

OLDENBURG _ INNENSTADTSTRATEGIE

3. Sitzung des AK Bündnis Innenstadt _ 04. September 2018 | DOKUMENTATION

WILLKOMMEN

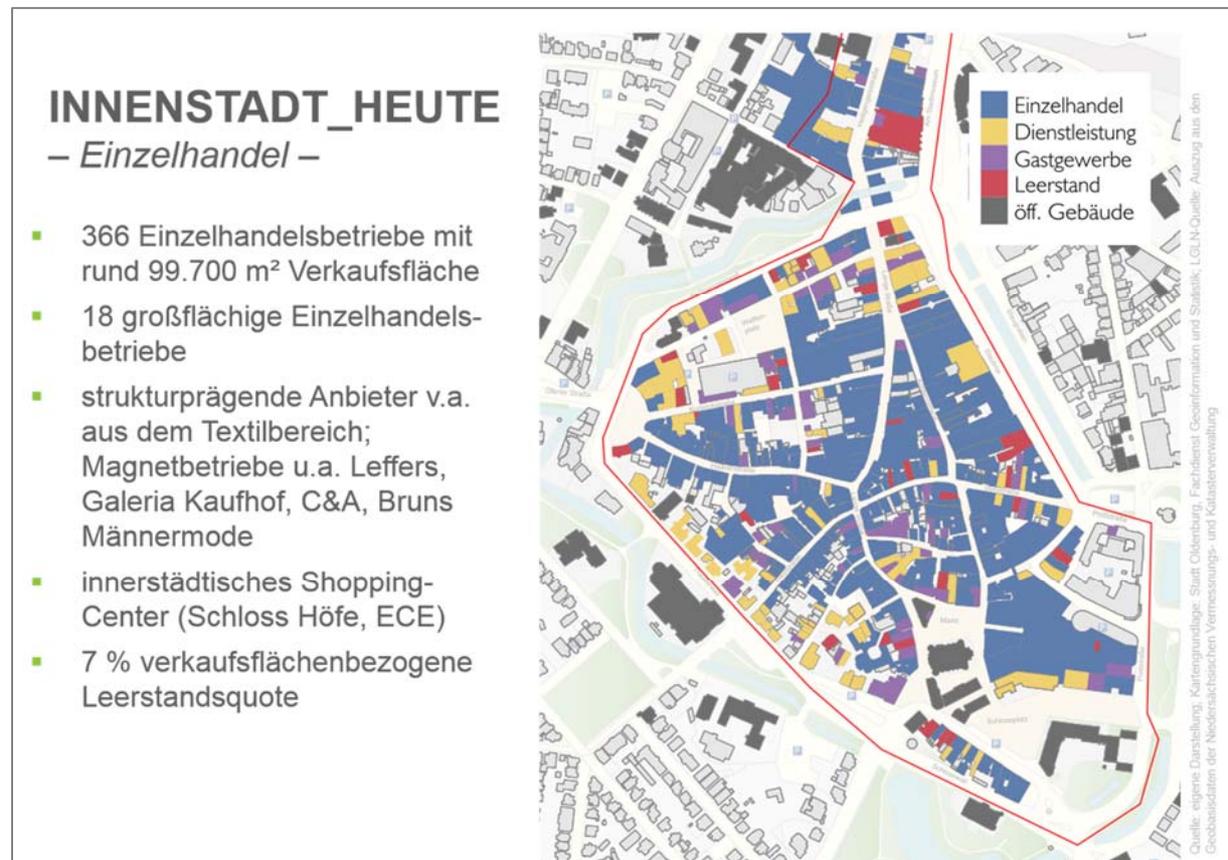
Begrüßung und Einführung

Oberbürgermeister Jürgen Krogmann begrüßt die Mitglieder des AK Bündnis Innenstadt zur dritten Sitzung. Ausgehend von den Analysearbeiten, die in der ersten Sitzung vorgestellt und diskutiert wurden, geht es in der heutigen Sitzung um den „Einstieg in die Zukunft“. Schwerpunkt wird die gemeinsame Arbeit an drei möglichen Zukunftsszenarien für die Oldenburger Innenstadt sein.

WO WOLLEN WIR HIN? _ EINSTIEG IN DIE ZUKUNFT

Denkbare Szenarien für die Oldenburger Innenstadt

Stefan Kruse vom Büro Junker und Kruse fasst einleitend die wesentlichen Erkenntnisse der Analyse für alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer zusammen. Die gezeigten Charts sind nachfolgend dargestellt:



INNENSTADT_HEUTE

– Einzelhandel –

quantitativ

- Verkaufsflächenangebot über alle Bedarfsstufen und Warengruppen
- Anbieter über alle Betriebsgrößen vorhanden
- keine quantitativen Angebotslücken erkennbar
- geringe Leerstandsquote

qualitativ

- alle „Preislagen“ vorhanden – in einer stabilen Mischung
- Mix aus filialisierten und inhabergeführtem Einzelhandel
- erfreulich, weil überdurchschnittlich hoher Anteil inhabergeführter Fachgeschäfte
- alle Betriebsformen – auch Supermarkt und Discounter – vertreten

INNENSTADT_HEUTE

– Städtebau –

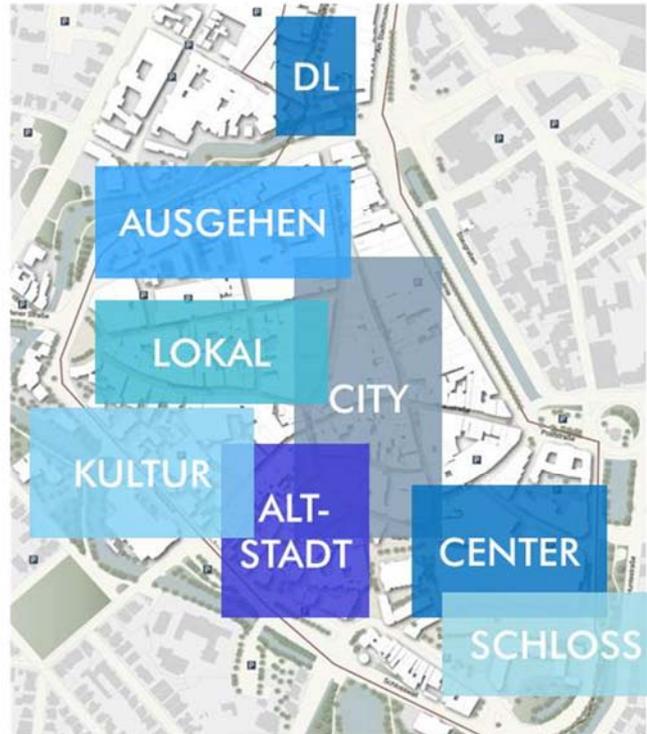
- dichte bauliche Grundstruktur des Zentrums mit klarer Fassung durch die Wälle
- geringer Anteil innerstädtischer Grün- und Freiräume
- kaum Potenzialflächen für Neuentwicklungen vorhanden
- überschaubarer Aufwertungsbedarf mit Blick auf Gebäudesubstanz und Stadtbild
- klare räumliche Bezugspunkte bzw. Eingangstore zur Innenstadt für MIV und ÖPNV
- Sonderstellung des Radverkehrs aufgrund seiner hohen Präsenz im öffentlichen Raum



INNENSTADT_HEUTE

– Städtebau –

- vitale und vielfältige Gastronomieszene, die in hohem Maße zur Bespielung / Funktionalität der öffentlichen Räume beiträgt
- rd. 8.300 im Betrieb tätige Personen (Schätzwert), davon 55 % im Handel und Gastgewerbe
- geringe Bedeutung als Wohnstandort: rd. 1.200 Einwohner (< 1% aller Einwohner im Stadtgebiet)



ZUSAMMENFASSUNG



- vitale Einzelhandelsstruktur mit überregionaler Bedeutung
- starker Gastronomiesektor mit positiver Wirkung für die öffentlichen Räume
- attraktives Stadtbild, geringer Investitionsbedarf im Gebäudebestand
- kaum strukturelle Schwächen in der Raumfunktion



- „geringer Anteil“ öffentlicher Räume
- Entwicklungsflächen innerhalb der Wälle kaum vorhanden

Denkbare Szenarien für die Oldenburger Innenstadt

Elke Frauns vom büro frauns leitet mit grundsätzlichen Gedanken und Hinweisen die Szenarienarbeit ein. Der Kontext, in dem sich die zukünftige Entwicklung der Oldenburger Innenstadt bewegt, ist durch unterschiedliche Rahmensetzungen und Merkmale gekennzeichnet.

Nutzungsmischung und soziale Vielfalt

Grundlage moderner und zukunftsfähiger (Innen-)Stadtentwicklung sind Nutzungsmischung und soziale Vielfalt (im Sinne des Leitbildes der Europäischen Stadt (LEIPZIG CHARTA zur nachhaltigen Europäischen Stadt, Mai 2007). In der LEIPZIG CHARTA ist die Botschaft verankert, dass die gewachsenen europäischen Städte jeder Größe ein wertvolles und unersetzbares Wirtschaft-, Sozial- und Kulturgut sind. Vor diesem Hintergrund ist es Ziel, starke und lebenswerte Städte zu schützen, zu stärken, weiter zu entwickeln und zu unterstützen. Empfohlen wird eine integrierte Stadtentwicklungspolitik, die gleichzeitig und gerecht die für die Entwicklung von Städten relevanten Belange und Interessen berücksichtigt.

Die Innenstadt als das Zentrum der Stadt ist Ort ...

- ... der lokalen Geschichte und des kulturellen Erbes.
- ... der politischen und gesellschaftlichen Auseinandersetzung.
- ... der lokalen Demokratie.
- ... des bürgerschaftlichen Engagements.
- ... der sozialen und gesellschaftlichen Kontakte und der Öffentlichkeit.
- ... des lokalen Ideenaustauschs und der Innovation.
- ... des Kulturschaffens und der Bildung.
- ... der Vielfalt, der Lebendigkeit und der Multifunktionalität.
- ... der Vielfalt an Teilnahmemöglichkeiten.
- ... des Marktes und des Tauschs, des Handels und der Dienstleistungen.

Zukunftsthemen für die Innenstadt

Vor dem Hintergrund der Analysen zur Oldenburger Innenstadt und aktueller Entwicklungen in den Bereichen Handel / Wirtschaft, Mobilität und Wohnen sind zudem folgende Aspekte für die zukünftige Entwicklung der Oldenburger Innenstadt von Relevanz:

- begrenzte Flächen (Dichte: „die Innenstadt ist voll“) vs. Wachstum
Knappheit muss erfinderisch machen.
- stationärer Einzelhandel vs. online Handel
Die zunehmende Digitalisierung verändert Dienstleistungen und Produktion.
- gezielte Unterscheidung zwischen Versorgungs- und Erlebniseinkäufen
- neue, disruptive Geschäftsmodelle
Innovationen, die am „unteren Ende“ des Marktes entstehen ... sie können starkes Wachstum aufweisen und vorhandene Märkte bzw. Produkte und Dienstleistungen komplett oder teilweise verdrängen.

- wachsender Anteil älterer Menschen
und in Teilen auch Internationalisierung
- Trend zum urbanen Wohnen
- Verkehrsinfrastruktur (inkl. Logistik) gelangt an ihre Grenzen
Mobilität und Logistik müssen neu gedacht werden.
- bauliche Dichte hat Konsequenzen für das Stadtklima
- NIMBY-Haltung
verdichtete Nutzungsformen und Konkurrenzbeziehungen – Konflikte sind vorprogrammiert
- gesättigte Märkte brauchen neue Nahrung

Szenarien

Da es keine Methoden gibt, die Zukunft exakt vorherzusagen, sind Szenarien ein geeignetes Instrument in der Zukunftsarbeit.

Szenarien ...

... beschreiben und konstruieren denkbare Zukunftsentwicklungen / Zukunftsbilder

... erweitern den Möglichkeitsraum, in dem sie viele Variablen und Wechselwirkungen berücksichtigen

... sind ein Werkzeug, das hilft, sich zukünftige Entwicklungen vorzustellen

... befördern das „out-of-the-box-Denken“ (ein Denken jenseits bekannter Restriktionen / Limitierungen)

Denkbare Szenarien für die Oldenburger Innenstadt

büro frauns und Junker und Kruse haben als Impuls für die Sitzung des AK Bündnis Innenstadt drei denkbare Szenarien entworfen, die, ausgehend vom Status Quo und den Rahmenbedingungen, grundsätzlich realistisch sein können.

- Szenario 1 _ UPGRADE
- Szenario 2 _ UMPROGRAMMIERUNG
- Szenario 3 _ NEUPROGRAMMIERUNG

SZENARIO 1 _ UPGRADE

KOMMERZ+ _ Einkaufen als soziales Ereignis.

Die bereits gut aufgestellte, attraktive **Einzelhandelslandschaft** als heutige Kernfunktion der Oldenburger Innenstadt wird quantitativ wie qualitativ durch neue Anbieter, agile Shoppingkonzepte, innovative Flächenentwicklungen und Multichannelkonzepte **weiter profiliert**.

(„Die 10-Stunden-Innenstadt“)

SZENARIO 2 _ UMPROGRAMMIERUNG

ERLEBNIS _ Innenstadt als „Hybrid“.

Die Oldenburger Innenstadt etabliert sich weiter als „zukunftsfähiger und besonderer Erlebnisraum“. Neben **Einzelhandelsangeboten** werden deutliche Akzente und Erweiterungen für **Kultur, Bildung und Gastronomie** geschaffen.

(„Die 16-Stunden-Innenstadt“)

SZENARIO 3 _ NEUPROGRAMMIERUNG

LEBEN _ Mehr Stadt in der Innenstadt.

Die durchmischte Innenstadt mit hoher Lebensqualität ist Realität. Handel, Gewerbe, Gastronomie, Wohnen, Kultur und Bildung rücken immer stärker zusammen. Integriertes Leben und Arbeiten, Dichte, Flexibilität und durchmischte Flächennutzungen sind prägend.

(„Die 24-Stunden-Innenstadt“)

INNENSTADT OLDENBURG _ SZENARIEN

Gemeinsame Arbeit in drei Teams

Die Teilnehmer/innen der Sitzung haben sich in drei Teams mit folgenden Arbeitsfragen beschäftigt:

1. Was sind prägende Merkmale dieses Szenarios?
Wie sieht die Innenstadt 2030 aus?
2. Welche Konsequenzen ergeben sich für ...
 - ... Raum und Flächen
 - ... Mobilität und Logistik
 - ... Menschen und Zielgruppen?
3. Kurz + knapp: Welche Chancen und Risiken stecken im Szenario?

Im Folgenden sind die Ergebnisse der Gespräche in den Teams dargestellt.

SZENARIO 1 _ UPGRADE

KOMMERZ+ _ Einkaufen als soziales Ereignis.

Die bereits gut aufgestellte, attraktive Einzelhandelslandschaft als heutige Kernfunktion der Oldenburger Innenstadt wird quantitativ wie qualitativ durch neue Anbieter, agile Shoppingkonzepte, innovative Multichannelkonzepte weiter profiliert.

(„Die 10-Stunden-Innenstadt“)

Was sind prägende Merkmale dieses Szenarios?

Wie sieht die Innenstadt 2030 aus?

- Ein Wachstum des Einzelhandels ist auf „mehr Kaufkraft“ bzw. eine Steigerung der auswärtigen Besucher angewiesen (Ausdehnung des Einzugsgebiets) - „interne“ Kaufkraft wird nicht ausreichend sein. Es gibt jedoch auch die Vermutung, dass die Kaufkraft eher sinken und die Vielfalt potenzieller Zielgruppen sich verringern wird.
- Ein erweitertes Einkaufserlebnis wird sich an alle Altersstufen bzw. Zielgruppen richten.
- Die Aufenthaltsqualität der Innenstadt ist eine Grundvoraussetzung für den Einkaufsbesuch. „Einkaufen“ muss Spaß machen – dies umfasst auch nicht-kommerzielle Raumangebote (Sitzen / Spielen) – Räume werden in der Realität jedoch eher kommerzieller und restriktiver.
- Das Einkaufen wird zur Stärkung des Besuchsanlasses von Tagesevents (Kinderbetreuung bis Seniorenfest) flankiert – Spaß- und Eventcharakter sind stärker in den Mittelpunkt gerückt.
- Die Oldenburger Innenstadt hat kurze Wege. Dies ist ein Standortvorteil für den stationären Handel und die Grundversorgung.
- Eine „Premium-Einkaufslandschaft“ kann nur entstehen, wenn die Stadt Investoren bei Entwicklungen und Innovationen unterstützt (Qualitätsgewinn).
- Produktgruppen mit Premium-Orientierung sind eine Zugewinnchance – das Niedrigpreissegment ist ausgelagert – die „Breite Mitte“ entfällt.
- Bewohner/innen akzeptieren eine stärkere Nutzungsmischung (z. B. Gastronomie bis 22 Uhr).
- Braucht Wachstum im Einzelhandel neue Flächen? Qualitätsgewinn kann auch durch eine Transformation des Bestandes möglich sein.
- Geschäfte bieten Attraktivität und Qualität - alle Akteursgruppen arbeiten am gleichen Ziel, z. B. verbesserte Darstellung und Information.
- Es wird ein umfassender Flächenausbau zur Attraktivitätssteigerung erforderlich sein. Die gilt auch für „Abstellflächen“ im Bereich der Mobilität (z. B. Parkplätze).
- Flexibilität und Kurzfristigkeit werden zugelassen: B- und C-Lagen entwickeln sich als „Experimentierraum“, um „einzigartige“ Angebote zu schaffen.

Welche Konsequenzen ergeben sich für Raum + Flächen _ Mobilität + Logistik _ Menschen + Zielgruppen?

Raum + Flächen

- „Mut zur Höhe“ – im Hochbau muss Wachstum nach oben ermöglicht werden (mit solidem Nutzungsmix).
- Es wird eher eine „qualitative“ Transformation der bestehenden Lagen und des Bestandes geben als umfassende Neubauten.
- Dachgärten müssen als Potenzial für mehr Grün in der Innenstadt ausgebaut werden
- Einer Flächenentwicklung stehen hohe Bodenpreise gegenüber.
- „Alte“ Laufwege müssen durch „Eventknoten“ erweitert werden – für Ladenlokale und Seitenstraßen muss Aufmerksamkeit geschaffen werden.
- Verknüpfungen von Produkt und Erlebnis müssen stattfinden (z. B. Verkaufsraum EG, Manufaktur OG).
- Der Handel und das Einkaufen brauchen ein „Rahmenprogramm“ (z.B. Räume, Veranstaltungen, etc.).
- Aufenthaltsqualität wird eine zentrale Rolle spielen.
- Es kann notwendig werden, „reine“ Dienstleister aus der Handelslandschaft auszusiedeln.
- Umgang mit Leerständen als Flächenpotenzial im Bestand: Es gibt die Beobachtung, dass Leerstände teilweise von den Eigentümern akzeptiert werden.

Mobilität + Logistik

- Ausbau der Mobilitätsangebote und -flächen sowie des Parkraums (Rad, Auto, E-Stationen, Rad-Tiefgarage, ...).
- Erreichbarkeit mit dem Bus muss verbessert werden.
- Es sind neue Lösungen für die Logistik erforderlich.
- Es ist eine bessere Anbindung des Bahnhofs erforderlich (z.B. Shuttle).
- Die altersgerechte Mobilität muss weiterentwickelt werden (z. B. Shuttlebus zu Seniorenheimen, Taxistände gegenwärtig in der Innenstadt leider reduziert bzw. „abgeschafft“)

Menschen + Zielgruppen

- Die Serviceangebote des Handels müssen konsequent und einheitlich ausgebaut werden: Bringdienste etc. – „Kein Kunde trägt seine Tüte nach Hause“.
(Fragen: Auf wen werden die Kosten umgelegt? - Beitrag als „Zwangsabgabe“?)
- Händler müssen als organisierte Einheit auftreten („wie im Shoppingcenter): mit attraktivem Auftritt (u. a. Sauberkeit, Sicherheit), gemeinsamen Marketing und innovativen Logistiklösungen (z. B. gemeinsamer „Abgabepunkt“ für Anlieferung / Logistik).
- Der Handel muss sich stärker auf die Zielgruppen zubewegen – 100% Kundenorientierung.
- „Leute vom Sofa holen!“ - Herausforderung Online-Handel aktiv annehmen: Attraktivität und Service bieten, Orientierung im Raum ermöglichen, Innenstadt sicher gestalten.
- Das „Ausprobieren“ von Multichannel-Formaten“ findet aktiv statt.
- Mehr Bewohner/innen in der Stadt = mehr Kunden?

Kurz + knapp: Welche Chancen und Risiken stecken im Szenario?

Risiken

- Wollen wir eine Innenstadt mit Angeboten für „Alle“ oder nur für zahlungskräftige Zielgruppen / Kunden?
- Welche Produkte könnten im Fokus stehen? Wo ist Potenzial für Neuentwicklungen?
- Die regionale Erreichbarkeit der Innenstadt ist nur im Rahmen einer Ausweitung des motorisierten Individualverkehrs (MIV) denkbar.
- Die möglichen Auswirkungen des demographischen Wandels sind bei diesem Szenario unklar: Es gibt eine Zunahme älterer Menschen – Wie kann die Ansprache jüngerer Menschen aussehen?
- Sind Ruheräume für Ältere erforderlich? Nutzungskonflikte können entstehen: Handel = „Trubel“?
- Es gibt eine große regionale Konkurrenz um Kaufkraft (z. B. Bremen etc.). Dies erschwert die Durchschlagskraft dieses Szenarios.
- Hat Szenario die gewünschte Magnetwirkung? Ist das fokussierte „Setzen“ auf Einzelhandel die richtige Strategie?
- Die Innenstadt ist „am Abend tot!“ - keine Strahlkraft nach 20 Uhr.
- Die Maximierung von Handelsflächen schießt andere Nutzungen aus. Es wird zu einer Verdrängung des Wohnens in der Innenstadt kommen.
- Die Innenstadt wird uniformiert und gleichförmig.
- Filialisten sind eher unkooperativ und treten als „Trittbrettfahrer“ in Erscheinung.
- Der Warenverkehr und die Herausforderungen für die Logistik werden zunehmen.
- Das Szenario bildet einen Widerspruch zum Ausbau von Freiräumen in der Innenstadt.
- Sind überhaupt ausreichend qualifizierte Mitarbeiter/innen für die Handelsunternehmen verfügbar?
- Wie werden sich die Mietpreisvorstellungen der Eigentümer entwickeln?
- Ist die Mitwirkungsbereitschaft der Betreiber gegeben?

SZENARIO 2 _ UMPROGRAMMIERUNG

ERLEBNIS _ Innenstadt als „Hybrid“.

Die Oldenburger Innenstadt etabliert sich weiter als „zukunftsfähiger und besonderer Erlebnisraum“. Neben **Einzelhandelsangeboten** werden deutliche Akzente und Erweiterungen für **Kultur, Bildung und Gastronomie** geschaffen.

(„Die 16-Stunden-Innenstadt“)

Was sind prägende Merkmale dieses Szenarios?

Wie sieht die Innenstadt 2030 aus?

- Das Flächenpotenzial in den 2. und 3. Obergeschossen in den Gebäuden wird genutzt (z. B. für Start up-Unternehmen, Kreativwirtschaft, ...).
- Urban Gardening setzt neue Akzente auf Dächern und Fassaden sowie im öffentlichen und privaten Raum.
- Öffentliche Flächen sind wetterfest weiterentwickelt (zumindest temporär).
- Die Nutzung von Flächen wird schnell, flexibel und einfach.
- Es gibt funktionierende Zukunftslösungen für das Fahrradparken (z. B. in die Höhe, um Raum/Flächen für neue Nutzungen zu schaffen).
- Es gibt neue Veranstaltungsflächen und Sommerbühnen in der Innenstadt.
- Die Universität / Wissenschaft kommt in den Innenstadt (z. B. auch die Mensa) und befördert eine neue, andere Lebenskultur.
- Die Geschäftszeiten haben sich verändert.
- Es gibt vielfältige, frei nutzbare soziale Treffpunkte und Räume.
- Die Gastronomie hat sich mit neuen Impulsen und Individualität weiterentwickelt.
- Es gibt 100% Internet in der Innenstadt.
- Es gibt außerschulische Lernräume und außermuseale Museumsräume, die die Innenstadt bereichern.
- Es gibt Kitas in der Innenstadt.
- Es gibt innerstädtische Räume für Spielplätze / -gelegenheiten (indoor und outdoor).
- In der Innenstadt haben sich Hotels, Hostels / Boardinghäuser entwickelt (mit einer starken Orientierung auf jüngere Zielgruppen).
- Die Innenstadt ist ein Ort für studentisches und junges Wohnen geworden.
- Die innerstädtische Mischung von Handel, (Sub)Kultur, Bildung und Gastronomie strahlt in die Region.
- Es gibt Mut, Dinge entstehen zu lassen.

Welche Konsequenzen ergeben sich für Raum + Flächen _ Mobilität + Logistik _ Menschen + Zielgruppen?

Raum + Flächen

- Bestehende Flächenpotenziale werden intelligent und effektiv genutzt.
- Es entstehen Chancen für die Nutzung der 2. und 3. Obergeschosse.
- Es entstehen Chancen für die Nutzung / „Bespielung“ von Dächern.
- Es entsteht eine neue Art von Plätzen und Räumen, die die besondere „Oldenburger Lebensart“ verkörpern.
- Es entsteht ein neues Denken, das auch bisher unentdeckte Orte in den Blick nimmt.

Mobilität + Logistik

- Die Innenstadt braucht neue Verkehrslösungen, um hochattraktiv zu bleiben.
- Beim Fahrradparken muss in die Höhe und Tiefe gedacht werden.
- Der ÖPNV muss sich weiterentwickeln und sehr attraktiv werden.
- Der Hafen und Wasserwege müssen stärker genutzt werden.
- Die Zukunft der Automobilität muss in den Blick genommen werden.

Menschen + Zielgruppen

- Es entsteht eine neue „Lebensart“ in der Innenstadt, die jedoch aufgrund der Nutzungsmischung auch zu Konflikten führen kann / wird.

Kurz + knapp:

Welche Chancen und Risiken stecken im Szenario?

Chancen

- Die Oldenburger Innenstadt wird mehr Alleinstellungsmerkmale haben.
- Die Innenstadt wird jünger
- Die Innenstadt wird belebt (insbesondere auch am Abend).
- Die Verweildauer der Menschen wird sich erhöhen (insbesondere in der Woche).
- Kultur und Bildung werden „jünger“ gedacht - Kunst wird neu und jung interpretiert.
- Räume können neu entdeckt und gestaltet werden.
- Eine solche Ausrichtung wir Automatismen in der Zukunftsentwicklung erzeugen.

Risiken

- Was ist Kultur? Was ist kulturelle Qualität?
Die Oldenburger Innenstadt darf sich keine „Beliebigkeit“ leisten.
- Wie entwickelt sich das „Verhältnis“ zu anderen, bestehenden Einrichtungen (z. B. Theater, VHS, ...).
- Es können / werden Konflikte (insbesondere mit dem Wohnen) entstehen.
- Die Innenstadt wird lauter.
- Die Innovationsbereitschaft der Immobilieneigentümer wird skeptisch gesehen.

SZENARIO 3 _ NEUPROGRAMMIERUNG

LEBEN _ Mehr Stadt in der Stadt.

Die durchmischte Innenstadt mit hoher Lebensqualität ist Realität. Handel, Gewerbe, Gastronomie, Wohnen, Kultur und Bildung rücken immer stärker zusammen. Integriertes Leben und Arbeiten, Dichte, Flexibilität und durchmischte Flächennutzungen sind prägend.

(„Die 24-Stunden-Innenstadt“)

Was sind prägende Merkmale dieses Szenarios?

Wie sieht die Innenstadt 2030 aus?

- Die Obergeschosse sind umgebaut, erschlossen und genutzt.
- Es gibt eine Ebene 3.0 (Dachwipfelgang, Nutzung der Dächer)
- Es gibt Hochhäuser in der Innenstadt.
- Soziale Infrastruktureinrichtungen sind mit einer Vielfalt vorhanden.
- Vertikale Gärten sorgen für ein gutes Innenstadtklima.
- Blockinnenbereiche sind entkernt und aufgestockt.
- Der Handel hat sich auf einen Kernbereich konzentriert.
- Es gibt einen „Third Place“.
- Das Leben und Arbeiten in der Innenstadt ist ökologisch und nachhaltig, Fair Trade-Produkte werden vermehrt angeboten.
- Es gibt ausreichend Raum für Kinder.
- In den 2. und 3. Obergeschossen sind neue Arten von Gemeinschaftsräumen entstanden.

Welche Konsequenzen ergeben sich für Raum + Flächen _ Mobilität + Logistik _ Menschen + Zielgruppen?

Raum + Flächen

- Es gibt mehr öffentlichen Raum, für auch nicht kommerzielle Nutzungen (z. B. Open Spaces, Treffpunkte, ...).
- Es gibt verschiedene „Zonen“ und / oder „Verschneidungen“ für unterschiedliche Nutzungen (z. B. Wohnen, Arbeiten, Einkaufen, Gastronomie, ...) unter Beachtung von Rückzugsräumen.
- Teile der Universität werden integraler Bestandteil der Innenstadt.
- Die heutigen Räume und Flächen werden zum Teil umgenutzt, umstrukturiert, neugeordnet und multifunktional ausgerichtet.
- Die Stadt Oldenburg kauft bzw. mietet Immobilien in der Innenstadt, um Eingriffs- und Steuerungsmöglichkeiten zu erhalten.
- Pop-up Stores bieten die Möglichkeit, neue Modelle, neue Sortiment und neue Betriebskonzepte auszuprobieren.

- Eine Festivalhalle in der Innenstadt bringt neue Zielgruppen in die Innenstadt und belebt die Abend- und Nachtstunden.
- Eine Markthalle ermöglicht die tägliche Frische-Versorgung (wetterunabhängig).
- Die Innenstadt benötigt einen Masterplan „Immobilienutzung und -entwicklung“.
- Es gibt einen erheblichen Modernisierungsbedarf bei den Immobilien, insbesondere mit Blick auf zukunftsfähiges und bedarfsgerechtes Wohnen.

Mobilität + Logistik

- Die Innenstadt braucht Fahrradparkhäuser.
- Parken muss neu gedacht: „spektakuläres Parken“ als Anreiz für auswärtige Besucher.
- Entwicklung eines neuen Transportsystems „Parken im Kontext der Innenstadt“: neue Shuttle-/Zubringersysteme.

Menschen + Zielgruppen

- Die Innenstadt wird Schauplatz für modernes Leben.
- Es entstehen „Kiez Feelings“.
- Oldenburg ist eine Innenstadt für Alle.

Kurz + knapp:

Welche Chancen und Risiken stecken im Szenario?

Chancen

- Die Oldenburger Innenstadt zieht Alle an.
- Lebens- und Luftqualität verbessern das Leben in der Stadt und das Image.
- Es wird innerstädtischer Wohnraum geschaffen.
- Die Multifunktionalität führt zu mehr Sicherheit (soziale Kontrolle).
- Es wird weniger Angsträume geben.
- Es werden heutige Nutzungen wegfallen, aber neue Nutzungen hinzukommen.

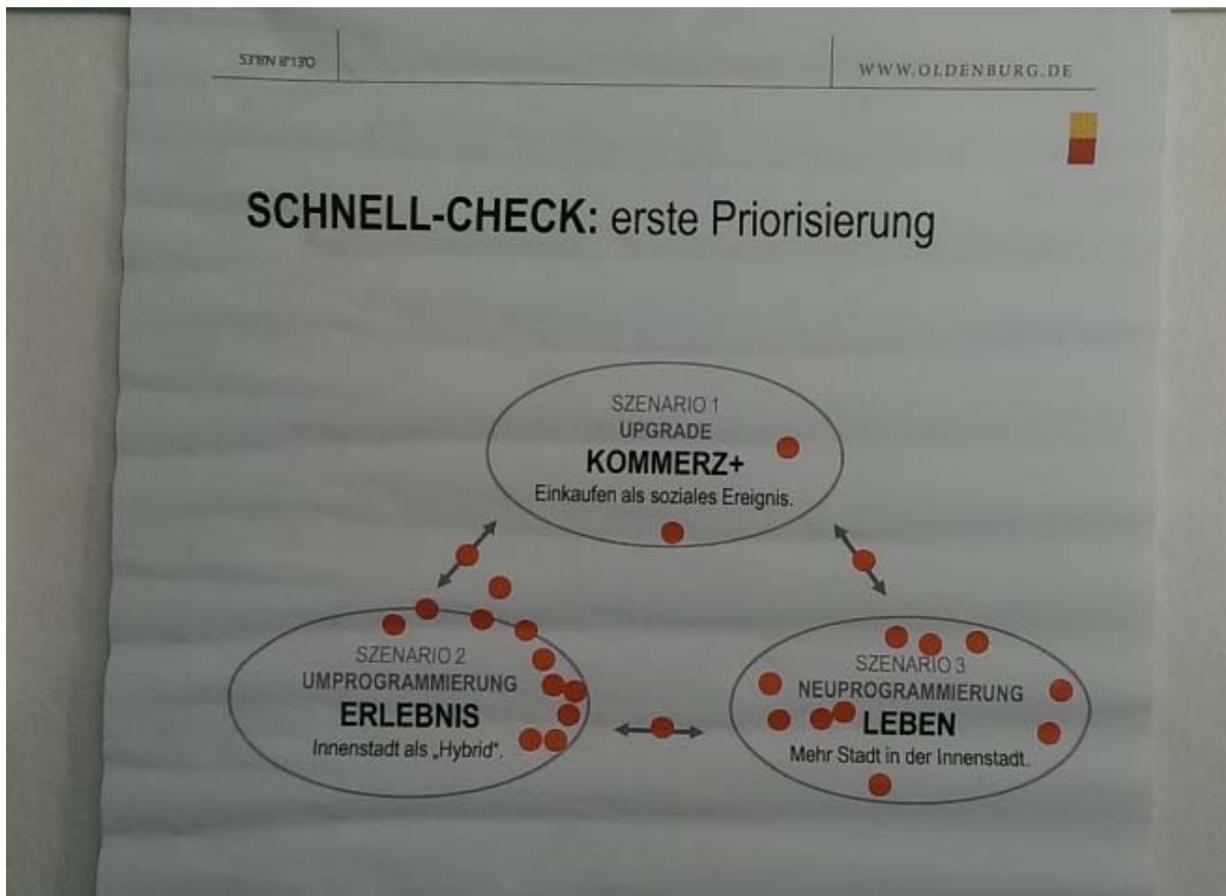
Risiken

- Entstehende Konfliktsituationen, die durch die Nutzungsmischung und Dichte entstehen, müssen gelöst werden.
- Es können weitreichende Eingriffe in das Eigentum Privater stattfinden bzw. notwendig werden. Dabei ist unklar, wie Eigentümer darauf reagieren und welche Anreize / Förderungen die Stadt Oldenburg anbieten kann.
- Mehr Wohnraum = weniger regionale Ausstrahlung (z. B. als Einkaufsstadt)?
- Es werden heutige Nutzungen wegfallen, aber neue Nutzungen hinzukommen.

INNENSTADT OLDENBURG _ SZENARIEN

„Schnell-Check“: erste Priorisierung der drei Szenarien Szenario-Empfehlung des AK Bündnis Innenstadt

Zum Einstieg in die Diskussion einer Szenario-Empfehlung des AK Bündnis Innenstadt haben die Teilnehmer/innen der Sitzung die Möglichkeit, mit einer Bepunktung eine erste Priorisierung der Szenarien vorzunehmen. Hier zeigt sich deutlich, dass Szenario 1 UPGRADE keine Option für die Oldenburger Innenstadt sein wird. Aus Sicht der Teilnehmer/innen liegt die Zukunft der Oldenburger Innenstadt in einer Mischung zwischen Szenario 2 und Szenario 3.



Folgende ergänzende Aspekte wurden diskutiert:

- Die Innenstadt sollte sich als „Mischwald“ verstehen und damit stabil und robust für Zukunftsentwicklungen werden. Multifunktionalität ist eine Leitorientierung (keine Monostrukturen).
- Es sollte der Mut wachsen, architektonische „Eckpfeiler“ zu setzen. Das bedeutet auch, dass die Gestaltung und Nutzung von Bestands-Immobilien neu gedacht werden muss.
- Die Gestaltung und Nutzung des (begrenzten) öffentlichen Raumes wird beim „Erlebnis“ und „Leben“ eine zentrale Rolle spielen
- Die Zielgruppe der jungen Menschen wird eine wichtige Rolle bei der Zukunftsentwicklung der Innenstadt übernehmen.

- Der Einzelhandel bleibt die Schlüsselfunktion der Innenstadt. Die zukünftige Gesamtentwicklung darf dem Handel „nicht das Leben erschweren“:
- Wohnen und Wohnen auf Zeit sind wichtige Bausteine einer zukunftsfähigen Innenstadtentwicklung.
- Die gemeinsame Arbeit für die Innenstadt (insbesondere für den Handel) benötigt zeitnahe Reaktionen und Maßnahmen. Dabei sind der Zeithorizont der Stadtentwicklung vs. die Kurzlebigkeit des Einzelhandels durchaus als Herausforderung zu betrachten.
- Eine schnelle Reaktion kann darin bestehen, den Erlebnischarakter der Innenstadt schnell auszubauen – Events sorgen sofort für Frequenz.
- Die Zukunftsentwicklung kann nur als „Gemeinschaftswerk“ viele Akteure gelingen. Hier sind Rollen, Funktionen, Motivationen und Verantwortlichkeiten zu klären und zu vereinbaren.
- Die Oldenburger Innenstadt soll als „Gesamtlebensmodell“ verstanden werden – sie steht in der Zukunft für eine neue räumliche „Einheit“ von Wohnen, Arbeiten und Leben (Die Innenstadt ist der „richtige“ Ort für ein gutes Leben.)

AUSBLICK

Oberbürgermeister Jürgen Krogmann dankt den Mitgliedern des AK Bündnis Innenstadt für die konstruktive und kreative gemeinsame Arbeit, mit der der „Einstieg in die Zukunft“ der Innenstadt gelungen ist.

Die Büros werden auf der Grundlage der heutigen Ergebnisse einen strategischen Ansatz für die zukünftige Innenstadtentwicklung erarbeiten, der dann die Basis für die konkrete Ausgestaltung der Innenstadtstrategie sein wird.

Für die nächste Sitzung des AK Bündnis Innenstadt gibt es zurzeit zwei Terminoptionen: **26. Februar 2019 ab 17.00 Uhr oder 20. März 2019 ab 16.00 Uhr**. Die Mitglieder des AKs werden gebeten, sich beide Termine zu notieren. Sobald der Termin endgültig festgelegt ist, werden die Mitglieder umgehend informiert.