Monate zuvor durch die Covid-19-Pandemie (Corona-Pandemie) ausgelöst wurden. Aus diesem Grund widmete sich der Fragebogen in einem gesonderten Abschnitt zur Coronakrise den Folgen, den Maßnahmen und dem besonderen Unterstützungsbedarf. Zu Beginn dieses thematischen Blocks sollten die Kommunen angeben, inwieweit sie sieben unterschiedlichen Aussagen zu den mittel- bis langfristigen Auswirkungen auf ihr Zentrum zustimmen.

Im Hinblick auf die Entwicklung von Zentren erscheinen die erwarteten Effekte der Corona-Pandemie ambivalent. Einerseits gehen viele Städte und Gemeinden davon aus, dass eine zusätzliche Verlagerung von Umsatzanteilen zu Lasten des stationären Einzelhandels erfolgt und der Strukturwandel im Einzelhandel eine Beschleunigung erfährt. Andererseits wird häufig der Aussage zugestimmt, dass stationäre Einzelhändler und andere Akteure digitale Angebote umsetzen. Und: Aus Sicht einer großen Mehrheit der Kommunen stellt die Coronakrise grundlegende Ziele der Zentrenentwicklung nicht infrage.

Abbildung 11

**Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu den mittel- bis langfristigen Auswirkungen der Coronakrise auf Ihr Zentrum zu?**







Die vorliegenden Einschätzungen aus den Städten und Gemeinden machen deutlich, dass die Coronakrise vermutlich zu einer wesentlichen Veränderung der Einzelhandelslandschaft in den Zentren beiträgt (vgl. Abbildung 11). So erfahren die Aussagen eine hohe Zustimmung (Anteil der Kategorien „stimme eher zu“ und „stimme voll zu“), wonach eine zusätzliche Verlagerung von Umsatzanteilen zu Lasten des stationären Einzelhandels (80 %), eine Beschleunigung des Strukturwandels im Einzelhandel (69 %) und eine nachhaltige Schädigung des Zentrums infolge von Geschäftsaufgaben (44 %) zu erwarten sind. Gleichzeitig kann die besondere Situation der Krise zumindest in Teilen als Impuls für eine Weiterentwicklung des (bislang) stationären Einzelhandels wirken. Mehr als die Hälfte der Städte und Gemeinden (53 %) stimmt der Aussage zu, dass stationäre Einzelhändler und andere Akteure aufgrund der Coronakrise digitale Angebote umsetzen. Darüber hinaus wird zumindest in einigen Fällen die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle durch vorhandene Einzelhändler erwartet; mit 40 % entfallen bei dieser Aussage die meisten Nennungen auf die Kategorie „teils/teils“. Im Hinblick auf die Entwicklung der Zentren ist trotz aller Veränderungen und Verwerfungen offenbar die Überzeugung vorherrschend, dass grundlegende Ziele wie städtebauliche Dichte, Mischung und Lebendigkeit weiterhin Bestand haben. Denn 70 % aller Kommunen äußern keine Zustimmung zu der Aussage, dass die Coronakrise solche Zielsetzungen infrage stellt. Allerdings schwingt bei den vorliegenden Einschätzungen wohl auch eine gewisse Unsicherheit mit: So entfallen bei dieser Aussage auch einige Stimmen auf die Kategorien „teils/teils“ (19 %), „stimme eher zu“ (6 %) und „stimme voll zu“ (5 %).

Neben den mittel- und langfristigen Auswirkungen waren die Maßnahmen, die von den Kommunen zur Bewältigung der Folgen der Coronakrise bereits ergriffen wurden bzw. geplant sind, Gegenstand der Kommunalumfrage. Durch den Einsatz einer offen gestellten Frage konnte ein aussagekräftiger Überblick über die Aktivitäten gewonnen werden.

Zahlreiche Kommunen haben ein Bündel an Maßnahmen ergriffen, um Handel und Gastronomie schnell zu unterstützen (Beispiel: Erleichterung von Sondernutzungen im öffentlichen Raum). Die Unterstützung des lokalen Handels bei der Digitalisierung ist ein Schwerpunkt bei den längerfristig ausgerichteten Ansätzen. Bei einem größeren Teil der lokalen Einzelhändler fehlen offenbar Ressourcen, Know-how und teilweise auch die notwendige Veränderungsbereitschaft, um den Schritt in das digitale Zeitalter alleine zu gehen. Einen weiteren Schwerpunkt der kommunalen Aktivitäten bilden Maßnahmen, die auf zusätzliche Besuchs- und Kaufanlässe in den Zentren abzielen.

Die Ausführungen und Erläuterungen der Kommunen lassen sich im Zuge der Analyse unterschiedlichen Themenbereichen zuordnen (vgl. Tabelle 4). Auf der einen Seite sind Maßnahmen zu finden, die akute Probleme des Einzelhandels oder der Gastronomie aufgreifen und sich unmittelbar umsetzen lassen. Sehr viele Städte und Gemeinden haben unbürokratisch Sondernutzungen im öffentlichen Raum zugelassen, damit gastronomische Betriebe (weitere) Außenflächen für ihre Gäste nutzen können. Zugleich wurden die für eine solche Nutzung eigentlich fälligen Gebühren häufig erlassen. Darüber hinaus haben viele Kommunen im Rahmen ihrer Möglichkeiten dafür gesorgt, dass die Unternehmen vor Ort in dieser besonderen Situation eine gewisse finanzielle Entlastung erfahren. Gewerbesteuern wurden gestundet oder herabgesetzt; teilweise wurde sogar ein eigenes kommunales Corona-Hilfsprogramm aufgelegt. Die ergriffenen Sofortmaßnahmen umfassen weiterhin Hilfestellungen, die zur Umsetzung der vorgegebenen bzw. empfohlenen Hygieneregeln beitragen sollen. Durch die Kommunen wurden Schutzmasken bereitgestellt oder Informationsmaterialien erstellt. In diesem Zusammenhang sind auch Aktivitäten zu nennen, die in den Bereich der Information und Beratung der Betriebe fallen. Hierbei geht es zum Beispiel darum, wie Einzelhandel und Gastronomie bestehende Finanzhilfen von Bund und Land beantragen und einsetzen können.



Tabelle 4  
Maßnahmen der Kommunen zur Bewältigung der Folgen der Coronakrise

Nennungen	Themenbereiche
sehr viele	Aktive Unterstützung des lokalen Handels bei der Digitalisierung
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuelle Beratungen durchführen und vermitteln</li> <li>• Workshops und Webinare anbieten</li> <li>• Plattform für Abhol- und Lieferdienste einrichten</li> <li>• Stadt-Apps und Online-Marktplätze einführen</li> <li>• Digitalisierungskonzepte erstellen und Diskussionen anstoßen</li> </ul>
	Erleichterung von Sondernutzungen im öffentlichen Raum
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sondernutzungsflächen für Außengastronomie (unkompliziert) erweitern</li> <li>• Gebühren für Sondernutzungen erlassen</li> </ul>
viele	Information und Beratung der Betriebe
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationen über Schutzmaßnahmen und Finanzhilfen aufbereiten und verbreiten</li> <li>• Beratungsangebote (Hotline, Newsletter, persönliche Ansprache) einrichten</li> </ul>
	Schaffung von Besuchs- und Kaufanreizen
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zusätzliche Open-Air-Angebote (Kultur, Autokino, Gastro-Meile usw.) organisieren</li> <li>• Kosten für An- und Abreise (teilweise) übernehmen (Parken, ÖPNV-Ticket usw.)</li> <li>• Einkaufsgutscheine für lokalen Handel auflegen</li> </ul>
	Unterstützung durch (Innen-)Stadtmarketing
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing- und Werbemaßnahmen verstärken</li> <li>• Kampagne für lokales Einkaufen starten</li> </ul>
	Finanzielle Entlastung von Einzelhandel und Gastronomie
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gewerbesteuern stunden bzw. herabsetzen</li> <li>• Kommunales Corona-Hilfsprogramm (Stärkungs-/Solidaritätsfonds) auflegen</li> <li>• Mieten bei kommunalen Immobilien aussetzen bzw. mindern</li> </ul>
einige	Strategische Weiterentwicklung des Zentrums
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelhandels- und Zentrenkonzepte, Zwischennutzungskonzepte usw. erarbeiten</li> <li>• Neugestaltung des Zentrums und Aufwertung des öffentlichen Raums umsetzen</li> <li>• Antrag für das „Sofortprogramm Innenstadt 2020“ vorbereiten</li> <li>• Steuerung der Einzelhandelsentwicklung konsequent betreiben</li> </ul>
	Moderation, Vernetzung und Management
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akteure der (Innen-)Stadtentwicklung vernetzen</li> <li>• Vermittlung bei Konflikten anbieten (u. a. Vermieter/Mieter)</li> <li>• Zentren-/Quartiersmanagement etablieren</li> </ul>
	Hilfestellungen bei Schutzmaßnahmen
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationsmaterialien erstellen (Broschüren, Plakate, Banner usw.)</li> <li>• Schutzmasken bereitstellen</li> <li>• Hilfsmittel zur Gäste-Erfassung zur Verfügung stellen (per App oder Liste)</li> </ul>



Auf der anderen Seite gibt es mehrere Themenbereiche, die über die aktuelle Situation der Corona-Pandemie hinaus grundlegende Fragen der Zentrenentwicklung berühren. Die von den Kommunen ergriffenen Maßnahmen sind dazu geeignet, auch mittel- und langfristig eine Wirkung zu entfalten. Sehr viele Städte und Gemeinden haben offensichtlich ihre Bemühungen intensiviert, den lokalen Einzelhandel bei der Digitalisierung aktiv zu unterstützen. Besonders auffällig sind hierbei die zahlreichen Beispiele aus kleineren und größeren Kommunen für online-basierte Abhol- und Lieferdienste, an denen sich Betriebe unterschiedlicher Branchen und Größen beteiligen. Diese Initiativen haben auch zu einem neuen Boom bei lokalen Online-Plattformen geführt, wobei sich die entwickelten Lösungen im Hinblick auf Umfang und Ausgestaltung der Angebote erheblich unterscheiden. Interessant ist die auch von den Kommunen in einzelnen Anmerkungen kritisch angesprochene Frage, inwieweit und unter welchen Bedingungen es gelingt, solche Aktivitäten auf Dauer erfolgreich zu betreiben und unter den beteiligten Akteuren für die dafür notwendige Mitwirkungsbereitschaft zu sorgen. Unter den zahlreichen Nennungen zum Thema Digitalisierung fallen weiterhin Ansätze auf, die verschiedene Maßnahmen miteinander verknüpfen und in einen inhaltlich umfassenderen Diskussions- und Beteiligungsprozess einbetten (Stichwort „Digitalisierungskonzept“). Gerade für kleinere und mittlere Kommunen können hierbei regionale Ansätze einen besonderen Mehrwert bringen, worauf etwa das in den Rückmeldungen als Beispiel angeführte Pilotprojekt City Lab Südwestfalen abzielt.

Ein weiterer wichtiger Themenbereich umfasst die Maßnahmen zur Schaffung von zusätzlichen Besuchs- und Kaufanreizen. Dazu zählen vielfältige Open-Air-Angebote, die kurzfristig in den Städten und Gemeinden organisiert worden sind: Es wurden Auto-Kinos wiederentdeckt, Durchgangsstraßen temporär als Gastro-Meile genutzt oder Marktplätze in einen Strand verwandelt. Mehrere Kommunen berichten davon, dass sie eine Reihe mit Kultur- und Freizeitveranstaltungen unter freiem Himmel aufgelegt haben. Um Besucherinnen und Besucher in die Zentren zu locken, wurden zudem die Parkgebühr erlassen oder an Aktionstagen das ÖPNV-Ticket erstattet. Mehrere Städte und Gemeinden haben subventionierte Einkaufsgutscheine aufgelegt, um den Einzelhandel vor Ort zu stärken. Vielerorts wurden allgemein die Marketing- und Werbemaßnahmen intensiviert, etwa indem Kampagnen für das lokale Einkaufen gestartet wurden. Insgesamt deutet sich bei den vorgebrachten Antworten aus diesem Themenbereich an, dass der mit den Aktivitäten verbundene Ideenreichtum dazu geeignet ist, über die unmittelbare Krisensituation der Corona-Pandemie hinaus als Impuls für die Zentrenentwicklung zu wirken.

Schließlich wurden von den Kommunen einige Punkte angeführt, die einen eher strategischen Charakter aufweisen und zur Stärkung und Neugestaltung des Zentrums beitragen sollen. Hierzu gehören einerseits die Erarbeitung von konzeptionellen Grundlagen und die Umsetzung zentraler Entwicklungsprojekte. Andererseits werden Aktivitäten angesprochen, die der Vernetzung von Akteuren und der Bildung von Allianzen im Sinne eines Zentren- bzw. Quartiersmanagements dienen.



## 10. Unterstützungs- und Veränderungsbedarfe

Im abschließenden Abschnitt des Fragebogens stand die Frage im Mittelpunkt, wie die Städte und Gemeinden angesichts der bestehenden Herausforderungen bei der Zentrenentwicklung unterstützt werden können. Über zwei offen gestellte Fragen bestand die Möglichkeit, aus kommunaler Sicht Hinweise und Anregungen zu Unterstützungsbedarfen durch die Bundes- und/oder Landesregierung allgemein und insbesondere aus dem Bereich Städtebau/Stadtentwicklung zu formulieren.

Städtebauförderung und „Sofortprogramm Innenstadt 2020“ werden von den Kommunen positiv gewürdigt. Gleichzeitig wird die Hoffnung geäußert, dass es zu einer Erhöhung bzw. einer Verstärkung der Förderung kommt. Außerdem besteht unter den Kommunen der weit verbreitete Wunsch nach einer Flexibilisierung und Vereinfachung der Förderprogramme. Neben vielen Anregungen zur inhaltlichen und organisatorischen Weiterentwicklung der Programme werden insbesondere Unterstützungsbedarfe bei Lösungen für Leerstände und Problemimmobilien, bei der Mobilisierung von privaten Akteuren und bei der Verbesserung von kommunalen Handlungsmöglichkeiten gesehen. Zudem sind die Sicherung der Wissensgrundlage und die Stärkung der Innovationskraft in den Kommunen ein zentrales Anliegen, das in den Rückmeldungen zum Ausdruck kommt.

Auf die Frage nach Unterstützungsbedarfen haben viele Kommunen kurz und knapp mit dem Wunsch nach Förderung als Antwort reagiert. Unter Hinweis auf die bestehenden Herausforderungen wird die Hoffnung geäußert, dass der Umfang der Städtebauförderung mindestens erhalten bleibt, besser aber weiter erhöht wird. Unabhängig hiervon weisen einige Städte und Gemeinden darauf hin, dass die finanzielle Ausstattung von finanzschwachen Kommunen grundsätzlich verbessert werden sollte. Neben solchen eher allgemeinen Anmerkungen gibt es sehr viele Nennungen, mit denen sich die Kommunen im Hinblick auf die inhaltliche Weiterentwicklung von Förderprogrammen für die verstärkte Förderung bestimmter Themenfelder aussprechen. Zuallererst werden hierbei Schlagworte rund um das Thema „Mobilität“ angesprochen. Die Erneuerung und der Umbau der bestehenden Verkehrsinfrastruktur, verbunden mit der Förderung der Nahmobilität werden als zentrale Aufgabenstellungen betrachtet. Ein weiterer thematischer Komplex, dem eine größere Anzahl an Nennungen zugeordnet werden kann, betrifft die Aufwertung des öffentlichen Raums, die Stadtgestaltung und die Bestandserneuerung. Hinzu kommt etwa eine Handvoll weiterer Themenfelder, die als inhaltliche Schwerpunkte bei der zukünftigen Zentrenentwicklung angesehen werden (vgl. Tabelle 5).

Zudem sind sehr viele Nennungen mit der Forderung verbunden, dass Programme wie die Städtebauförderung flexibilisiert und vereinfacht werden. Unter Hinweis auf die verschiedenen Phasen von der Antragstellung über den Mittelabruf bis zum Verwendungsnachweis wird eine Entbürokratisierung gewünscht. Es wird eine Kultur des Vertrauens zwischen den beteiligten Akteuren eingefordert. Die Kommunen sollten nicht primär darauf achten müssen, auf keinen Fall formale Fehler im Förderverfahren zu machen, sondern sich darauf konzentrieren können, Top-Ergebnisse entsprechend der gemeinsamen Förderziele zu erzielen. Angesichts der wahrgenommenen Komplexität werden Hilfestellungen bei Beantragung und Umsetzung von Fördermaßnahmen erbeten. Insbesondere kleinere Kommunen wünschen sich niederschwellige Förderangebote, die einen unkomplizierten Zugang ermöglichen („kein Förderdschungel“). Diesbezüglich erhofft man sich auch Unterstützung bei der Frage, welche Angebote von unterschiedlichen Fördermittelgebern bei einer Querschnittsaufgabe wie der Zentrenentwicklung sinnvoll eingesetzt und miteinander kombiniert werden können (u. a. Digitalisierung und Stadtentwicklung). Weiterhin wird wiederholt die Anregung vorgebracht, im Rahmen der Städtebauförderung die Umsetzung kleinerer Maßnahmen auch ohne die Erarbeitung eines umfangreichen Konzepts zu ermöglichen.



Tabelle 5

Unterstützungsbedarfe durch Bundes- und/oder Landesregierung aus Sicht der Kommunen

Nennungen	Themenbereiche
<p><b>sehr viele</b></p>	<p>Flexibilisierung und Vereinfachung von Förderprogrammen</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Förderprogramme entbürokratisieren (Antrag, Mittelabruf, Nachweis)</li> <li>• Hilfestellungen bei Beantragung und Umsetzung gewähren</li> <li>• Verwendung von Mitteln flexibilisieren (Modell „Verfügungsfonds“)</li> <li>• Unkomplizierte Förderung kleinerer Maßnahmen (ohne Gesamtkonzept) ermöglichen</li> <li>• Zugang zu Förderprogrammen erleichtern („kein Förderdschungel“)</li> <li>• Antrags- und Bewilligungsverfahren beschleunigen</li> <li>• Vergabe von öffentlichen Aufträgen vereinfachen</li> </ul>
	<p>Förderung von Schwerpunktthemen</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobilitätskonzepte, Nahmobilität, Mobilitätswende, Parkraum</li> <li>• Öffentlicher Raum, Stadtgestaltung, Bestandserneuerung</li> <li>• Wohnungen, Wohnumfeld, Grünflächen</li> <li>• Existenzgründungen, Start-ups, Innovative Ladenlokale</li> <li>• Klimaschutz, Innenentwicklung</li> <li>• Freizeit-, Kultur- und Bildungsangebote</li> <li>• Soziales Miteinander (Gemeinschaft, Integration, Ehrenamt)</li> </ul>
<p><b>viele</b></p>	<p>Fortsetzung der Förderung und finanzielle Stärkung der Kommunen</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umfang der Förderung erhalten bzw. erhöhen</li> <li>• Städtebauförderung fortsetzen und Sofortprogramm verstetigen</li> <li>• Finanzielle Ausstattung der (finanzschwachen) Kommunen verbessern</li> </ul>
	<p>Weiterentwicklung der Förderprogramme</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigenanteil der Kommunen (dauerhaft) übernehmen bzw. reduzieren</li> <li>• Förderung von Personalkosten ermöglichen</li> <li>• Förderung experimenteller und kreativer Ansätze forcieren</li> <li>• Kommunen bei entstehenden Folgekosten von Maßnahmen unterstützen</li> <li>• Programme verstetigen und mehrere Abgabefristen vorsehen</li> <li>• Neue Förderprogramme für neue Herausforderungen auflegen</li> <li>• Bedürfnisse ländlicher Kommunen stärker berücksichtigen</li> </ul>
	<p>Lösungen für Leerstände und Problemimmobilien</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maßnahmen des (digitalen) Leerstandsmanagements fördern</li> <li>• Leerstände durch präventive Unterstützung (von privaten Akteuren) vermeiden</li> <li>• Instrumente zur Dämpfung von Mietpreisen entwickeln</li> <li>• Zwischennutzungen ermöglichen und unterstützen</li> <li>• Marktgerechte Qualifizierung von Einzelhandelsflächen fördern</li> <li>• Umnutzung von Ladenlokalen unterstützen („Umnutzungspauschale“)</li> <li>• Instrumente zum Umgang mit Problemimmobilien schärfen und Anwendung vereinfachen</li> <li>• Abriss von besonderen Problemimmobilien („Schrottimmobilien“) finanziell unterstützen</li> </ul>





	Mobilisierung von privaten Akteuren
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bestehende Programme für private Akteure attraktiver machen (Quoten und Aufwand)</li> <li>• Direkte Förderung von privaten Akteuren vorsehen</li> <li>• Steuerliche Anreize für das Engagement von privaten Akteuren schaffen</li> <li>• Nicht-Entwicklung und Nicht-Nutzung steuerlich belasten</li> <li>• Ausgleichsbeiträge bei der Durchführung von Maßnahmen reduzieren</li> <li>• Zentren-Management fördern (inklusive Personalkosten)</li> </ul>
	Sicherung der Wissensgrundlage und Stärkung der Innovationskraft
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Best-Practice-Beispiele anschaulich aufbereiten</li> <li>• Modellprojekte und Reallabore initiieren</li> <li>• Austausch und Vernetzung unterstützen</li> <li>• Fachliche Unterstützung bieten (Beratungsangebote, Fortbildungen, Planungshilfen)</li> </ul>
einige	Verbesserung der kommunalen Handlungsmöglichkeiten
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (Zwischen-)Erwerb bzw. Anmietung durch Kommunen finanziell unterstützen</li> <li>• Kommunale Zugriffsmöglichkeiten auf (Schlüssel-)Immobilien verbessern</li> </ul>
	Unterstützung bei der Digitalisierung
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maßnahmen zur Digitalisierung einzelner Unternehmen unterstützen</li> <li>• Gemeinschaftliche digitale Angebote fördern (Portale, Stadt-Apps usw.)</li> <li>• Kommunale Digitalisierungskonzepte fördern</li> <li>• Digitale Infrastruktur ausbauen (Breitband, WLAN-Netze)</li> </ul>

Bei der Weiterentwicklung der Förderprogramme stehen insbesondere zwei Wünsche der Kommunen im Mittelpunkt. Erstens geht es um den kommunalen Eigenanteil bei Förderprogrammen. Es wird die Hoffnung geäußert, dass die Übernahme dieses Beitrages bei der Städtebauförderung durch das Land Nordrhein-Westfalen über das Jahr 2020 hinaus verlängert werden kann. Ebenso wird gefordert, den kommunalen Eigenanteil dauerhaft zu streichen oder zumindest zu reduzieren. Zweitens wird immer wieder angeregt, bei der Förderung auch die Übernahme von Personalmitteln zu ermöglichen. Weiterhin gibt es einige Nennungen, die zwei unterschiedliche Stoßrichtungen aufweisen: Auf der einen Seite wird eine Verstetigung und eine Kontinuität bei den Förderprogrammen erwartet, die zur Übersichtlichkeit bei der Förderlandschaft und zur Entwicklung von Routinen beitragen können. Auf der anderen Seite wird es begrüßt, wenn durch neue Programme aktuelle Herausforderungen aufgegriffen und neue Impulse gesetzt werden. Hierzu passt das Anliegen, dass die Förderung verstärkt auf experimentelle und kreative Ansätze ausgerichtet wird – die auch die Möglichkeit eines Scheiterns zulassen.

Mit ihren Hinweisen und Anregungen bringen die Städte und Gemeinden auch zum Ausdruck, dass die erfolgreiche Entwicklung der Zentren nicht alleine eine Frage des notwendigen Geldes ist. Vielmehr handelt es sich um eine komplexe und anspruchsvolle Aufgabe, die jenseits von Routinen und Gewissheiten viele kreative Lösungen erfordert. Aus diesem Grund wird der Sicherung der Wissensgrundlage und der Stärkung der Innovationskraft in den Kommunen eine hohe Bedeutung eingeräumt. Modellprojekte und Reallabore werden als wichtig erachtet, um neue Ansätze zu entwickeln und auszuprobieren. Austausch und Vernetzung werden ebenso gewünscht wie die anschauliche Aufbereitung von guten Beispielen, die Ideen für die eigene Zentrenentwicklung liefern können (vgl. Abbildung 12). Auf der Wunschliste stehen weiterhin Beratungsangebote zu spezifischen Fachfragen



Abbildung 12

**Unterstützungsbedarfe: exemplarische Beispiele für die Hinweise aus den Kommunen**

Förderung von Schwerpunktthemen	Mobilisierung von privaten Akteuren
„Fördermittel zur Stärkung der Wohnfunktion, von Wegen ins Grüne/Stadtoasen und der Wohnumfeldverbesserung.“	„Im Sinne einer zukunftsfähigen, gemeinschaftlichen Stadtentwicklung könnten veränderte Strukturen - z. B. für Crowdfunding-Projekte - neue und erweiterte Möglichkeiten darstellen.“
Weiterentwicklung der Förderprogramme	Sicherung der Wissensgrundlage und Stärkung der Innovationskraft
„Land/Bund: Innovationstopf zum individuellen Ausprobieren neuer Ideen. (Topf sollte den Kommunen zur Verfügung gestellt werden).“	„Sammlung und Veröffentlichung von Best-Practice-Beispielen, wo andere Kommunen es schafften, ihre Zentren attraktiv zu halten oder wieder neu zu beleben.“
Sicherung der Wissensgrundlage und Stärkung der Innovationskraft	Verbesserung der kommunalen Handlungsmöglichkeiten
„In Phasen der umfassenden Transformation fällt es schwer, die richtigen Instrumente und Motoren der zukünftigen Entwicklung zu identifizieren. Daher wären Reallabore, unorthodoxe Versuchsfelder und trial and error wichtig.“	„Es sollte die Möglichkeit von kommunalen Immobilienfonds geben und diese finanziell unterstützt werden. Der Ankauf von Schlüsselimmobilien und deren gezielte Neu- bzw. Umnutzung und die anschließende Weitergabe an Dritte wird aktuell immer wichtiger.“
Mobilisierung von privaten Akteuren	Weiterentwicklung der Förderprogramme
„Städtebauliche Maßnahmen sind eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung zur Modernisierung der Zentren. Man benötigt verstärkt Mittel zum Management der City.“	„Abgestimmte Förderprogramme, die Maßnahmen der Digitalisierung und Städtebauförderung enger verzahnen (Regionale 2025 Südwestfalen).“
Förderung von Schwerpunktthemen	Lösungen für Leerstände und Problemimmobilien
„Verstärkte Förderung der Erneuerung der Verkehrsinfrastruktur (z. B. verkehrsberuhigte Geschäftsbereiche), insbesondere zur Förderung der Nahmobilität.“	„Unterstützung (finanzielle oder durch Beratung) für Eigentümer zur Umnutzung von ehemaligen Handelsobjekten/Ladenlokalen.“

(Stichwort „Expertenpool“), kostenlose Fortbildungsprogramme für Kommunen und Planungshilfen für die Praxis. Gerade kleinere Kommunen machen deutlich, dass es häufig an Personal, Wissen und Zeit fehlt, um sich um umfangreiche Themen zu kümmern.

Leerstehende Ladenlokale und vernachlässigte Immobilien sind sichtbare Symptome für die Krise von Zentren. Folgerichtig gibt es viele Nennungen, die sich auf diesen Themenbereich beziehen. Die in den Blick genommenen Maßnahmen unterscheiden sich danach,



welche Stufe in der Abwärtsentwicklung erreicht ist, welche Perspektiven für Veränderungen bestehen und welche Akteure angesprochen werden sollen. Zudem ist die allgemeine Marktlage in den Kommunen entscheidend, die sich einerseits in der Investitionsbereitschaft und andererseits in der Renditeerwartung privater Akteure niederschlägt. Getreu dem Motto „Der beste Leerstand ist der, der gar nicht entsteht“ werden präventive Maßnahmen als wichtig erachtet, die auf die Unterstützung von noch vorhandenen Mieterinnen und Mietern setzen. Bei einem bereits bestehenden Leerstand scheint die Weiternutzung als Ladenlokal teilweise daran zu scheitern, dass die Flächen nicht mehr modernen Anforderungen hinsichtlich Größe, Zuschnitt und Zustand entsprechen. Daher wird von den Städten und Gemeinden angeregt, die Qualifizierung solcher Einzelhandelsflächen durch geeignete Unterstützungsmaßnahmen anzustoßen. Sofern keine realistische Perspektive für eine weitere Einzelhandelsnutzung besteht, werden Hilfestellungen (Investitionshilfen und Beratungsangebote) für den Rückbau bzw. die Umnutzung gewünscht. Hierbei wird schlagwortartig auf die Idee einer „Umnutzungspauschale“ hingewiesen. Ein zentrales Hemmnis für einen Nutzungswandel in den Zentren besteht offensichtlich in der Lücke, die gegenwärtig vielerorts zwischen der Renditeerwartung auf der Angebotsseite und der Zahlungsbereitschaft auf der Nachfrageseite zutage tritt. An dieser Stelle wird mehrfach Bezug auf den Verfügungsfonds Anmietung aus dem „Sofortprogramm Innenstadt 2020“ genommen. Es wird gefordert, dieses Instrument beizubehalten und weiterzuentwickeln, indem zum Beispiel mittelfristig die Rolle der Kommune als „Zwischenmakler“ zurückgefahren wird. Am Ende der Eskalationsstufe steht schließlich der Umgang mit und die Beseitigung von besonderen Problemimmobilien („Schrottimmobilien“). Diesbezüglich bringen die Städte und Gemeinden mit ihren Nennungen zum Ausdruck, dass weiterhin Bedarf an Austausch, Beratung und Fördermitteln besteht.

Über den Themenbereich „Lösungen für Leerstände und Problemimmobilien“ hinaus wird in vielen Hinweisen und Anregungen die Notwendigkeit herausgestellt, für eine erfolgreiche Zentrenentwicklung private Akteure zu mobilisieren und kommunale Handlungsmöglichkeiten zu verbessern. Mehr Mittel für eine direkte Förderung, höhere Förderquoten, einfachere Antragsverfahren und steuerliche Anreize stellen aus Sicht der Kommunen mögliche Maßnahmen dar, um Förderprogramme auch für Unternehmen und Privathaushalte attraktiver zu machen. Ebenso wird die Option ins Spiel gebracht, über steuerliche Belastungen Nicht-Entwicklung und Nicht-Nutzung von Immobilien zu unterbinden. Gleichzeitig suchen die Städte und Gemeinden nach Möglichkeiten, selbst wirtschaftlich tätig zu werden und Impulse für die Zentrenentwicklung zu setzen, insbesondere wenn private Akteure nicht aktiv werden. Es wird zum Beispiel als sinnvoll erachtet, mit finanzieller Unterstützung durch die Bundes- und Landesregierung kommunale Immobilienfonds einzurichten. Bei solchen Hinweisen findet der im „Sofortprogramm Innenstadt 2020“ vorgesehene Zwischenerwerb von Einzelhandelsimmobilien viel Zustimmung, wird jedoch im Hinblick auf die Rolle der Kommunen bei der Umgestaltung von Zentren teilweise noch einen Schritt weitergedacht. Zudem umfassen die Antworten einige eher allgemein gehaltene Forderungen, die Zugriffsrechte von Kommunen auf besonders bedeutsame Immobilien zu verbessern oder die Mitwirkung von privaten Akteuren herbeiführen zu können (u. a. Hinweis auf städtebauliche Gebote).

Neben der Abfrage von Unterstützungsbedarfen wurde im abschließenden Fragebogenabschnitt danach gefragt, inwieweit aus Sicht der Kommunen Veränderungen an Bundes- und/oder Landesgesetzen vorgenommen werden sollten. Auch an dieser Stelle konnten Hinweise und Anregungen zu einer offen gestellten Frage ohne vorgegebene Antwortkategorien vorgebracht werden.



Tabelle 6  
 Veränderungsbedarfe an Bundes- und/oder Landesgesetzen aus Sicht der Kommunen

Nennungen	Themenbereiche
<b>sehr viele</b>	Ladenöffnungszeiten/Sonntagsöffnungen
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umsetzung verkaufsoffener Sonntage erleichtern (mehr Spielraum)</li> <li>• Rechtssicherheit bei Sonntagsöffnungen schaffen</li> </ul>
	Kommunale Handlungsmöglichkeiten
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anwendung städtebaulicher Gebote erleichtern (§§ 175 ff. BauGB)</li> <li>• Vorkaufsrechte (§§ 24 ff. BauGB) stärken und erweitern</li> <li>• Städtebauliche Entwicklungsmaßnahmen (§§ 165 ff. BauGB) handhabbar machen</li> <li>• Pflicht zur Mitwirkung im Sinne des Gemeinwohls (über Satzungen) vorsehen</li> <li>• Aktive Boden- und Liegenschaftspolitik unterstützen (Hinweis auf Baulandkommission)</li> </ul>
<b>viele</b>	Nutzungsmischung und Nutzungskonflikte
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prinzip der Nutzungstrennung weiter zurücknehmen</li> <li>• Zulässigkeit von Wohnen in Kerngebieten (§ 7 BauNVO) erweitern</li> <li>• Standards beim Lärmschutz für integrierte Zentren neu betrachten</li> <li>• Vorgaben der TA Lärm insbesondere für (Außen-)Gastronomie lockern</li> </ul>
	Steuerung der Einzelhandelsentwicklung
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schutz der Zentren gegenüber nicht-integrierten Standorten sicherstellen</li> <li>• Anwendung des Steuerungsinstrumentariums vereinfachen</li> <li>• Feinsteuerung der Einzelhandelsentwicklung ohne Bauleitplanung ermöglichen</li> <li>• Berücksichtigung der individuellen Gegebenheiten ermöglichen</li> <li>• Grenze zur Großflächigkeit anheben, Restriktionen insgesamt verringern</li> <li>• Instrumente auf die Schnellebigkeit des Einzelhandels ausrichten</li> <li>• Einzelhandelserlass NRW aktualisieren</li> </ul>
<b>einige</b>	Berücksichtigung des Denkmalschutzes
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Denkmalschutz zugunsten einer aktiven Nutzung auslegen bzw. lockern</li> </ul>
	Erleichterung von Nutzungsänderungen
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzungsänderungen (in integrierten Zentren) planungsrechtlich erleichtern</li> <li>• Baumaßnahmen im Bestand erleichtern</li> <li>• Befristete Aussetzung eines Bebauungsplans ermöglichen</li> <li>• Bauaufsichtliche Genehmigung von Zwischennutzungen beschleunigen</li> </ul>
	Regelungen für Vergnügungsstätten
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrumente zur Steuerung von Vergnügungsstätten weiterentwickeln</li> </ul>
	„Chancengleichheit“ zwischen Online- und Offlinehandel
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Onlinehandel besteuern (Digitalsteuer)</li> <li>• Kostenfreie Retouren und Sonntagsarbeit im Onlinehandel einschränken</li> </ul>



Die Städte und Gemeinden nehmen Bezug auf bestehende Regelungen aus dem Baugesetzbuch und der Baunutzungsverordnung und wünschen sich vor allem, dass die Voraussetzungen für mehr kommunale Handlungsmöglichkeiten und mehr Nutzungsmischung verbessert werden. Es werden aber auch gesetzliche Vorgaben jenseits des Bau- und Planungsrechts angesprochen, indem zum Beispiel mehr Spielraum sowie Rechtssicherheit beim Thema Sonntagsöffnungen im Einzelhandel gefordert werden.

Die Anzahl der Nennungen macht deutlich, dass das Thema der Sonntagsöffnungen im Einzelhandel in sehr vielen Kommunen aktuell und relevant ist. Nach den vorliegenden Rückmeldungen werden gegenüber den geltenden Regelungen des Ladenöffnungsgesetzes (LÖG NRW) noch mehr Spielraum und insbesondere Rechtssicherheit gewünscht. Dahinter steht offensichtlich die Überlegung, dass die Nachteile des stationären Einzelhandels in den Zentren gegenüber der Konkurrenz im Internet ein Stück weit aufgehoben werden sollten. Der Aspekt der „Chancengleichheit“ zwischen Online- und Offlinehandel wird auch bei einzelnen anderen Rückmeldungen thematisiert. In diesen Beiträgen wird sich dafür ausgesprochen, den Onlinehandel mit einer Digitalsteuer zu belegen oder kostenfreie Retouren und Sonntagsarbeit im Onlinehandel einzuschränken.

Weiterhin wird mit sehr vielen Nennungen auf konkrete Instrumente aus dem Baugesetzbuch eingegangen. Hierzu gehören Vorkaufsrechte (§§ 24 ff. BauGB), städtebauliche Gebote (§§ 175 ff. BauGB) oder städtebauliche Entwicklungsmaßnahmen (§§ 165 ff. BauGB). Sie bieten nach den eingegangenen Erläuterungen eigentlich die notwendige Grundlage, um kommunale Handlungsmöglichkeiten im Sinne einer aktiven Boden- und Liegenschaftspolitik zu eröffnen. Allerdings müssten die Regelungen teilweise erweitert und insbesondere ihre Anwendung erleichtert werden. In diesem Zusammenhang wird mehrfach auf die Empfehlungen der Kommission „Nachhaltige Baulandmobilisierung und Bodenpolitik“ (Baulandkommission) und das im Entwurf vorliegende Gesetz zur Mobilisierung von Bauland (Baulandmobilisierungsgesetz) hingewiesen (u. a. Vorkaufsrecht bei „Schrottimobilien“). Ein weiterer Schwerpunkt bei den angesprochenen Veränderungsbedarfen zur Stärkung der Zentren ist der Themenbereich „Nutzungsmischung und Nutzungskonflikte“. Es wird eine Novellierung der Baunutzungsverordnung angeregt, um das Prinzip der Nutzungstrennung in den Regelungen über bislang erfolgte Schritte hinaus zurückzunehmen. So besteht zum Beispiel der Wunsch, die Zulässigkeit von Wohnen in Kerngebieten zu erweitern. Gleichzeitig ist es nach Einschätzung vieler Kommunen wichtig, Standards beim Lärmschutz mit Blick auf die gewünschte Nutzungsmischung und Lebendigkeit in Zentren neu zu betrachten und bestehende Vorgaben in bestimmten Punkten zu lockern.

Eine große Bandbreite weisen die Rückmeldungen auf, die den Themenbereich „Steuerung der Einzelhandelsentwicklung“ betreffen. Auf der einen Seite wird mehrfach zu einer konsequenten Anwendung des bestehenden Instrumentariums aufgerufen, auf der anderen Seite werden die vorhandenen Regelungen teilweise als hinderliche Restriktionen wahrgenommen. In den einzelnen Äußerungen werden Anpassungen angeregt, die auf unterschiedliche Zielsetzungen ausgerichtet sind: Es geht um eine einfachere Anwendung, mehr Entscheidungsspielraum oder eine zeitgemäße Weiterentwicklung. Mehrfach wird hierbei der Wunsch geäußert, den Einzelhandelserlass NRW zu aktualisieren.





## Anhang mit Datentabellen



Tabelle A-1

Nehmen Sie eine spontane Einschätzung vor:  
Die Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit dem Zentrum in Ihrer Kommune ist ...

	Anzahl (N): Auswertbare Angaben	sehr gering	gering	mittel	hoch	sehr hoch
<b>Alle Städte und Gemeinden</b>	264	0 %	7 %	30 %	51 %	13 %
davon:						
Große und kleinere Großstädte	25	0 %	8 %	32 %	40 %	20 %
Größere Mittelstadt	40	0 %	5 %	28 %	50 %	18 %
Kleinere Mittelstadt	92	0 %	8 %	31 %	52 %	10 %
Größere Kleinstadt	80	0 %	9 %	29 %	53 %	10 %
Kleinere Kleinstadt bzw. Landgemeinde	25	0 %	4 %	32 %	52 %	12 %
davon:						
Oberzentrum	13	0 %	0 %	31 %	38 %	31 %
Mittelzentrum	139	0 %	7 %	30 %	51 %	12 %
Grundzentrum	110	0 %	8 %	30 %	52 %	10 %
davon:						
nicht ländlich	163	0 %	7 %	32 %	49 %	12 %
eher ländlich	75	0 %	9 %	25 %	52 %	13 %
sehr ländlich	24	0 %	4 %	33 %	54 %	8 %



Tabelle A-2

Wenn Sie auf die letzten Jahre zurückblicken:  
Wie hat sich die Attraktivität Ihres Zentrums für die Bevölkerung in den vergangenen zehn Jahren insgesamt entwickelt?

	Anzahl (N): Auswertbare Angaben	negativ	eher negativ	teils/teils	eher positiv	positiv
<b>Alle Städte und Gemeinden</b>	266	3 %	14 %	33 %	26 %	24 %
davon:						
Große und kleinere Großstädte	25	8 %	4 %	40 %	20 %	28 %
Größere Mittelstadt	40	0 %	8 %	30 %	25 %	38 %
Kleinere Mittelstadt	92	2 %	10 %	47 %	21 %	21 %
Größere Kleinstadt	81	2 %	20 %	21 %	32 %	25 %
Kleinere Kleinstadt bzw. Landgemeinde	26	4 %	31 %	23 %	27 %	15 %
davon:						
Oberzentrum	13	0 %	0 %	38 %	23 %	38 %
Mittelzentrum	140	3 %	10 %	38 %	24 %	25 %
Grundzentrum	111	3 %	21 %	27 %	27 %	23 %
davon:						
nicht ländlich	163	2 %	11 %	36 %	24 %	27 %
eher ländlich	76	5 %	14 %	32 %	29 %	20 %
sehr ländlich	25	0 %	32 %	20 %	24 %	24 %



Tabelle A-3

Und wie hoch ist gegenwärtig ungefähr die Leerstandsquote in Ihrem Zentrum?							
	Anzahl (N): Auswertbare Angaben	unter 5 %	5 % bis unter 10 %	10 % bis unter 15 %	15 % bis unter 20 %	20 % bis unter 25 %	25 % und mehr
<b>Alle Städte und Gemeinden</b>	202	16 %	30 %	26 %	13 %	4 %	10 %
davon:							
Große und kleinere Großstädte	17	18 %	24 %	18 %	24 %	6 %	12 %
Größere Mittelstadt	29	10 %	41 %	24 %	14 %	0 %	10 %
Kleinere Mittelstadt	76	17 %	28 %	30 %	9 %	7 %	9 %
Größere Kleinstadt	61	13 %	33 %	25 %	16 %	2 %	11 %
Kleinere Kleinstadt bzw. Landgemeinde	18	28 %	17 %	28 %	11 %	11 %	6 %
davon:							
Oberzentrum	7	29 %	14 %	29 %	29 %	0 %	0 %
Mittelzentrum	110	14 %	34 %	24 %	11 %	5 %	13 %
Grundzentrum	84	18 %	26 %	30 %	15 %	4 %	7 %
davon:							
nicht ländlich	124	14 %	35 %	23 %	15 %	3 %	10 %
eher ländlich	60	17 %	20 %	33 %	10 %	8 %	12 %
sehr ländlich	17	29 %	24 %	29 %	18 %	0 %	0 %



Tabelle A-4

Bitten denken Sie an die Situation in Ihrer Kommune: Welche Bedeutung haben die folgenden Faktoren für die Attraktivität Ihres Zentrums? Bitte nehmen Sie eine Einschätzung zur Bedeutung heute und in Zukunft (in ca. zehn Jahren) vor.

	Bedeutung	Anzahl (N): Auswertbare Angaben	sehr gering	gering	mittel	hoch	sehr hoch
Angebot an Bildungseinrichtungen	heute	267	4 %	18 %	29 %	33 %	16 %
	in Zukunft	267	3 %	10 %	25 %	36 %	27 %
Angebot an Dienstleistungen	heute	265	0 %	2 %	26 %	55 %	15 %
	in Zukunft	265	0 %	0 %	18 %	56 %	26 %
Einzelhandelsangebot	heute	266	0 %	5 %	14 %	43 %	38 %
	in Zukunft	265	0 %	4 %	20 %	46 %	29 %
Freizeit-/Kultur-/Tourismusangebot	heute	266	1 %	15 %	32 %	35 %	17 %
	in Zukunft	265	1 %	4 %	16 %	43 %	36 %
Gastronomieangebot	heute	266	2 %	8 %	32 %	39 %	19 %
	in Zukunft	265	0 %	3 %	11 %	48 %	38 %
Medizinisches Angebot (Ärzte, Therapeuten, Apotheken usw.)	heute	266	0 %	6 %	21 %	52 %	20 %
	in Zukunft	265	0 %	2 %	15 %	45 %	37 %
Büroflächen	heute	263	3 %	27 %	52 %	16 %	2 %
	in Zukunft	260	3 %	17 %	44 %	33 %	3 %
Handwerks-/Gewerbebetriebe	heute	266	12 %	47 %	24 %	15 %	2 %
	in Zukunft	265	11 %	38 %	27 %	17 %	6 %
Wohnungen	heute	266	0 %	7 %	39 %	41 %	12 %
	in Zukunft	265	0 %	2 %	14 %	48 %	35 %
Öffentlicher Raum	heute	265	1 %	4 %	24 %	46 %	25 %
	in Zukunft	265	0 %	2 %	7 %	43 %	49 %
Grünflächen und Parks	heute	264	5 %	13 %	30 %	34 %	18 %
	in Zukunft	265	2 %	5 %	15 %	42 %	37 %
Sauberkeit und Sicherheit	heute	265	0 %	1 %	12 %	61 %	27 %
	in Zukunft	264	0 %	0 %	4 %	50 %	45 %
Stadtgestaltung (Gebäude, Fassaden usw.)	heute	263	2 %	9 %	35 %	38 %	16 %
	in Zukunft	263	0 %	2 %	11 %	50 %	37 %
Digitale Angebote (Freies WLAN, Online-Präsenz usw.)	heute	263	3 %	17 %	40 %	32 %	8 %
	in Zukunft	263	0 %	2 %	10 %	40 %	49 %
Erreichbarkeit innerhalb der Kommune mit motorisiertem Individualverkehr	heute	265	0 %	0 %	5 %	52 %	43 %
	in Zukunft	263	0 %	1 %	27 %	52 %	20 %
Erreichbarkeit innerhalb der Kommune mit öffentlichen Verkehrsmitteln	heute	266	3 %	15 %	37 %	37 %	8 %
	in Zukunft	263	0 %	3 %	21 %	50 %	26 %
Erreichbarkeit innerhalb der Kommune mit Mitteln der Nahmobilität (mit dem Fahrrad, zu Fuß)	heute	264	1 %	9 %	36 %	41 %	13 %
	in Zukunft	263	0 %	1 %	9 %	41 %	49 %
Erreichbarkeit aus anderen Kommunen mit motorisiertem Individualverkehr	heute	265	0 %	5 %	14 %	42 %	40 %
	in Zukunft	265	0 %	4 %	23 %	49 %	24 %
Erreichbarkeit aus anderen Kommunen mit öffentlichen Verkehrsmitteln	heute	265	5 %	23 %	43 %	23 %	7 %
	in Zukunft	265	1 %	7 %	28 %	45 %	20 %
Erreichbarkeit aus anderen Kommunen mit Mitteln der Nahmobilität (mit dem Fahrrad, zu Fuß)	heute	264	16 %	32 %	34 %	14 %	4 %
	in Zukunft	266	8 %	13 %	29 %	35 %	15 %





Tabelle A-5

Was sind die größten Herausforderungen für Ihr Zentrum?						
	Anzahl (N): Auswertbare Angaben	sehr gering	gering	mittel	hoch	sehr hoch
Aufgabe von inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben ohne Nachfolge	261	0 %	6 %	20 %	44 %	30 %
Filialisierung mit Austauschbarkeit der Angebote	259	5 %	17 %	37 %	32 %	8 %
Fehlende Anker-Geschäfte bzw. zunehmende Aufgabe von Anker-Geschäften	265	0 %	16 %	18 %	43 %	22 %
Rückgang der Umsätze im stationären Einzelhandel im Zentrum	254	0 %	4 %	21 %	48 %	27 %
... durch Einkaufen im Internet (Onlinehandel)	257	0 %	4 %	13 %	46 %	38 %
... durch die Verlagerung von Einkäufen in andere Städte	260	2 %	15 %	36 %	35 %	12 %
... durch die Verlagerung von Einkäufen auf die „grüne Wiese“	256	12 %	35 %	34 %	13 %	6 %
Struktureller Leerstand	231	4 %	23 %	34 %	31 %	9 %
... in zentraler Lage im Zentrum	259	7 %	24 %	31 %	26 %	12 %
... in den Randlagen des Zentrums	261	6 %	24 %	33 %	27 %	10 %
... von größeren Immobilien im Zentrum	250	14 %	40 %	22 %	15 %	8 %
Defizite beim Nahversorgungsangebot	264	14 %	36 %	27 %	18 %	6 %
Fehlende Gastronomie bzw. Außengastronomie	267	7 %	24 %	31 %	29 %	8 %
Ungünstige Erreichbarkeit des Zentrums innerhalb der Kommune	265	18 %	52 %	22 %	6 %	2 %
Ungünstige Erreichbarkeit des Zentrums aus anderen Kommunen	264	13 %	50 %	26 %	10 %	1 %
Fehlende bzw. mangelnde Barrierefreiheit des Zentrums	266	9 %	40 %	34 %	15 %	2 %
Negative Auswirkungen auf das Umfeld durch Betriebe bestimmter Art (Wettbüros, Shisha-Bars usw.)	264	19 %	36 %	28 %	12 %	5 %
Verwahrlosung des öffentlichen Raums/ Zunahme städtebaulicher Missstände	266	18 %	42 %	24 %	13 %	2 %



Tabelle A-6

Mit welchen Instrumenten und Maßnahmen versuchen Sie, das Zentrum Ihrer Kommune attraktiver zu machen?					
	Anzahl (N): Auswertbare Angaben	nicht vorgesehen	in der Diskussion	in Planung	in Umsetzung, bereits umgesetzt
Ansiedlung von Bildungseinrichtungen	249	43 %	19 %	15 %	26 %
Ansiedlung von Gastronomieangeboten	251	10 %	37 %	33 %	28 %
Ansiedlung von Lebensmittelhandel (zur Frequenzsteigerung)	257	25 %	25 %	21 %	34 %
Ansiedlung von medizinischen Angeboten (Ärzte, Therapeuten, Apotheken usw.)	246	22 %	30 %	25 %	27 %
Aufwertung des öffentlichen Raums	262	2 %	10 %	48 %	59 %
Bürgerbeteiligung, Werkstätten usw. (digital und analog)	262	5 %	15 %	30 %	65 %
Ladenflächenmanagement	248	31 %	24 %	17 %	30 %
Städtebauliche Wettbewerbe	254	27 %	17 %	18 %	44 %
Stadtmarketing/Innenstadt-Marketing	254	11 %	14 %	16 %	65 %
Zentrenmanagement	242	37 %	23 %	15 %	29 %
Digitale Maßnahmen	224	15 %	31 %	33 %	33 %
Bauleitplanung: Räumliche Steuerung des Einzelhandels zum Schutz der Zentren	264	9 %	6 %	15 %	79 %
Bauleitplanung: Anwendung der Gebietskategorie „Urbanes Gebiet“ zur Stärkung des Zentrums	245	47 %	29 %	15 %	11 %
Konzentration des Einzelhandels auf bestimmte Lagen, Verkleinerung des Zentrums (räumlicher Bezug)	256	35 %	20 %	18 %	32 %
Sanierungsgebiet mit steuerlichen Anreizen für Immobilieneigentümer	251	57 %	14 %	6 %	24 %
Einzelhandels-/Zentrenkonzept	263	5 %	4 %	11 %	85 %
Masterplan/Rahmenplan für das Zentrum	249	23 %	14 %	18 %	49 %
Digitalisierungskonzept für und mit dem Einzelhandel	236	35 %	43 %	17 %	10 %
Sicherheits-/Sauberkeitskonzept	232	46 %	24 %	10 %	24 %
Veranstaltungs-/Kulturkonzept	243	20 %	18 %	14 %	53 %
Verkehrs-/Mobilitätskonzept	257	7 %	21 %	46 %	33 %
Wohnkonzept/-planung	251	26 %	28 %	27 %	25 %

Es waren Mehrfachnennungen möglich. Aus diesem Grund weichen die Anteile in der Summe in der Regel von 100 % ab.



Tabelle A-7

Bitten denken Sie an die Situation in Ihrer Kommune:  
 Welche Bedeutung haben die folgenden Faktoren aus dem Bereich Mobilität für die Attraktivität Ihres Zentrums?  
 Bitte nehmen Sie eine Einschätzung zur Bedeutung heute und in Zukunft (in ca. zehn Jahren) vor.

	Bedeutung	Anzahl (N): Auswertbare Angaben	sehr gering	gering	mittel	hoch	sehr hoch
Komfortables An- und Abreisen mit dem motorisierten Individualverkehr	heute	266	0 %	0 %	5 %	45 %	49 %
	in Zukunft	264	0 %	2 %	25 %	49 %	23 %
Komfortables An- und Abreisen mit öffentlichen Verkehrsmitteln	heute	266	4 %	19 %	40 %	30 %	7 %
	in Zukunft	264	0 %	3 %	19 %	50 %	28 %
Attraktive Wegeverbindungen für Mittel der Nahmobilität (mit dem Fahrrad, zu Fuß)	heute	267	1 %	6 %	42 %	42 %	9 %
	in Zukunft	266	0 %	1 %	6 %	43 %	50 %
Angebot an Parkraum für PKW	heute	266	0 %	2 %	8 %	42 %	48 %
	in Zukunft	263	0 %	3 %	26 %	49 %	21 %
Angebot an Fahrradabstellanlagen und Service-Stationen für Fahrräder/E-Bikes	heute	265	3 %	22 %	47 %	22 %	6 %
	in Zukunft	264	0 %	2 %	9 %	50 %	39 %
Digitale Parkraumbewirtschaftung (Handy-Parken, Parkplatz-Finder usw.)	heute	250	35 %	33 %	24 %	7 %	1 %
	in Zukunft	253	15 %	21 %	24 %	29 %	12 %
Intermodale Mobilitätsangebote zur Vernetzung verschiedener Verkehrsmittel (inkl. Leihsysteme PKW, E-Scooter, Fahrräder)	heute	261	32 %	47 %	16 %	5 %	1 %
	in Zukunft	258	5 %	16 %	36 %	28 %	14 %
Intelligente Steuerung von Lieferverkehren (inkl. City-Hubs)	heute	247	52 %	38 %	7 %	2 %	0 %
	in Zukunft	249	20 %	29 %	22 %	23 %	6 %



Tabelle A-8

Bitte geben Sie an, inwieweit Sie die folgenden Maßnahmen aus dem Bereich Mobilität für Ihr Zentrum umgesetzt haben bzw. umsetzen wollen?

	Anzahl (N): Auswertbare Angaben	nicht vorgesehen	in der Diskussion	in Planung	in Umsetzung bzw. umgesetzt
Barrierefreie Umgestaltung/ fußgängerfreundlicher Umbau	262	3 %	14 %	35 %	64 %
Stärkung der Aufenthaltsqualitäten durch verkehrsberuhigte Zonen	257	14 %	21 %	22 %	52 %
Herausnahme des Autoverkehrs aus dem Zentrum	257	43 %	29 %	10 %	23 %
Aufbau eines touristischen Wegweisungs- systems für Fußgänger/Radfahrer	248	8 %	19 %	29 %	52 %
Erarbeitung eines Nahmobilitätskonzepts (Fuß- und Radverkehr) unter Berücksichtigung des Zentrums	259	15 %	25 %	41 %	25 %
Einführung einer digitalen Park- raumbewirtschaftung (Handy-Parken, Parkplatz-Finder usw.)	251	54 %	25 %	8 %	17 %
Verbesserung der Sicherheit in Zu- sammenhang mit dem ruhenden Verkehr (Beleuchtung, Einsehbarkeit usw.)	246	30 %	27 %	24 %	26 %

Es waren Mehrfachnennungen möglich. Aus diesem Grund weichen die Anteile in der Summe in der Regel von 100 % ab.



Tabelle A-9

Inwieweit können Sie sich folgende Nutzungen für Erdgeschosslagen in Ihrem Zentrum  
 alternativ zum Einzelhandel vorstellen?

	Anzahl (N): Auswertbare Angaben	sehr schlecht	schlecht	mittel	gut	sehr gut
Dienstleistung	267	0 %	3 %	19 %	44 %	34 %
Gastronomie	266	0 %	3 %	8 %	25 %	64 %
Gemeinschafts-/Kulturräume	264	0 %	5 %	24 %	43 %	27 %
Gewerbe/Handwerk	265	4 %	25 %	38 %	24 %	8 %
Logistikflächen (Mikrologistik)	255	16 %	42 %	30 %	9 %	2 %
Medizin/Gesundheit (Praxen, Apotheken)	267	0 %	3 %	18 %	40 %	39 %
Wohnen	267	8 %	24 %	27 %	26 %	15 %

Tabelle A-10

Inwieweit erschweren die folgenden Hemmnisse mögliche Bemühungen,  
 Wohnraum in Ihrem Zentrum zu erhalten bzw. neu zu schaffen?

	Anzahl (N): Auswertbare Angaben	sehr gering	gering	mittel	hoch	sehr hoch
Bauleitplanung: Anpassungsbedarf bei Umnutzung von Erdgeschoss	251	18 %	37 %	23 %	17 %	5 %
Nutzungskonflikte mit Gastronomie, Freizeit- nutzung, (ruhendem) Verkehr usw.	263	7 %	30 %	32 %	22 %	9 %
Mangelnde Flächenverfügbarkeit für Neubau/ Nachverdichtung	264	3 %	13 %	23 %	39 %	23 %
Mangelndes Angebot an marktgerechten Immobilien (z. B. Sanierungsstau)	260	3 %	18 %	37 %	32 %	10 %
Mangelnde Nachfrage nach Wohnraum im Zentrum (z. B. Bevölkerungsrückgang, andere Standortpräferenzen)	264	34 %	47 %	13 %	5 %	1 %
Wandel von zentralen Wohnlagen durch Veränderungen in der Bevölkerungsstruktur	242	14 %	44 %	26 %	14 %	2 %



Tabelle A-11

Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu den mittel- und langfristigen Auswirkungen der Coronakrise auf Ihr Zentrum zu?

	Anzahl (N): Auswertbare Angaben	stimme gar nicht zu	stimme eher nicht zu	teils/teils	stimme eher zu	stimme voll zu
Die Coronakrise stellt grundlegende Ziele der Zentrenentwicklung (städtebauliche Dichte, Mischung, Lebendigkeit usw.) infrage.	264	30 %	40 %	19 %	6 %	5 %
Die Coronakrise beschleunigt den Strukturwandel im Einzelhandel.	262	2 %	10 %	19 %	47 %	22 %
Die Coronakrise führt dazu, dass das Zentrum infolge von Geschäftsaufgaben (v. a. Einzelhandel und Gastronomie) nachhaltig geschädigt wird.	255	3 %	22 %	32 %	33 %	11 %
Die Coronakrise bedingt eine zusätzliche Verlagerung von Umsatzanteilen zu Lasten des stationären Einzelhandels.	263	1 %	6 %	13 %	44 %	36 %
Die Coronakrise führt dazu, dass stationäre Einzelhändler und andere Akteure digitale Angebote umsetzen.	259	1 %	8 %	37 %	39 %	14 %
Die Coronakrise führt dazu, dass vorhandene Einzelhändler neue Geschäftsmodelle entwickeln.	257	2 %	17 %	40 %	33 %	8 %
Die Coronakrise ist ein „Schockereignis“, das Innovationen bei der Nutzung von Zentren entstehen lässt.	253	5 %	30 %	39 %	20 %	6 %





## Anhang mit Fragebogen



Landesinitiative Zukunft. Innenstadt. Nordrhein-Westfalen.

# Kommunalumfrage „Zentren“





Landesinitiative Zukunft. Innenstadt. Nordrhein-Westfalen.

## Kommunalumfrage „Zentren“

### Informationen zur Umfrage

Innenstädte und Zentren befinden sich in einem stetigen Wandel – aktuell werden die Funktionsverluste im Einzelhandel durch die Coronakrise beschleunigt, die Zentren stehen mehr denn je unter Druck, sich als multifunktionale Orte neu zu erfinden.

Die Ministerin für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen möchte mit dieser Umfrage zentrale Handlungsbedarfe in Innenstädten und Zentren ermitteln und auf dieser Grundlage möglichst zielgerichtete Unterstützungsmöglichkeiten anbieten.

Die Kommunalumfrage „Zentren“ richtet sich an alle Städte und Gemeinden in Nordrhein-Westfalen. Sie ist Teil der Landesinitiative Zukunft. Innenstadt. Nordrhein-Westfalen.

### Ansprechpersonen

Die Kommunalumfrage wird durch das ILS – Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung durchgeführt. Für Fragen rund um die Umfrage stehen Ihnen im ILS Herr Osterhage und Frau van der Vlugt zur Verfügung:

#### Frank Osterhage

Telefon: +49 (0)231 9051-216

E-Mail: frank.osterhage@ils-forschung.de

#### Anna-Lena van der Vlugt

Telefon: +49 (0)231 9051-261

E-Mail: anna-lena.vlugt@ils-forschung.de

### Rücksendung

Für die Rücksendung des ausgefüllten Fragebogens können Sie einfach den vorbereiteten Umschlag nutzen.

Die Adresse für die Rücksendung lautet:

**ILS – Institut für Landes- und  
Stadtentwicklungsforschung**

**Kommunalumfrage „Zentren“**

**Postfach 101764**

**44017 Dortmund**

### Online-Teilnahme

Sie können für die Teilnahme an der Umfrage auch eine Online-Version des Fragebogens verwenden. Diese Version steht unter folgendem Link zur Verfügung:

[www.kommunalumfrage-zentren.nrw.de](http://www.kommunalumfrage-zentren.nrw.de)

### Erklärung zum Datenschutz

Die Teilnahme an der Kommunalumfrage „Zentren“ ist freiwillig. Bei Nichtteilnahme entstehen Ihnen keine Nachteile.

Die Erfassung der Daten erfolgt anonymisiert. Dem ILS ist kein Rückschluss zu Ihrer Person möglich.

Ihre Angaben werden ausschließlich im Rahmen der Landesinitiative Zukunft. Innenstadt. Nordrhein-Westfalen. genutzt.



### Hinweis zum Begriff „Zentren“

Gegenstand des Fragebogens ist die Situation und Entwicklung von Zentren. Hiermit können Innenstädte, Stadt- und Ortskerne sowie Ortsmitten gemeint sein. Zur Vereinheitlichung wird im kompletten Fragebogen der Begriff „Zentren“ verwendet. **Bitte füllen Sie den Fragebogen unter Bezug auf das Hauptversorgungszentrum in Ihrer Kommune aus.**

### Allgemeine Angaben

1. Wie lautet der **Name Ihrer Kommune**?

---

2. Wie lautet der **Name des Hauptversorgungszentrums** in Ihrer Kommune?

(Wenn Ihre Kommune mehrere Hauptversorgungszentren aufweist, nennen Sie bitte hier das Zentrum, auf das Sie im Fragebogen Bezug nehmen.)

---

3. Und eine Frage zu Ihrer Funktion:  
Welchem **Bereich der kommunalen Verwaltung** gehören Sie an?

(Büro) (Ober-)Bürgermeister(in)

Stadtentwicklung/Stadtplanung

Stadtmarketing

Wirtschaftsförderung

Sonstiges, und zwar:

---

---

4. Nehmen Sie eine spontane Einschätzung vor:  
Die **Identifikation der Bürgerinnen und Bürger** mit dem Zentrum in Ihrer Kommune ist ...

sehr hoch

hoch

mittel

gering

sehr gering

Angabe nicht möglich

### Entwicklung des Zentrums

5. Wenn Sie auf die letzten Jahre zurückblicken: Wie hat sich die **Attraktivität Ihres Zentrums für die Bevölkerung in den vergangenen zehn Jahren** insgesamt entwickelt?

negativ

eher negativ

teils/teils

eher positiv

positiv

Angabe nicht möglich

---

6. Und wie hoch ist **gegenwärtig** ungefähr die **Leerstandsquote in Ihrem Zentrum**?

ca. \_\_\_\_\_ %

Angabe auf Basis einer Quelle,   
und zwar:

---

Angabe auf Basis einer Schätzung

Angabe nicht möglich



### Attraktivitätsfaktoren

7. Bitte denken Sie an die Situation in Ihrer Kommune: Welche Bedeutung haben die folgenden **Faktoren für die Attraktivität** Ihres Zentrums? Bitte nehmen Sie eine Einschätzung zur Bedeutung **heute** und **in Zukunft** (in ca. zehn Jahren) vor. (Hinweis zum Ausfüllen: Bitte nehmen Sie nach Möglichkeit für alle Punkte eine Einschätzung vor.)

	Bedeutung heute						Bedeutung in Zukunft					
	sehr gering	gering	mittel	hoch	sehr hoch	Angabe nicht möglich	sehr gering	gering	mittel	hoch	sehr hoch	Angabe nicht möglich
Angebot an Bildungseinrichtungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Dienstleistungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einzelhandelsangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Freizeit-/Kultur-/Tourismusangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gastronomieangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medizinisches Angebot (Ärzte, Therapeuten, Apotheken usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Büroflächen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handwerks-/Gewerbebetriebe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wohnungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Öffentlicher Raum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grünflächen und Parks	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sauberkeit und Sicherheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stadtgestaltung (Gebäude, Fassaden usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Digitale Angebote (Freies WLAN, Online-Präsenz usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erreichbarkeit des Zentrums innerhalb der Kommune												
- mit motorisiertem Individualverkehr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- mit öffentlichen Verkehrsmitteln	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- mit Mitteln der Nahmobilität (mit dem Fahrrad, zu Fuß)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erreichbarkeit des Zentrums aus anderen Kommunen												
- mit motorisiertem Individualverkehr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- mit öffentlichen Verkehrsmitteln	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- mit Mitteln der Nahmobilität (mit dem Fahrrad, zu Fuß)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige Hinweise zu Attraktivitätsfaktoren:	_____											
	_____											



### Herausforderungen

8. Was sind die größten Herausforderungen für Ihr Zentrum? (Hinweis zum Ausfüllen: Bitte nehmen Sie nach Möglichkeit für alle Punkte eine Einschätzung vor.)

	Relevanz					
	sehr gering	gering	mittel	hoch	sehr hoch	Angabe nicht möglich
Aufgabe von inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben ohne Nachfolge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Filialisierung mit Austauschbarkeit der Angebote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fehlende Anker-Geschäfte bzw. zunehmende Aufgabe von Anker-Geschäften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rückgang der Umsätze im stationären Einzelhandel im Zentrum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- durch Einkaufen im Internet (Onlinehandel)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- durch die Verlagerung von Einkäufen in andere Städte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- durch die Verlagerung von Einkäufen auf die „grüne Wiese“	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Struktureller Leerstand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- in zentraler Lage im Zentrum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- in den Randlagen des Zentrums	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- von größeren Immobilien im Zentrum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Defizite beim Nahversorgungsangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fehlende Gastronomie bzw. Außengastronomie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ungünstige Erreichbarkeit des Zentrums innerhalb der Kommune	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ungünstige Erreichbarkeit des Zentrums aus anderen Kommunen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fehlende bzw. mangelnde Barrierefreiheit des Zentrums	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Negative Auswirkungen auf das Umfeld durch Betriebe bestimmter Art (Wettbüros, Shisha-Bars usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verwahrlosung des öffentlichen Raums/ Zunahme städtebaulicher Missstände	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige Hinweise zu Herausforderungen:	_____					
	_____					





## Instrumente und Maßnahmen

9. Mit welchen **Instrumenten und Maßnahmen** versuchen Sie, das **Zentrum** Ihrer Kommune **attraktiver zu machen?** (Hinweis zum Ausfüllen: Bitte nehmen Sie nach Möglichkeit für alle Punkte eine Einschätzung vor.)

**Stand der Umsetzung**  
(mehrere Kreuze in einer Zeile möglich)

	nicht vorgesehen	in der Diskussion	in Planung	in Umsetzung, bereits umgesetzt	Angabe nicht möglich
Ansiedlung von Bildungseinrichtungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ansiedlung von Gastronomieangeboten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ansiedlung von Lebensmittelhandel (zur Frequenzstärkung)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ansiedlung von medizinischen Angeboten (Ärzte, Therapeuten, Apotheken usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aufwertung des öffentlichen Raums	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bürgerbeteiligung, Werkstätten usw. (digital und analog)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ladenflächenmanagement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Städtebauliche Wettbewerbe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stadtmarketing/Innenstadt-Marketing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zentrenmanagement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Digitale Maßnahmen, und zwar: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bauleitplanung: Räumliche Steuerung des Einzelhandels zum Schutz des Zentrums	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bauleitplanung: Anwendung der Gebietskategorie „Urbanes Gebiet“ zur Stärkung des Zentrums	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konzentration des Einzelhandels auf bestimmte Lagen, Verkleinerung des Zentrums (räumlicher Gebietsbezug)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sanierungsgebiet mit steuerlichen Anreizen für Immobilieneigentümer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einzelhandels-/Zentrenkonzept	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Masterplan/Rahmenplan für das Zentrum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Digitalisierungskonzept für und mit dem Einzelhandel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sicherheits-/Sauberkeitskonzept	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Veranstaltungs-/Kulturkonzept	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkehrs-/Mobilitätskonzept	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wohnkonzept/-planung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige Hinweise zu Instrumenten und Maßnahmen: _____					



### Spezial Mobilität

10. Bitte denken Sie an die Situation in Ihrer Kommune: Welche Bedeutung haben die folgenden **Faktoren aus dem Bereich Mobilität für die Attraktivität** Ihres Zentrums? Bitte nehmen Sie eine Einschätzung zur Bedeutung **heute** und **in Zukunft** (in ca. zehn Jahren) vor. (Hinweis zum Ausfüllen: Bitte nehmen Sie nach Möglichkeit für alle Punkte eine Einschätzung vor.)

	Bedeutung heute						Bedeutung in Zukunft					
	sehr gering	gering	mittel	hoch	sehr hoch	Angabe nicht möglich	sehr gering	gering	mittel	hoch	sehr hoch	Angabe nicht möglich
Komfortables An- und Abreisen mit dem motorisierten Individualverkehr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Komfortables An- und Abreisen mit öffentlichen Verkehrsmitteln	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Attraktive Wegeverbindungen für Mittel der Nahmobilität (mit dem Fahrrad, zu Fuß)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Parkraum für PKW	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Fahrradabstellanlagen und Service-Stationen für Fahrräder/E-Bikes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Digitale Parkraumbewirtschaftung (Handy-Parken, Parkplatz-Finder usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intermodale Mobilitätsangebote zur Vernetzung verschiedener Verkehrsmittel (inkl. Leihsysteme PKW, E-Scooter, Fahrräder)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intelligente Steuerung von Lieferverkehren (inkl. City-Hubs)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige Hinweise zu Attraktivitätsfaktoren aus dem Bereich Mobilität:	_____											
	_____											



11. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie die folgenden **Maßnahmen aus dem Bereich Mobilität für Ihr Zentrum** umgesetzt haben bzw. umsetzen wollen. (Hinweis zum Ausfüllen: Bitte nehmen Sie nach Möglichkeit für alle Punkte eine Einschätzung vor.)

**Stand der Umsetzung**

(mehrere Kreuze in einer Zeile möglich)

	nicht vorgesehen	in der Diskussion	in Planung	in Umsetzung bzw. umgesetzt	Angabe nicht möglich
Barrierefreie Umgestaltung/ fußgängerfreundlicher Umbau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stärkung der Aufenthaltsqualitäten durch verkehrsberuhigte Zonen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Herausnahme des Auto- verkehrs aus dem Zentrum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aufbau eines touristischen Wegweisungs- systems für Fußgänger/Radfahrer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erarbeitung eines Nahmobilitätskonzepts (Fuß- und Radverkehr) unter Berücksichtigung des Zentrums	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einführung einer digitalen Parkraumbewirt- schaftung (Handy-Parken, Parkplatz-Finder usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verbesserung der Sicherheit in Zusammen- hang mit dem ruhenden Verkehr (Beleuchtung, Einsehbarkeit usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sonstige Hinweise zu Maßnahmen  
aus dem Bereich Mobilität: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



## Spezial Wohnen

12. Inwieweit können Sie sich folgende **Nutzungen für Erdgeschosslagen** in Ihrem Zentrum **alternativ zum Einzelhandel** vorstellen? (Hinweis zum Ausfüllen: Bitte nehmen Sie nach Möglichkeit für alle Punkte eine Einschätzung vor.)

### Einschätzung zur Eignung

	sehr schlecht	schlecht	mittel	gut	sehr gut	Angabe nicht möglich
Dienstleistung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gastronomie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gemeinschafts-/Kulturräume	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gewerbe/Handwerk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logistikflächen (Mikrologistik)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medizin/Gesundheit (Praxen, Apotheken)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wohnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sonstige Hinweise zu alternativen Nutzungen: \_\_\_\_\_

13. Inwieweit erschweren die folgenden **Hemmnisse** mögliche Bemühungen, **Wohnraum in Ihrem Zentrum zu erhalten bzw. neu zu schaffen**? (Hinweis zum Ausfüllen: Bitte nehmen Sie nach Möglichkeit für alle Punkte eine Einschätzung vor.)

### Relevanz

	sehr gering	gering	mittel	hoch	sehr hoch	Angabe nicht möglich
Bauleitplanung: Anpassungsbedarf bei Umnutzung von Erdgeschoss	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nutzungskonflikte mit Gastronomie, Freizeitanutzung, (ruhendem) Verkehr usw.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mangelnde Flächenverfügbarkeit für Neubau/Nachverdichtung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mangelndes Angebot an marktgerechten Immobilien (z. B. Sanierungsstau)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mangelnde Nachfrage nach Wohnraum im Zentrum (z. B. Bevölkerungsrückgang, andere Standortpräferenzen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wandel von zentralen Wohnlagen durch Veränderungen in der Bevölkerungsstruktur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sonstige Hinweise zu Hemmnissen: \_\_\_\_\_



### Spezial Coronakrise

14. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu den **mittel- bis langfristigen Auswirkungen der Corona-  
 krise auf Ihr Zentrum** zu? (Hinweis zum Ausfüllen: Bitte nehmen Sie nach Möglichkeit für alle Punkte eine Einschätzung vor.)

	Zustimmung					
	stimme gar nicht zu	stimme eher nicht zu	teils/ teils	stimme eher zu	stimme voll zu	Angabe nicht möglich
Die Coronakrise stellt grundlegende Ziele der Zentrenentwicklung (städtebauliche Dichte, Mischung, Lebendigkeit usw.) infrage.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Coronakrise beschleunigt den Strukturwandel im Einzelhandel.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Coronakrise führt dazu, dass das Zentrum infolge von Geschäftsaufgaben (v. a. Einzelhandel und Gastronomie) nachhaltig geschädigt wird.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Coronakrise bedingt eine zusätzliche Verlagerung von Umsatzanteilen zu Lasten des stationären Einzelhandels.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Coronakrise führt dazu, dass stationäre Einzelhändler und andere Akteure digitale Angebote umsetzen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Coronakrise führt dazu, dass vorhandene Einzelhändler neue Geschäftsmodelle entwickeln.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Coronakrise ist ein „Schockereignis“, das Innovationen bei der Nutzung von Zentren entstehen lässt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bitte mögliche Innovationen nennen: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Sonstige Hinweise zu Auswirkungen: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

15. Wenn Sie an die Entwicklung Ihres Zentrums denken: Welche **Maßnahmen** wurden in Ihrer Kommune **zur Bewältigung der Folgen der Coronakrise** bereits ergriffen bzw. sind geplant? Inwieweit sehen Sie hierbei **besonderen Unterstützungsbedarf** durch die Bundes- und/oder Landesregierung?

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_



### Ihre Hinweise und Anregungen

16. Wenn Sie an die Entwicklung Ihres Zentrums denken: Welche **Unterstützungsbedarfe** sehen Sie durch die **Bundes- und/oder Landesregierung**?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

17. Gibt es aus Ihrer Sicht **Veränderungsbedarfe an Bundes- und/oder Landesgesetzen** bzw. an rechtlichen Vorgaben zur Stärkung von Zentren?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

18. Welche **Unterstützungsbedarfe** sehen Sie **insbesondere aus dem Bereich Städtebau/ Stadtentwicklung** durch die Bundes- und/oder Landesregierung?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---





Herzlichen Dank für Ihre Mitwirkung!

Landesinitiative Zukunft. Innenstadt. Nordrhein-Westfalen.

**Kommunalumfrage „Zentren“**

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





## Impressum

### Herausgeber

Ministerium für Heimat, Kommunales,  
Bau und Gleichstellung  
des Landes Nordrhein-Westfalen  
Referat „Reden, Publikationen“  
Jürgensplatz 1, 40219 Düsseldorf  
Telefon: 0211 8618-50  
E-Mail: info@mhkbw.nrw.de  
Internet: www.mhkbw.nrw.de

### Kontakt

Referat „Landesinitiative Zukunft.  
Innenstadt. Nordrhein-Westfalen.,  
Städtebauförderung Bezirk Köln“  
E-Mail: FP-R513@mhkbw.nrw.de

### Redaktion und Gestaltung

ILS – Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung  
Brüderweg 22-24, 44135 Dortmund  
Telefon: 0231 9051-0  
E-Mail: poststelle@ils-forschung.de  
Internet: www.ils-forschung.de

### Fotos / Illustrationen

S. 3, Foto Ministerin: © MHKBW/F. Berger  
S. 5, Fotos Wichtige Attraktivitätsfaktoren: © AdobeStock\_265963341, 272587635,  
58947296, 288273284, 187545875, 84820685, 242007530, 127517448, 300239831, 313778250,  
97421922, 269603548, 165614761-1, 302850609  
S. 52, Foto Titelseite Fragebogen: © AdobeStock\_209355147

### © 2020 / MHKBW S-325

Die Publikation steht zum Download bereit unter: [www.mhkbw.nrw/broschuren](http://www.mhkbw.nrw/broschuren)

Bitte die Veröffentlichungsnummer **S-325** angeben.

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerberinnen und -werbern oder Wahlhelferinnen und -helfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie auch für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung.

Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt hiervon unberührt. Unabhängig davon, wann, auf welchem Wege und in welcher Anzahl diese Schrift der Empfängerin oder dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zu Gunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.