

# OLDENBURG \_ INNENSTADTSTRATEGIE

## 5. Sitzung des AK Bündnis Innenstadt \_ 04. Juli 2019 | DOKUMENTATION

### WILLKOMMEN

#### Begrüßung und Einführung

Oberbürgermeister Jürgen Krogmann begrüßt die Mitglieder des AK Bündnis Innenstadt zur 5. Sitzung. Er wirft einen Blick auf den bisherigen Arbeitsprozess und hebt insbesondere die positive und produktive Stimmung der letzten Sitzung hervor. Die InnenstadtStrategie sei ein Prozess, der zunehmend konkreter wird und bei dem eine Vielzahl von Akteuren beteiligt ist. Ziel sei es, die Innenstadt mit den sich verändernden Rahmenbedingungen als attraktiven Standort zu erhalten und zukunftsfähig aufzustellen. Dabei hebt er die besondere Stellung der Oldenburger Innenstadt im (über)regionalen Kontext hervor. Er begrüßt den neuen Stadtbaurat Dr. Sven Uhrhan, der heute zum ersten Mal an einer Sitzung des AK Bündnis Innenstadt teilnimmt und übergibt das Wort an ihn.

Herr Dr. Uhrhan freut sich darauf, in der heutigen Sitzung die Akteure, die sich in der Oldenburger Innenstadt engagieren, kennenzulernen und begrüßt diese herzlich. Seine Rolle sieht Herr Dr. Uhrhan heute zunächst als „Gast“ bei AK Bündnis Innenstadt, der gespannt ist auf die gemeinsame Arbeit und in die er so schnell wie möglich aktiv mit einsteigen wird. In die grundsätzlichen Aufgabenstellungen und die bis jetzt erarbeiteten Ergebnisse des AK Bündnis Innenstadt hat er sich bereits eingearbeitet. Die Grundkonzeption der InnenstadtStrategie stimmt ihn positiv und es wird eine wichtige Aufgabe sein, die Ergebnisse des Prozesses in politisches Handeln und gemeinsames Umsetzen zu überführen. Dr. Uhrhan freut sich auf die zukünftige Zusammenarbeit und steht als Ansprechpartner von nun an für alle Beteiligten zur Verfügung.

### STRATEGIE- UND ZIELSYSTEM FÜR DIE INNENSTADT

#### Vorstellung und Kommentierung \_ Elke Frauns, büro frauns

Elke Frauns vom büro frauns begrüßt ebenfalls die Teilnehmer/innen der heutigen AK-Sitzung und gibt einen Überblick über die heute anstehende gemeinsame Arbeit. In einem ersten Schritt geht es um die pointierte Vorstellung des in den letzten Sitzungen erarbeiteten Strategie- und Zielsystems und eine Reflexion und Kommentierung der Ziele, die für unterschiedliche Handlungsfelder erarbeitet wurden. Im Anschluss werden in sechs Teams sechs Projekte / Projektansätze / Projektcluster, die in der letzten Sitzung für die Zukunftsentwicklung der Innenstadt priorisiert worden sind, vertieft bearbeitet. Hierzu sind zu jedem Projekt Arbeitsfragen formuliert worden, die bei der Projektkonkretisierung unterstützen sollen.

Aus der Politik gab es im Rahmen einer Berichterstattung über die Arbeit des AK Bündnis Innenstadt den Hinweis, das Thema „Inklusion“ stärker zu betonen. Hier verweist Frau Frauns darauf, dass das Thema in der gemeinsam erarbeiteten Leitidee, der Strategie, den Ansprüchen, den Merkmalen und den Zielen sehr klar und eindeutig formuliert ist: Oldenburg ist für ALLE - Oldenburg ermöglicht ein Leben in VIELFALT, verbunden mit den entsprechenden Konsequenzen in der Stadtentwicklung und im gemeinsamen Handeln.

## Strategie- und Zielsystem für die Innenstadt \_ AUFBAU

Kurzübersicht: Leitidee | Strategie | Ansprüche | Merkmale | Ziele



## Ziele für die nächsten fünf Jahre \_ REFLEKTION + KOMMENTIERUNG

### URBAN \_ (Stadt)Räume | Flächen (öffentlich | privat)

- ▶ Versteckte Orte wieder ins Bewusstsein rufen.
- ▶ Junge Leute in die Stadt bringen.
- ▶ Kleine Treffpunkte schaffen.

### Ergänzende Hinweise

#### **Innenstadt ist Alltag und Repräsentation**

An beide grundsätzlichen Funktionen werden hohe städtebauliche Qualitätsansprüche gestellt.

#### **Neue Räume**

Innenstadtentwicklungen geben Stadträumen eine neue Bedeutung und Funktion.  
Diese (z. T. heutigen „Hinterhofsituationen“) müssen neu interpretiert werden.

#### **Versteckte Orte**

Hier rücken nicht-kommerzielle Nutzungen in den Fokus. Wie entstehen Aufenthaltsqualitäten?

#### **Kleine Treffpunkte**

Auch an „prominenten Orten“ soll es kleine Treffpunkte geben.

## PRODUKTIV \_ Handel | Gastronomie | Dienstleistungen

- ▶ Marktanteil überregional stärken.
- ▶ Frequenz in der Innenstadt erhöhen.
- ▶ Digitale Wahrnehmung erhöhen.

### Ergänzende Hinweise

#### Marktanteil

Die Einzelhandelszentralität ist heute schon sehr hoch (142,7 in 03/2019).

Was bedeutet in diesem Zusammenhang „stärken“?

Welche Konsequenzen können sich für die Region ergeben?

Was bedeutet „überregional“?

#### Hinweise aus dem AK:

*Für die hohe Einzelhandelszentralität ist nicht nur die Innenstadt verantwortlich, sondern die Gesamtstadt (incl. „grüne Wiese“). In Bezug auf die Innenstadt muss es gemeinsame Aufgabe sein, den Marktanteil der Innenstadt weiter zu stärken.*

*„Überregional“ fokussiert nicht nur das Kerneinzugsgebiet von Oldenburg, sondern insbesondere auch die gesamte „Küstenlandschaft“ (bis zu zwei Stunden Fahrzeit). Zudem hat für Oldenburg und „Einkaufen in der Innenstadt“ der Städtetourismus“ eine besondere und wichtige überregionale Bedeutung.*

#### Digitale „Welt“

Neben der digitalen Wahrnehmung (nach außen) spielt auch die Nutzung von Daten (von Kunden) eine wesentliche Rolle (nach innen). Es geht um die Produktion von Wissen und die Anwendung des produzierten Wissens (Fokus u.a.: Service- und Dienstleistungsqualitäten)

#### Hinweis aus dem AK:

*Hier soll eine Umformulierung des Ziels erfolgen, da Daten ein zentraler Erfolgsfaktor für die Zukunftsfähigkeit des stationären Handel sind.*

### Ergänzung im Nachgang zum Workshop durch büro frauns:

aus: Handelsimmobilien Report Nr. 301, S. 20 - 21

Studie: Handelsszenarien Nordrhein-Westfalen 2030 (IFH Institut für Handelsforschung, Köln)

*„Umso wichtiger ist es aus ihrer Sicht, dass sich der Handel zukunftsfähig aufstellt. Dabei bleibt zwar „die Wahl des richtigen Standorts“ ein zentraler Erfolgsfaktor, doch rücke neben „Lage, Lage, Lage“ auch der Faktor „Kunde, Kunde, Kunde“ in den Mittelpunkt, denn Kundenverständnis und Kundenbindung seien für die Zukunftssicherung im Handel zentral. So werde es in Zukunft - neben dem stationären Geschäft - um noch viel mehr gehen als etwa um die Präsenz im Internet und Online-Services. Das sind laut Studie eher Basisanforderungen. Vielmehr wird es darum gehen, Daten online und offline zu sammeln und im Sinne einer konsequenten Ausrichtung auf den Kunden und seinen Bedarf zu nutzen, um Kunden persönlich und situationsbezogen über die verschiedensten analogen und digitalen Touchpoints anzusprechen und eine Bindung herzustellen.“*

## MOBIL \_ Verkehr | Logistik

- ▶ Attraktive Erreichbarkeit (schnell, störungsfrei, preisgünstig, stressfrei, ...).
- ▶ Sicherstellung einer funktionalen, störungsfreien und unauffälligen Ver- und Entsorgung.
- ▶ Reduzierung der unerwünschten verkehrlichen Auswirkungen (Emissionen, Flächenverbrauch, ...).

### Ergänzende Hinweise

#### Erreichbarkeit

zwei Facetten: Erreichbarkeit DER Innenstadt und Erreichbarkeit IN der Innenstadt

#### Attraktive Erreichbarkeit

Ist „preisgünstig“ die richtige Zielsetzung?

#### Hinweis aus dem AK:

*„Preisgünstig“ bezieht sich auf den ÖPNV, damit er sich als attraktive Alternative zum MIV entwickeln kann und wettbewerbsfähig ist.*

#### Ver- und Entsorgung

Ergänzung von: zukunftsfähig und klimagerecht

„Letzte Meile“ – emissionsarme / -freie Belieferung der Innenstadt (laufendes Projekt der Stadt)

#### Wegebeziehungen und Wegeverbindungen

in der Innenstadt und in das unmittelbare Umfeld (Wallanlagen, Bahnhof, Hafen, Schlossgarten, ...)

stärker ins Bewusstsein rücken und weiterentwickeln

#### Kommunikation zur Mobilität

Wie sprechen wir öffentlich über Mobilität?

#### Hinweise aus dem AK:

*Die Kommunikation zur Mobilität und Erreichbarkeit der Innenstadt muss positiv besetzt werden.*

*Zukunftsmobilität braucht die richtigen Botschaften, die richtige Kommunikation und die richtigen Kommunikationskanäle.*

## GEMISCHT \_ Wohnen | Arbeiten | ER\_Leben

- ▶ Arbeiten und Wohnen ab dem 1. OG fördern.
- ▶ Realisierung von Leerstandsmanagement und Nutzungsmonitoring.
- ▶ Öffentliche Räume als Aktionsflächen und Orte der Ruhe.

### Ergänzende Hinweise

#### Wohnen

Nutzungskonflikte: Konkretisierung des Wohnens – eher „jung“ und „temporär“?

#### Hinweise:

*Zielgruppen für Wohnen: Nicht nur Studierende / junge Menschen, sondern auch ältere Menschen stehen im Fokus (Bsp. Quartier Waffenplatz) - urbanes, zentrales Wohnen ist sehr attraktiv. Darüber hinaus sind der Wohnungsbau und die Nutzbarmachung von Flächen im Bestand in der Innenstadt mit hohen Investitionen verbunden – in der Folge wird das innerstädtische Wohnen für Studierende (zu) teuer.*

*Anmerkung zu möglichen Nutzungskonflikten: Die Aussage „Wer in die Innenstadt zieht weiß, worauf er sich einlässt.“ stimmt so nicht. Nutzungskonflikte sind eine ernstzunehmende Herausforderung.*

### Leerstandsmanagement

Zwischennutzungen (die allerdings die strukturellen Probleme nicht lösen)  
eher in größeren Strukturen denken und handeln (eine zu kleinteilige Betrachtung ist nicht zielführend)

### Ergänzung eines Querschnittsthemas auf der Zielebene

(Stadt)Klima \_ Mikroklima Innenstadt

#### Fokus Ökologie

Flächen und Versiegelung, Grün, Mobilität, Immobilien

#### Fokus Gefahrenabwehr, Sicherheit und Gesundheit

Starkregen, Überhitzung, Abgase, ...

### ZUKUNFTSPROGRAMM \_ Projekte KONKRET

Sechs Projekte \_ sechs Teams

In der letzten Sitzung des AK Bündnis Innenstadt wurden zu den vier Handlungsfeldern URBAN | PRODUKTIV | MOBIL | GEMISCHT Projektideen formuliert und priorisiert. Diese Projekte sind zum jetzigen Zeitpunkt noch sehr unkonkret. Um ein Programm für die StadtStrategie zu erarbeiten, ist es notwendig, die Projektideen deutlich weiterzuentwickeln.

Es haben sich sechs priorisierte Projekte / Projektansätze / Projektcluster herausgebildet, die im Folgenden mit Unterstützung einiger Arbeitsfragen in sechs Teams bearbeitet wurden.

Die Ergebnisse der Teams sowie Hinweise und Ergänzungen aus dem abschließenden Gespräch im Plenum sind nachfolgend zusammengestellt.

## Impressionen aus der Teamarbeit



# INNENSTADTSTRATEGIE \_ PROJEKTE KONKRET

## 1. neue Räume | versteckte Orte | Treffpunkte

### Grundsätzliches

- Für die Projekte muss ein „Akteur“ bestellt werden, der zuständig ist.
- Nach der Fertigstellung ist ein „Kümmerer“ erforderlich.
- Die Finanzierung muss gesichert sein.
- Es sollte darüber nachgedacht werden, bestehende Bestimmungen zur Nutzung und Gestaltung von Räumen zu überdenken und ggfls. zu ändern.
- Wichtig sind feste und klare Verantwortlichkeiten (bspw. im Mietvertrag bereits die Bespielung des Raumes festlegen).

#### ► Wo sind die neuen Räume, die versteckten Orte und Treffpunkte? (siehe Plan Seite 9)

- Nr. 1 \_ Schlossinnenhof
- Nr. 2 \_ neu: Paradewall
- Nr. 3 \_ Baumgartenstraße / Musikschule
- Nr. 4 \_ „Platz hinter der Kirche“
- Nr. 5 \_ Neue Straße
- Nr. 6 \_ Waffenplatz
- Nr. 7 \_ Herbartgang
- Nr. 8 \_ Pulverturm, etc.
- Nr. 9 \_ Schloss: Rasenfläche vor dem Schloss

#### ► Welchen Charakter haben diese Räume, Orte und Treffpunkte?

- Nr. 3 \_ aktuell: verlassenener Ort
- Nr. 4 \_ aktuell: sehr dunkel, namenlos
- Nr. 5 \_ Hinterhof
- Nr. 8 \_ charakterlos, Fahrtschneise
- Nr. 9 \_ unattraktiv, langweilig

#### ► Was kann in diesen Räumen, Orten und Treffpunkten konkret geschehen?

- Nr. 1 Schlossinnenhof: temporäre Sitzplätze
- Nr. 2 potentielle Gartenfläche, Ressource Wasser nutzen (Terrassen, Spielmöglichkeiten)
- Nr. 3 Belegung, Austausch schaffen, junge Leute anziehen: Sitzgelegenheiten, Aufhellung
- Nr. 4 einen Namen geben
- Nr. 4a Beleuchtungskonzept (künstlerische Beleuchtung)

- Nr. 4b „Speakers Corner“ für Kunst (temporär)
- Nr. 4c Einrichtung einer Grünfläche / Garten (urban gardening / Klostergarten), Charakter der Kirche herausstellen
- Nr. 5 Einrichtung einer Grünfläche / Garten (urban gardening), besondere Fahrradabstellmöglichkeiten schaffen
- Nr. 6 Wochenmarkt / Bauernmarkt (statt Julius-Mosen-Platz), private Sommernachtsevents - nicht-kommerziell (Tango tanzen, Schach spielen, Film zeigen), Gebäude über Netto: Tanzschule ansiedeln und Bedingungen für eine Bespielung in Mietvertrag festschreiben
- Nr. 7 Ort für Pop-Up-Stores / kreative Zwischennutzungen, Einbeziehung des Hofes
- Nr. 9 attraktive Gartengestaltung (dauerhaft) (wie ein Küchengarten / floral gestalten)

► **Wie kann die Ausgestaltung der neuen Räume, versteckten Orte und Treffpunkte angegangen werden?**

- Nr. 1.....Jugendwerkstatt oder Künstlerprojekt
- Nr. 4 a+b.....Kulturamt, Kirche, Künstler (BBK)
- Nr. 4c.....Studierendenprojekt / private Patenschaften initiieren
- Nr. 5.....Studierendenprojekt / private Patenschaften initiieren
- Nr. 6.....eine kulturelle Einrichtung mit permanenten Angebot am Waffenplatz ansiedeln  
Programm anbieten („Kümmerer“)
- Nr. 7.....Zwischenzeitzentrale
- Nr. 8.....Einbindung Jade HS / Studentenprojekte (neue Ideen entwickeln lassen)
- Nr. 9.....Schlossgartenverwaltung

**Themenspeicher**

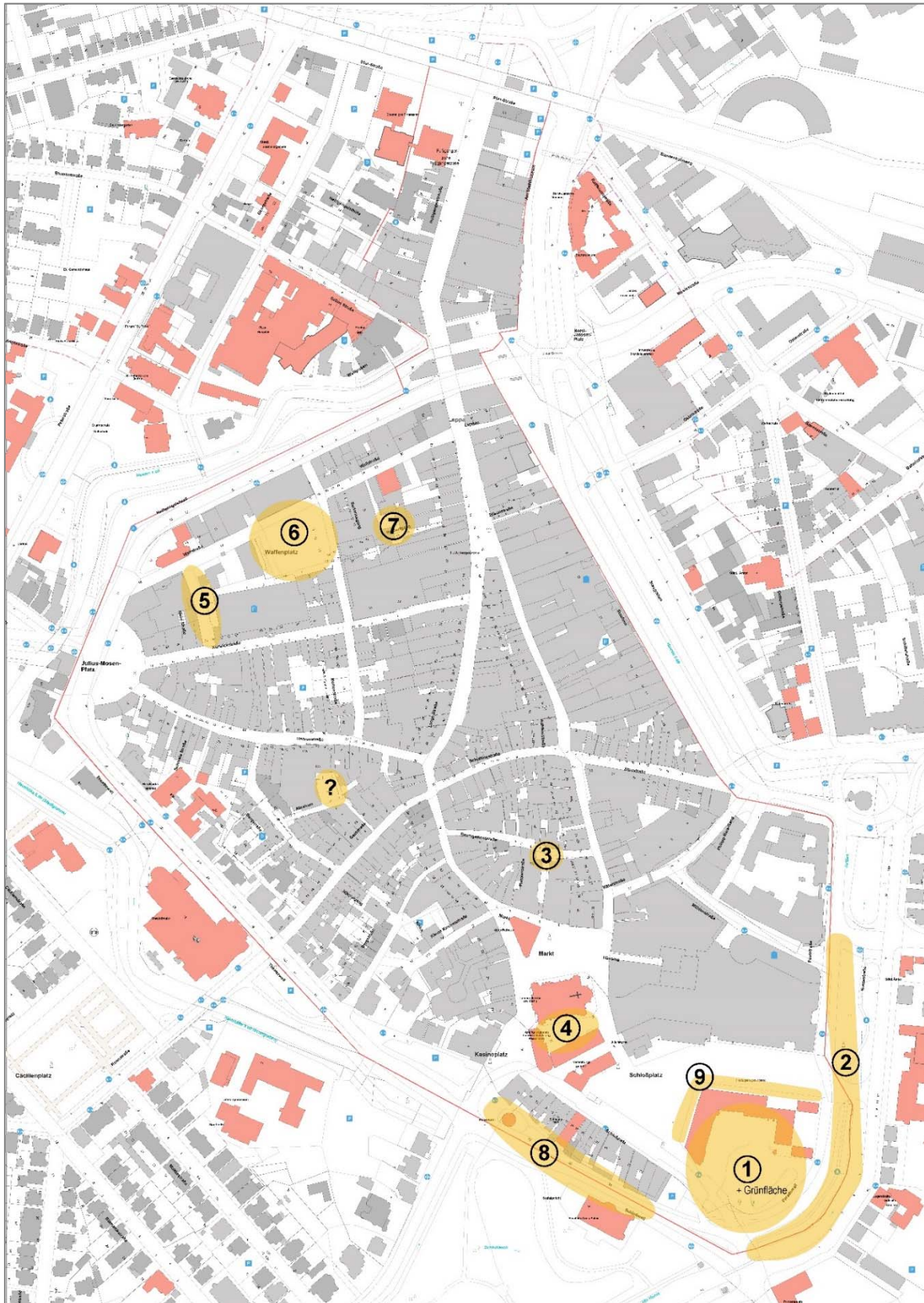
- Ästhetik und Erlebnis sind zentrale Elemente, Ziel ist ein „mentaler Mehrwert“
- Ideenbotschafter finden, die sich mit der Nutzung und Gestaltung von Flächen beschäftigen

Weitere Orte:

- ? (siehe Plan Seite 9) Platz am Abraham – Entwicklung des öffentlichen Raumes ist abhängig von Veränderungen, die sich im Hinblick auf die Randbebauung ergeben
- Schlossplatz: temporäre Sportereignisse (Sportgruppen ansprechen)
- Tiny Häuser (Wallanlagen)
- Lamberti Hof als Treffpunkt: hier ist ein grundsätzlicher Neustart nötig
- Julius-Mosen-Platz: schwierige Situation – schön, aber nicht einfach zu bespielen



# 1. neue Räume | versteckte Orte | Treffpunkte



Kartengrundlage: Stadt Oldenburg \_ Bearbeitung: büro frauns

# Arbeitschart \_ Gruppe 1

**Schlossplatz:**  
temporäre Sport-  
Ereignisse  
→ Sportgruppen anfragen

**Tiny Häuser**  
(Wohnanlagen)

**THEMEN  
SPEICHER**

**Grund 22 Hotel**  
1) Aktion be stellen f. Post  
2) Zimmer nach Edgth. standard  
3) Firmen raum & chow  
4) Bestimmungen Doctor

• dem botel/br  
• Fiskal / Erlebnis

## Versteckte Orte | Treffpunkte

▶ Wo sind die neuen Räume, die versteckten Orte und Treffpunkte?

**Schlossinnerhof**  
Sitzplätze temporär

**Waffenplatz:**  
private Sommeraktiv-  
events, nicht kommerziell  
→ Tango tanzen, Schach  
spielen, Film zeigen

② neu: Paradowall  
③ Baumgartenstr./Musikschule  
④ „Platz hinter der Kirche“  
⑤ Neue Straße  
⑦ Herbart gang

⑧ Pulverturm etc.  
⑨ Schloss: Rasenfläche vor dem  
Schlossplatz

▶ Welchen Charakter haben diese Räume, Orte und Treffpunkte?

③ aktuell: verlassen Ort  
④ aktuell: sehr dunkel, namenlos  
⑤ Hinterhof  
⑧ charakterlos, Fahrtsehneise  
⑨ unattraktiv, langweilig

▶ Was kann in diesen Räumen, Orten und Treffpunkten konkret geschehen?

① Schlossinnerhof: Sitzplätze temporär  
② auch potenzielle Gartenfläche  
③ Belebung, Austausch schaffen, junge Leute anziehen: Nutzung d. Erdgeschosses (Musikschule),  
Sitzgelegenheiten, Aufhellung  
④ einen Namen suchen  
⑤ besondere Fahrradabstellmöglichkeiten schaffen  
⑥ attraktive Gartengestaltung (dauerhaft)  
→ wie ein Küchengarten, florist gestalten  
⑦ Ort für Pop-up-Stores / → kreative Zwischennutzungen  
⑧ „Speakers Corner“ für Kunst → temporär  
⑨ Einrichtung einer Grünfläche/Garten → urban gardening / Klostergarten  
⑩ Wochenmarkt / Bauernmarkt  
(Markt Julius-Nosen-Platz)

▶ Wie kann die Ausgestaltung der neuen Räume, versteckten Orte und Treffpunkte angegangen werden?

① Jugendwerkstatt oder Künstlerprojekt  
② Zwischenzeitzentrale  
③ Kulturrat, Kirche, Künstler (BBK)  
④ Einbindung Jede HS → Studentenprojekte → neue Ideen entwickeln  
⑤ Studententprojekt / priv. Partnerschaften initiieren  
⑥ Schlossgartenverwaltung  
⑦ eine kulturelle Einrichtung mit permanentem Angebot am  
Waffenplatz ansiedeln → Programm anbieten („Kümmern“)

# INNENSTADTSTRATEGIE \_ PROJEKTE KONKRET

## 2. Handelsinnovationen

### Grundsätzliches

- Innenstadt muss ein Erlebnis für einen ganzen Tag bieten (weg von Produkten - hin zu Emotionen - kombiniert mit Handel)
- Wichtig: Leerstands- und Immobilienmanagement spielen vor dem Hintergrund von Handelsinnovationen eine wichtige Rolle, weil auf diesen Flächen (temporäre) Handelsinnovationen entstehen können.
- Hinweis: Auch Flächenpotenziale in den Obergeschossen sind spannend für Handelsinnovationen.

#### ► Was sind Handelsinnovationen für die Oldenburger Innenstadt?

- Showroom mit allen digitalen Entwicklungen / Fortschritten
- kooperative Handelsmodelle: z. B. Food / Kaffee + Textil + Lifestyle; 3 Anbieter 1 Fläche
- „sexy Produktportfolio“ - Oldenburger Showroom
- Umbaushop - analog Umbaubar
- pick & weight, Weekday, Urbanoutfitters
- Innovationen-Angebot auch für Altersgruppe 40+ (Anmerkung: gute Konzepte wie bspw. Pop-Up ziehen alle Altersgruppen an)
- nicht nur Handelsinnovationen, auch Dienstleistungen und Gastronomie haben eigene Potenziale und können miteinander verknüpft werden (z. B. Repair Zentrum, ...)
- Innovationen: nicht massenkompatibel, nicht im Netz, Kleinserien (Second Hand)

#### ► Wo können Handelsinnovationen in der Innenstadt entstehen?

- obere Etagen
- B-Lagen
- Lambertihof
- Bergstraße
- Kaiserstraße
- Ritterstraße

#### ► Was ist notwendig, damit sich Handelsinnovationen entfalten können?

- mittlere bis große Flächen (auf großen Flächen können auch mehrere Anbieter gleichzeitig auftreten)
- Auffindbarkeit in der Innenstadt (Handelsinnovationen sind in großen Teilen experimentell – sie finden daher überwiegend nicht in A-Lagen statt)
- Anreize schaffen: z. B. Durchführung eines (städtischen) Wettbewerbs: Handel der Zukunft

- Bereitschaft der Eigentümer für (kurzfristige) Vermietungen
- Minimierung von Verwaltungsaufwand (Möglichmachen von Experimenten)
- Verwalter / Service-Hausmeister für Eigentümer von leerstehenden Flächen (Entlastung der Eigentümer, insbesondere mit Blick auf „Bürokratie“)
- Kenntnis über leerstehende Flächen / Eigentümerverhältnisse / Miete / Ansprechpartner / Zukunftsplanungen / laufende Mietverträge (Endlaufzeit) / ...
- Förderung (langfristig) von Gründern im Einzelhandel
- Lernen aus hippen Städten: Bikini- Berlin, Köln, HH
- vom Internet lernen: Schnell- / Vieldreher erkennen

▶ **Mit wem und wie kann das Thema „Pop-up“ konkret angegangen werden?**

- Einrichtung einer Plattform:  
Angebot: Pop up (Visionäre) + Nachfrage: Leerstand (Eigentümer)
- Design- und Modeschulen
- Fair Trade OL
- Showrooms mit Händlern aus anderen Stadtteilen
- Kümmerer, Ideen-Botschafter, ...

Arbeitschart \_ Gruppe 2

# Projekte KONKRET

STADT OLDENBURG

## 2 \_ Handelsinnovationen → EMOTIONEN

► Was sind die Handelsinnovationen für die Oldenburger Innenstadt?

*wird nur Handelsinnovationen sein*  
**Dienstleistungen**  
 → Repair Zentrum  
 →

**Kooperativ**  
 z.B. Food/Kaffee  
 + Textil  
 + Lifestyle  
 3 A-Sichten 1 Fläche

**Urbaner shop**  
 analog Urbanbar

**Innovationen**  
 ↳ nicht kernkompetenz  
 ↳ nicht im kern  
 ↳ Kooperation (Secondary)

**Service**  
 Produktive  
 Oldenburg Ressourcen

**Junos hier für**  
 Angebot  
 Altersgruppe 40+

**Pick n' weight**  
 ↳ Doodleday  
 ↳ Urban Outfitters

**Weg von Produkten**  
 hin zu Emotionen  
 - Kombinationen sind  
 Hand!

► Wo können Handelsinnovationen in der Innenstadt entstehen?

**Obere Etagen**  
**B-Lage**  
**Lam Seite Hof**

**Beigot.**  
**Kogesch.**  
**Riffrecht.**

► Was ist notwendig, damit sich Handelsinnovationen entfalten können?

**mittlere große Fläche**  
**Auffindbarkeit**

**Besitztitel etc**  
 Eigentümers frei  
 (unserfrüher) Vermietung

**Verwaltungsstruktur**  
 minimieren

**Wohnen / Service**  
 Kernzone / Service  
 für Eigentümer  
 von leerstehenden  
 Flächen

**Nachher's über**  
 best. Fläche / Eigentümer  
 Miete / Anspreckpoker  
 + Zukunftsplanung  
 + laufende Mietkosten

**(Stadt) Wettbewerb**  
 Handel der Zukunft

**Förderpaar**  
 (für präfix) von  
 Handelsprojekten

**Lernen aus**  
 hippen Städten  
 Berlin - Berlin, Köln,  
 HH

**Vom Internet lernen**  
 - Schnell-/Vollstreck  
 erkennen

► Mit wem und wie kann das kre. angegangen werden?

**Plattform**  
 ↳ Angebot → Visionäre  
 (POFUP)  
 ↳ Nachfrage → Leerstand  
 (centro)

**(jung) Design +**  
**Modeschulen**

**Fair Trade OL**

**Showrooms mit**  
**Goodhand handeln**

# INNENSTADTSTRATEGIE \_ PROJEKTE KONKRET

## 3. digitale Wissensproduktion und Anwendung

### Grundsätzliches

- Klärung: Wer sind „wir“? (Händler, Stadt, ...?)
- Vorteile des Online-Handels müssen auf den Offline-Handel übertragen werden.
- Wichtig: die Daten sollten rund um die Uhr erhoben werden und in einer „Open-Data-Cloud“ gesammelt werden, damit „Big-Data-Analysen“ möglich werden.
- Fazit insgesamt: Digitale Daten sind nicht nur für den Handel interessant, sondern auch für die Stadtplanung und -entwicklung insgesamt (gemeinsames Projekt von Handel und Stadt Oldenburg)
- *Hinweis: Der Datenschutz ist bei Bearbeitung der Arbeitsfragen „ausgeblendet“ worden.*

#### ► Was wollen wir wissen?

- Kundendaten („klare Daten“): z. B. Frequenz, Wiedergänger, Laufwege, Bewegungsradius, Anlass, Herkunft, Verweildauer, Aktivitäten, Erwartungen an Service / Qualität / Dienstleistung / Angebot, Anreise, Alter, Zufriedenheit, Verkehrsmittel-Wahl
- „Daten von außen“: Wetter, Datum, Uhrzeit, Events und Ereignisse (positive bzw. negative Beeinflussungen wie Veranstaltungen, Baustellen, ...)

#### ► Welche Chancen, Risiken und Vorteile ergeben sich für Unternehmen und Kunden durch dieses Wissen?

- Risiko: „big brother“
- Chance | Vorteil: Wissen und Erweiterung know how = Voraussetzung für Optimierungen (hinsichtlich Service, Qualität, Dienstleistung, Angebot, ...)

#### ► Wie kommen wir an das Wissen?

- Technologie (Kamera, RFID, Handyortung, WLAN, etc., z. B. auch mit App und Belohnungssystemen bei Teilnahme)
- Befragungen (technologisch oder face-to-face – mit Belohnungssystemen)
- externe Datenquellen (Händler, Parkhäuser, DWD, Stadt, (Big Open) Data)
- Forschungsprojekte von Fach(Hochschulen)

#### ► Was machen wir mit dem Wissen?

- Bestimmung des Status Quo
- Ableiten von Bedarfen (Was verändert sich? Was fehlt? Trends erkennen)
- Motivationen schaffen / neue Geschäftsmodelle entwickeln

- kontinuierliche Marktbeobachtung / Monitoring als Steuerungsinstrument (z. B. Nachvollziehbarkeit von trading-up oder trading-down-Prozessen)
- Reaktionen auf neue Erkenntnisse, z.B. auch Auswirkungen auf Gestaltung und Funktionalität / Nutzung öffentlicher Räume (insbesondere im Hinblick bei Veränderungen von Frequenzen interessant)

Da an dieser Arbeitsstation während des Workshops kein Vertreter aus der Händlerschaft dabei war, wird vorgeschlagen, dem Citymanagement die bisherigen Ergebnisse zuzuschicken – mit der Bitte um Ergänzung.

Arbeitschart \_ Gruppe 3

Projekte KONKRET STADT OLDENBURG

### 3 \_ digitale Wissensproduktion und Anwendung

Wer ist wir?

► Was wollen wir wissen?

Frequenz, Wiedergänger, Laufwege, Bewegungsradius  
 Anlass, Herkunft, Verweildauer, Aktivitäten,  
 Erwartung an Service/Qualität/Dienstleistung / Angebot  
 Anreise  
 Alter  
 Zufriedenheit

Customer Journey

Events, Ereignisse ⚡ + -

Wetter, Datum, Uhrzeit

► Welche Chancen und Vorteile ergeben sich für <sup>Risiken</sup> Unternehmen und Kunden durch dieses Wissen? <sup>Immense Vorteile</sup>

Risiken: "Big Brother"  
 Wissen führt ~~zur Verbesserung~~ = Voraussetzung f. Optimierung  
 Erweiterung Know-How

► Wie kommen wir an das Wissen? (Datenschutz ausgeblendet)

- Technologie (Kamera, RFID, Handgorte, WLAN etc.) (App\*)
- Befragung\*
- externe Datenquellen (Händler, Parkhäuser, DWD, Stadt, (Open)Data <sup>By</sup>)
- Forschungsprojekte \*Belohnungssysteme

► Was machen wir mit dem Wissen?

Status Quo bestimmen  
 Bedarfe ableiten  
 Motivationen schaffen / Neue Geschäftsmodelle  
 kontinuierlich ⇒ Marktbeobachtung / Monitoring



# INNENSTADTSTRATEGIE \_ PROJEKTE KONKRET

## 4. Erreichbarkeit DER Innenstadt

### ▶ Wo sind die wichtigen „Innenstadteingänge“?

- siehe Plan (Seite 19): H (Haltestellen ÖPNV), F (Fahrrad), P (Kfz/MIV)
- Erreichbarkeit der Innenstadt ist durch die Radialen auf den Wallring grundsätzlich (für alle Verkehrsmittel)
- Parkhäuser fungieren auch als „Stadteingänge“
- wenn man die Ringautobahn fährt, dann nimmt man die Innenstadt nicht wahr, das Haarentor dient als Stadteingang

### ▶ Mit welchen Verkehrsmitteln kommen die Menschen überwiegend dort hin?

- siehe Plan (Seite 19)
- Heiligengeiststraße (frühere Osttangente: hohe Radfrequenz (was grundsätzlich positiv ist) wird hier zum Problem (insbesondere das Abstellen der Fahrräder)

### ▶ Was ist ein zukunftsfähiges Park+Ride-System, wie kann es funktionieren und wo muss es räumlich verortet werden?

- es gibt ein P+R-System, welches aber nicht gut funktioniert (zu nah an der Innenstadt, Preisgestaltung ist nicht attraktiv)
- neues P+R-System soll in zwei Ringen aufgebaut werden, die sich ergänzen - aktuell wird der zweite Ring durch die Stadt aktiv geplant
- P+R in zwei Ringen:  
BAB (weiter entfernte AS wie Wechloy und Osternburg)  
Umlandgemeinden (z. B. Wardenburg-Mitte)
- überwiegende Zielgruppen für P+R-Angebote:  
Pendler und Veranstaltungsbesucher (Kramersmarkt, Lambertmarkt, etc.)
- Ziel: Autoverkehr deutlich vor Innenstadt abfangen und die Menschen mit dem ÖPNV in Innenstadt bringen
- enge Taktung des Busverkehrs: von/zum P+R (zudem „direkte“ Fahrt), Integration bestehender ÖV-Angebote und anderer Verkehrsmittel (Roller, Rad, E-Scooter,...)
- attraktive Preisgestaltung (insbesondere bei der Kombination Parken und Bus)
- Kommunikation und Marketing sind wichtig

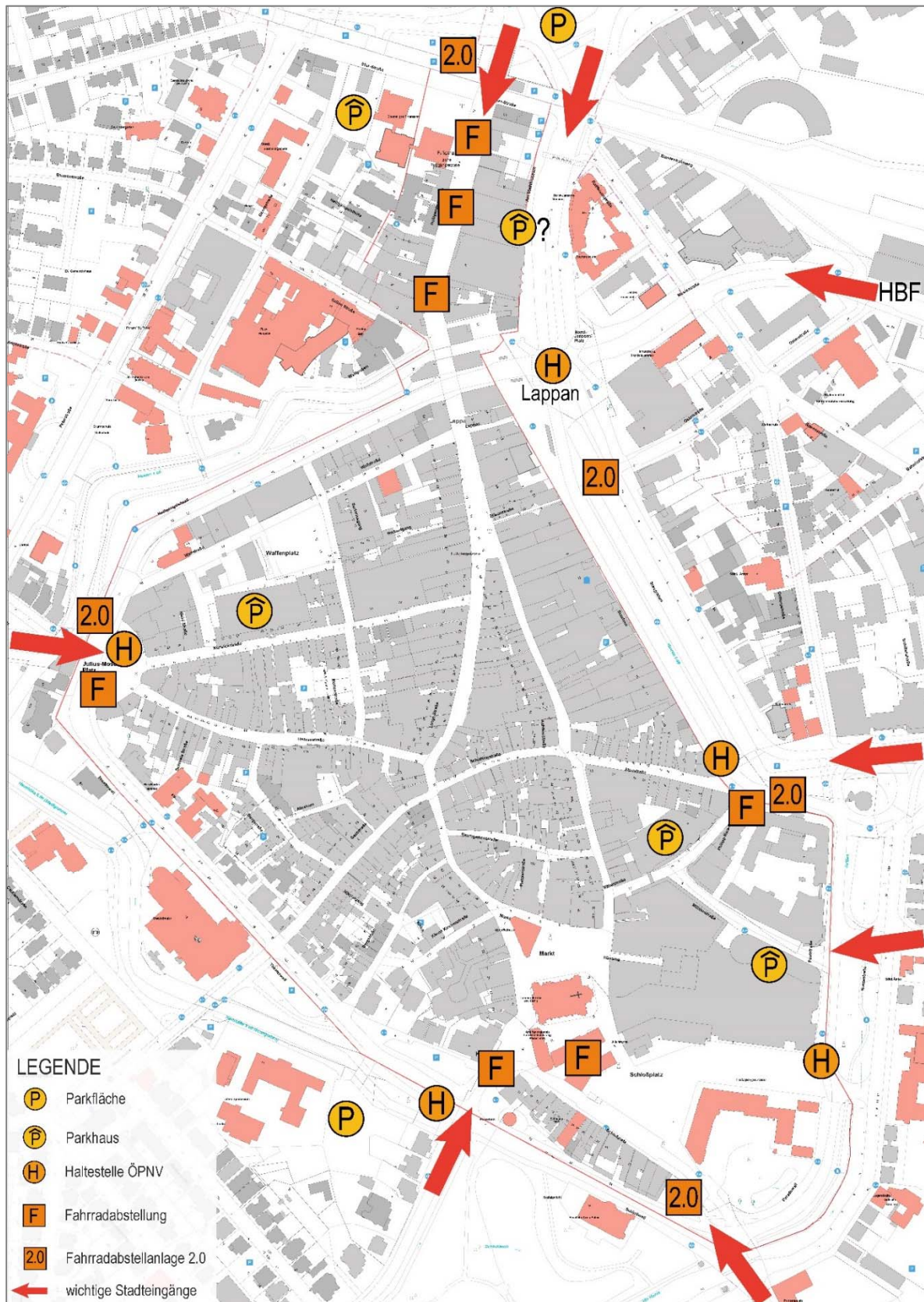
► Was sind die wesentlichen Merkmale von „Fahrradabstellanlagen 2.0“ und wo sind die richtigen Standorte für diese Anlagen?

- Fahrradabstellanlage 1.0: Platzierung großer Abstellanlagen an die Stadteingänge (zuvor mitten in der Fußgängerzone)
- „2.0“: zusätzlich Installationen in räumlicher Nähe zu bestehenden Anlagen
- „2.0“: qualitative Weiterentwicklung (an die Stadtgestalt angepasste Überdachung, Lademöglichkeiten, Schließfächer, Lastenradabstellplatz,...), zusätzliche Kapazitäten
- Anordnung rund um die Innenstadt - ca. fünf Standorte erscheinen notwendig
- Bau nach dem „Baukastensystem“, erweiterbare und flexible Module
- Frage: Können kleine Fahrradstationen / Abstellflächen für E-Scooter auch in bestehenden Gebäuden untergebracht werden?

**Themenspeicher**

- Anlage einer breiten Fahrradstraße aus dem Norden und aus dem Süden in die Innenstadt

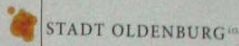
#### 4. Erreichbarkeit DER Innenstadt



Kartengrundlage: Stadt Oldenburg \_ Bearbeitung: büro frauns

## Arbeitschart \_ Gruppe 4

# Projekte KONKRET



## 4 \_ Erreichbarkeit DER Innenstadt

► Wo sind die wichtigen „Innenstadteingänge“?

- siehe Plan - H (öPNV), F (Rad), P (Kfz/MIV)

► Mit welchen Verkehrsmitteln kommen die Menschen überwiegend dort hin?

S.O.

► Was ist ein zukunftsfähiges Park+Ride-System, wie kann es funktionieren und wo muss es räumlich verortet werden?

- > P+R in 2 Ringen:
  - BAB (weh entfernt AS wie Wechloy v. Osterburg)
  - Munkelndgemeinden (z.B. Wardenburg-Kette)
- > Enge Verzahnung des Busverkehrs von/zum P+R - Integration bestehender ÖV-Angebote und anderer VM (Roller, Rad, ...) E-Scooter
- > Attraktive Preisgestaltung (Parken und Bus)
- > Kommunikation

► Was sind die wesentlichen Merkmale von „Fahrradabstellanlagen 2.0“ und wo sind die richtigen Standorte für diese Anlagen?

- > Zusätzlich zu bestehenden Anlagen
- > „2.0“: Qualitativ besser (Dach, Ladefähigkeit, Schließfläche, Lastkundscheitpl., ...)
- > Rund um die Innenstadt - ca. 5 Standorte
- > „Baukasten system“, erweiterbar

Können wir  
Tafelbergstraße  
auch in  
filialen sein?

# INNENSTADTSTRATEGIE \_ PROJEKTE KONKRET

## 5. Erreichbarkeit IN der Innenstadt

### Grundsätzliches

- gute „interne“ Wegeverbindungen sind vorhanden

#### ▶ Wo sind die wichtigen und stark frequentierten Wegebeziehungen und -verbindungen in der Innenstadt?

- Lange Straße
- Heiligengeiststraße
- Achternstraße
- Schüttingstraße
- Herbartgang
- Elisenstraße
- Wallstraße
- Haarenstraße

#### ▶ Wo sind Wegebeziehungen und -verbindungen vorhanden, die jedoch heute selten genutzt werden und woran liegt das?

- Mottenstraße
- Baumgartenstraße
- Pistolenstraße
- Gaststraße
- Burgstraße
- Kleine Kirchenstraße
- Ritterstraße

#### ▶ Wo sollten neue Wegebeziehungen und -verbindungen entstehen?

- bessere Querungsmöglichkeiten am Wallring / über den Wallring
- Fußweg Hbf – Innenstadt: eher Gestaltung als Bau eines neuen Weges
- Wege hinter dem Theater ausbauen und bekannt machen

#### ▶ Was muss für ein funktionierendes Wegenetz in der Innenstadt konkret getan werden (und an welcher Stelle)?

- Beschilderung, P.O.I.

Arbeitschart \_ Gruppe 5

Projekte KONKRET STADT OLDENBURG

## 5 \_ Erreichbarkeit IN der Innenstadt

► Wo sind die wichtigen und stark frequentierten Wegebeziehungen und -verbindungen in der Innenstadt?

Leunge Str., NH-Straße, Achtenstraße, Schüttingstraße, Herbartgang, Elisenstraße  
Wellstr., Haarenstraße.

► Wo sind neue Wegebeziehungen und -verbindungen vorhanden, die jedoch heute selten genutzt werden und woran liegt das?

Mollenstraße	Bergstr.	} Besatz + Angebot
Baumgartenstraße	Kleine Kirchenstr.	
Kornwischstraße	Richterstr.	
Pistolenstraße		
Sandstraße		

► Wo sollten neue Wegebeziehungen und -verbindungen entstehen?

✓ besser Querwegmöglichkeiten Gullring  
Friedbergstr - Innenstadt

► Was muss für ein funktionierendes Wegenetz in der Innenstadt konkret getan werden (und an welcher Stelle)?

Beschilderung, P.o.l.  
Breite Fahrradstraße am Stadtnorden & -Süden (zu Thema 4)

# INNENSTADTSTRATEGIE \_ PROJEKTE KONKRET

## 6. Leerstands- und Immobilienentwicklung

### Grundsätzliches

- Die Arbeitsstation hat sich mit den Leerständen in den Erdgeschosslagen beschäftigt. Grundsätzlich ist festzustellen, dass auch die leerstehenden Obergeschosse erhebliches Potenzial für Zukunftsentwicklungen haben.
- Im Rahmen der Arbeit bei der Leerstands- und Immobilienentwicklung ist es wichtig, nicht erst aktiv zu werden, wenn Flächen leer stehen. Die kontinuierliche Beobachtung von häufigen Wechseln (Fluktuationen) und / oder Frequenzrückgängen sind wesentliche Indikatoren, die als „Frühwarnsystem“ für Leerstände (insbesondere Ladenleerstände) genutzt werden müssen.

### ► Was heißt „aktive Leerstands- und Immobilienentwicklung“?

- Grundsätzlich notwendig ist eine Unterscheidung zwischen temporären Leerständen und strukturellen Leerständen.
- „Aktiv sein“ heißt: Immobilien und Flächen werden „nicht sich selbst überlassen“ – es gibt eine aktive Einmischung in die Immobilienentwicklung. Dies ist eine Gemeinschaftsaufgabe aller innerstädtischen Akteure (insbesondere Immobilieneigentümer, Unternehmen und Stadt Oldenburg – die Stadt Oldenburg selbst hat einen begrenzten Instrumentenkasten).
- Mögliche Rolle der Stadt in der Leerstandsarbeit und Immobilienentwicklung:
  - \_ Beratung von Eigentümern und Unternehmen
  - \_ Erarbeitung von Konzepten zur Immobilienentwicklung
  - \_ Einsatz der vorhandenen Instrumente zur Immobilienentwicklung
  - \_ Zusammenbringen von Akteuren
- Daten und Wissen über Leerstände und Immobilien sind Basis und Voraussetzung für ein entsprechendes Management.
- Leerstandsarbeit und Immobilienentwicklung sind keine „Randgeschichten“. Notwendig ist eine Einrichtung einer zentralen Stelle „Leerstandsmanagement“ („Kümmerner“) und der Aufbau geeigneter Arbeitsstrukturen (insbesondere auch mit Blick auf die Immobilieneigentümer.
- Mit Blick auf mögliche Zwischennutzungen von Immobilien sollte eine Interaktion mit Stadtmarketing stattfinden.

### ► Wo im Innenstadtbereich / bei welchen Flächen / Immobilien ist der Handlungsbedarf hoch?

- siehe Plan Seite 25: ✓ = aktuell in Bearbeitung, X = hoher Handlungsdruck, ? = Status unklar
- Ergänzungen aus dem Plenum:  
Es wird auf einen weiteren „ausgeprägten Leerstand“ hingewiesen: ehem. Gaststätte „Steffmann“. Auch in der Haarenstraße wird Handlungsdruck erkannt.

► **Welche Nutzungsideen sind grundsätzlich vorstellbar und / oder wünschenswert?**

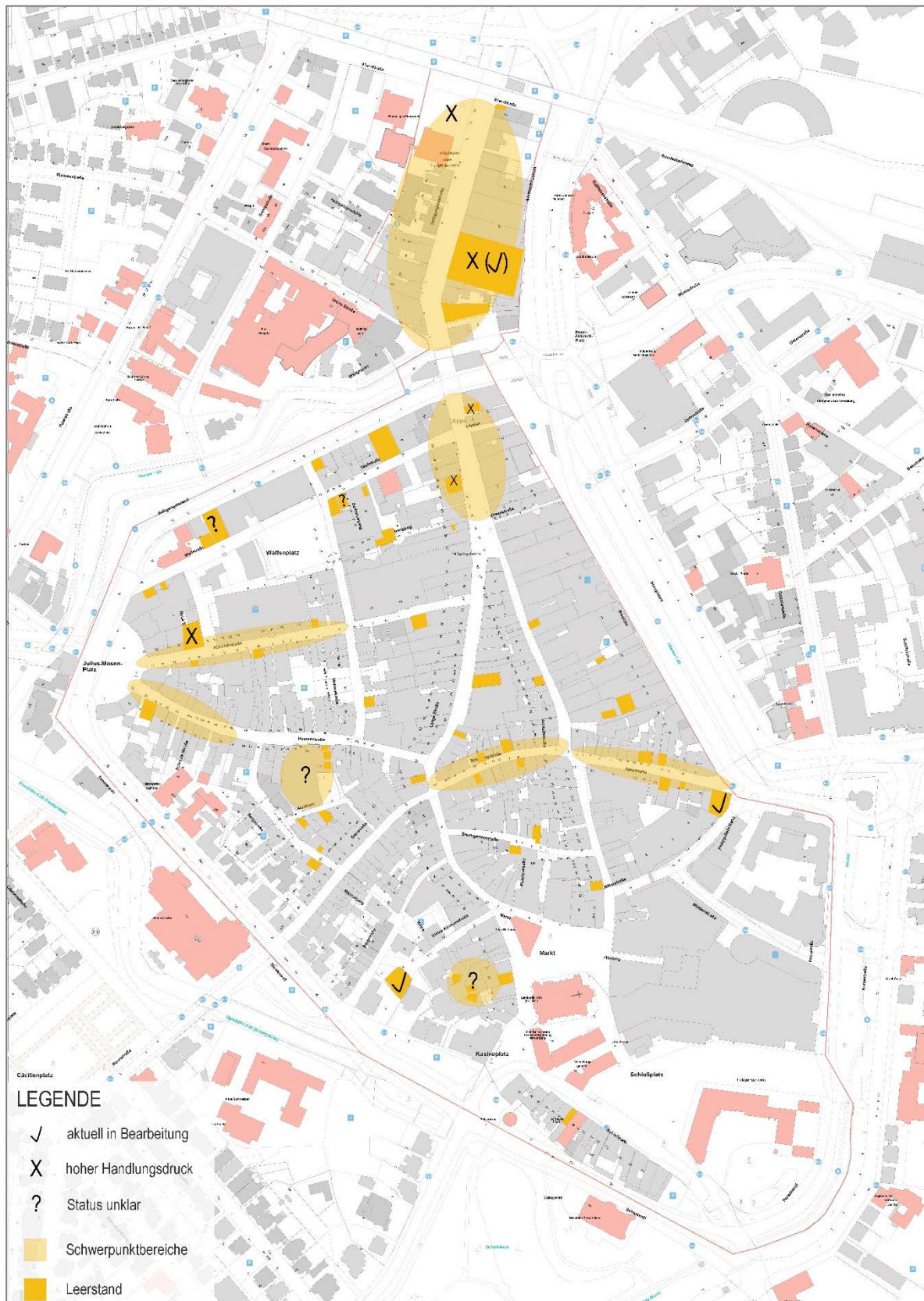
- Grundsätzlich sind in leerstehenden Ladenlokalen in Erdgeschossen alle Nutzungen denkbar, die die Immobilie und das Umfeld stärken. Alles, was einen Trading-down-Prozess verstärkt (z. B. Nagelstudios, Spielhallen, ...) ist nicht vorstellbar.
- Kreative und innovative Möglichkeiten schaffen und nutzen, um Leerstand mit interessanten Ideen füllen – auch „Teststandorte“ für neue Geschäftsideen sind denkbar.
- Mit Blick auf Zwischennutzungen können Kunst, Kultur, Theater und Bespielungen wirkungsvoll sein.
- Leerstandsarbeit und Immobilienentwicklung brauchen Ideen-Botschafter (Blick in andere Städte, Aufbau von Netzwerken, Was könnte möglich sein?)

► **Was ist notwendig, um leer stehende Immobilien und untergenutzte Flächen zukunftsfähig zu entwickeln?**

- siehe Arbeitsfrage: „Was heißt aktive Leerstands- und Immobilienentwicklung?“
- Daten und Wissen sind Voraussetzung (Hinweis: Es gibt in Oldenburg bereits eine „Langzeitstudie“ zur Leerstandentwicklung - seit 2011 – hier kristallisierte sich beispielsweise eine hohe Fluktuation in der Schüttingstraße heraus).
- Leerstandsarbeit braucht einen „Werkzeugkasten“: z. B. neue Arten von (Kurzzeit-)Mietverträgen, Lösungen für Versicherungsfragen (insbesondere „Kurzzeitversicherungen“ / Rahmenverträge), Nebenkosten, Genehmigungsfragen, Brandschutzaufgaben, ...
- Stelle „Leerstandsmanagement“ (Kümmerer):  
Vorschlag für die Finanzierung: 1/3 Stadt, 1/3 Kaufmannschaft, 1/3 Eigentümer



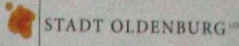
## 6. Leerstands- und Immobilienentwicklung



Kartengrundlage: Stadt Oldenburg \_ Bearbeitung: büro frauns

Arbeitschart \_ Gruppe 6

## Projekte KONKRET



# 6 \_ Leerstands- und Immobilienentwicklung

↳ hier: Evdflüsse

(inkl. Flächfunktion)  
↳ mit Verknüpfen

► Was heißt „aktive Leerstands- und Immobilienentwicklung“?

Def. Leerstand

Unterscheidung temporär oder strukturell

aktiv heißt: nicht sich selbst überlassen, sondern einwirken → wer?

Stadt 2/8  
+ Beratung, Konzept  
+ Instrumentenkasten einsetzen  
+ Akteure zusammenschließen

Zentrale Stelle schaffen  
Leerstandsmanagement

Interaktion mit Stadtmarketing

Wissen im Leerstand

► Wo im Innenstadtbereich / bei welchen Flächen / Immobilien ist der Handlungsbedarf hoch?

S. Plan  
V = in Arbeit  
○ + X = hoch

► Welche Nutzungsideen sind grundsätzlich vorstellbar und / oder wünschenswert?

alles, außer Nadelstich, Spielothek.....

Leerstand mit interessanten Ideen füllen "Teatandorte"

- Theater  
- bespielen  
- gute Angebote schaffen

Ideen - Botschafter (viele)

► Was ist notwendig, um leer stehende Immobilien und untergenutzte Flächen zukunftsfähig zu entwickeln?

S. 1  
Werkzeugkasten:  
- Versicherungsfragen  
- Nebenkosten  
- Gebrauchszwecke  
- Brandschutz

Kümmern für die Innenstadt  
früher über  
1/3 Stadt  
1/3 Wirtschaft  
1/3 Zentrum

## AUSBLICK

### Weiteres Vorgehen und Verabschiedung

Oberbürgermeister Jürgen Krogmann bedankt sich bei allen Teilnehmer/innen für die engagierte Mitarbeit und die konstruktive Diskussion. Es wurden heute spannende Themen erarbeitet, in besonderem Maße die Vielfalt der Innenstadt deutlich machen. Es stellt sich die Herausforderung, wie sich diese Themen zukünftig integriert bearbeiten und umsetzen lassen. Zugleich stehen auch noch unterschiedliche rechtliche Fragestellungen im Fokus, z. B. beim Thema Digitalisierung.

Viele Denkrichtungen sind für die Innenstadt auch nicht vollkommen neu – dies gilt insbesondere für die verkehrlichen Fragestellungen und die Ansätze für eine zukunftsfähige Mobilität. Besondere Potenziale sieht Herr Krogmann auch im Bereich der öffentlichen Räume und versteckten Orte.

Die nächste Sitzung des AK Bündnis Innenstadt findet statt am **Dienstag, den 01. Oktober 2019, 16.00 - 20.00 Uhr**. Oberbürgermeister Krogmann freut sich auf die weitere gemeinsame Arbeit und wünscht allen Mitgliedern des Arbeitskreises einen schönen Sommer.

**Dokumentation**

büro frauns kommunikation | planung | marketing