

Zentrenstudie Niedersachsen – Handlungsempfehlungen

Die IHK Niedersachsen (IHKN) und der Handelsverband Niedersachsen-Bremen e.V. (HNB) haben im Herbst 2024 eine repräsentative Zentrenstudie für Niedersachsen und Bremen mit der CIMA Beratung + Management GmbH durchgeführt. Die Untersuchung ist eine Sonderauswertung des jüngst veröffentlichten bundesweiten „cima.monitor Deutschlandstudie Innenstadt 2024“.

Über alle Städte und Regionen in Niedersachsen wurden im Rahmen einer Mixed-Methods-Erhebung rund 1.100 Personen online oder telefonisch interviewt. Im Mittelpunkt der repräsentativen Befragung standen die Nutzung und die Herausforderungen für Innenstädte und Ortskerne aus Konsumentenperspektive. Die [Ergebnisse](#) wurden Ende November 2024 vorgelegt.

Die IHKN und der HNB leiten aus der Analyse folgende **TOP 5 Handlungsfelder** ab:

- Der Einzelhandel ist nicht mehr der einzige Akteur der Zentren, aber – im Vergleich zur Bundesrepublik – in Niedersachsen immer noch der wesentliche. Zukünftig wird die Symbiose zwischen einem guten Einzelhandelsangebot, Gastronomie und Aufenthaltsqualität, wozu auch Grünmaßnahmen und Events zählen, immer mehr an Bedeutung gewinnen. Die Zusammenarbeit aller innerstädtischen Akteure – von der Wirtschaft, über die Politik bis hin zur Verwaltung, Stadtmarketing und Immobilienwirtschaft – ist unerlässlich, um realistische und umsetzbare Innenstadtentwicklungsstrategien zu entwickeln. Dies erfordert eine **stärkere Zusammenarbeit aller Innenstadtakteure**, den Austausch von Ideen und die Festlegung von Zielen an Runden Tischen. Letztlich geht es darum, die Frequenz in den Zentren zu erhöhen und ihre Zukunft nachhaltig zu gestalten.
- Ein zentraler Punkt für die Attraktivität niedersächsischer Zentren ist die **Erreichbarkeit**. Die Menschen wollen ihre Innenstädte schnell und bequem erreichen

können – sei es mit dem öffentlichen Nahverkehr, mit dem Fahrrad, zu Fuß oder mit dem Auto. Der PKW ist vor allem im ländlichen Raum Niedersachsens noch das meistgenutzte Verkehrsmittel. Kostenfreie oder günstige Parkplätze in fußläufiger Entfernung zum Zentrum sind für den Großteil der Niedersachsen ein unverzichtbares Kriterium. Gleichwohl wird das Thema Erreichbarkeit und Mobilität in den letzten Jahren vielerorts zunehmend emotional diskutiert, vor allem im Zusammenhang mit dem Wegfall von Stellplätzen, mit Pkw-Fahrverboten und Baustellen. Egal ob Klimaneutralität oder Investitionen in die Infrastruktur - entsprechende Maßnahmen sollten sorgfältig durchdacht und **kontinuierlich im Dialog mit den Gewerbetreibenden vor Ort** entwickelt werden. Das bedeutet auch, dass die Gewerbetreibenden viel früher in die einzelnen Planungsprozesse einbezogen werden sollten und nicht erst, wenn die fertigen Planungen präsentiert werden.

- **Mehr Wohnraum** in den Zentren kann Wege verkürzen, Frequenzen erhöhen und Diskussionen um Erreichbarkeit entspannen. Handel, Gastronomie, Kultureinrichtungen und andere innerstädtische Branchen dürfen aber im Hinblick auf Lärm- und weitere Emissionen nicht zum „schwarzen Schaf“ der vermehrt bewohnten innerstädtischen Quartiere werden.

- Die **Frage der Finanzierung** einer attraktiven Innenstadt wird nach dem Auslaufen coronabedingter Innenstadt-Förderkulissen auch in Niedersachsen zur Mammutaufgabe für Kommunen, Citymarketing und die Privatwirtschaft. Die Städtebauförderung des Bundes wird dabei eine entscheidende Rolle spielen, doch auch die Kommunen, Citymarketing-Initiativen und die Privatwirtschaft haben ihren Teil beizutragen. Standortgemeinschaften, wie Gewerbevereine, sind hier als Partner unverzichtbar. Sie sind die, häufig ehrenamtlich organisierten, „Macher“ der niedersächsischen Zentren und sollten stärker in die Debatte um etwaige innerstädtische Veränderungen einbezogen werden. Ein **eigenständiges Förderprogramm für Gewerbevereine** könnte die Motivation und das Engagement für den eigenen Standort maßgeblich befördern. Ferner sollten kommunale Förderprogramme wie „Perspektive Innenstadt“ und „Zukunftsräume Niedersachsen“ weitergeführt und angepasst werden, sodass auch alle Grundzentren profitieren können. Besonders wichtig ist außerdem die Bereitstellung der Personalkosten für sogenannte „Innenstadt- und Zentrenkümmerer“, die als Ansprechpersonen und Koordinatoren der notwendigen Change-Prozesse in den Kommunen tätig sind.

- Handelsbetriebe und weitere innerstädtische Unternehmen sehen sich mit einer Vielzahl an gesetzlichen Regelungen konfrontiert – Produktsicherheitsverordnung, Verpackungsgesetz, E-Rechnungspflicht, Bonpflicht, Textilkennzeichnungsverordnung, Elektroggesetz, Lieferkettengesetz, Entwaldungsverordnung, Green Deal, DSGVO, verkaufsoffene Sonntage, sind nur einige Rahmenbedingungen, die besonders im Jahr 2024 im Fokus standen. Die **Vielzahl und zunehmende Komplexität bürokratischer Vorschriften** stellt eine enorme Belastung dar und erschwert es den Betrieben, in „ihre“ Zentren zu investieren oder innovative Geschäftsmodelle zu entwickeln. Besonders, wenn Konkurrenz aus dem Ausland, wie Billiganbieter in Form asiatischer Plattformen, auch auf dem niedersächsischen Markt agieren und sich in der Vielzahl ihrer Produkte weder an Umwelt- noch Produktsicherheitsstandards halten. Ein globales Level Playing Field in diesem Bereich ist dringend geboten.

21.11.2024, Kathrin Wiellowicz / Mark A. Krack

Info: Unter [diesem Link](#) sind die Ergebnisse der Zentrenstudie Niedersachsen-Bremen abrufbar.

Die IHK Niedersachsen ist die Landesarbeitsgemeinschaft der IHK Braunschweig, IHK Elbe-Weser, IHK Hannover, IHK Lüneburg-Wolfsburg, Oldenburgischen IHK, IHK Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim sowie IHK für Ostfriesland und Papenburg. Sie vertritt mehr als 500.000 gewerbliche Unternehmen gegenüber Politik und Verwaltung.

Der Handelsverband Niedersachsen-Bremen (HNB) ist als bedeutender Wirtschafts- und Arbeitgeberverband die starke Stimme für den gesamten Handel in den Bundesländern Niedersachsen und Bremen. Er vertritt die Belange und Interessen des gesamten Handels – aller Branchen, Standorte und Betriebsgrößen gegenüber Politik, Verwaltung und in der Öffentlichkeit. Der HNB wird von den fünf Regionalverbänden Hannover, Harz-Heide, Nordwest, Osnabrück-Emsland und Ostfriesland getragen. Über die Regionalverbände erfolgt die direkte Betreuung der Mitglieder vor Ort. Über den Handelsverband Deutschland (HDE) mit Sitz in Berlin und Brüssel ist der HNB auch auf Bundesebene und in Europa für die Branche als Interessenvertretung aktiv.