

-----Entwurf IHK THÜ-----

Maßnahmenpaket für ein Sofortprogramm o.ä. Förderinstrument(e) zur Revitalisierung der Innenstädte

Erarbeitet von den Thüringer IHK im Rahmen des Aktionsbündnisses
„Innenstädte mit Zukunft“

Ziel des „Erste-Hilfe-Pakets“ für Innenstädte

Die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf das öffentliche Leben beschleunigten den Strukturwandel im Einzelhandel und veränderten die Lebensgewohnheiten der Menschen nachhaltig. Ein damit einhergehender lokal variierender Rückgang der Besucherfrequenz hat bundesweit nahezu alle Innenstadtbranchen nachhaltig geschwächt.

Mit dem Maßnahmenpaket für Innenstädte soll die wirtschaftliche, gesellschaftliche und kulturelle Bedeutung der Zentren gestärkt und erste Entwicklungsimpulse zum Abfedern der Folgen der Pandemie initiiert werden. Es handelt sich um Maßnahmen zur Bindung der Kaufkraft vor Ort und zur Rückgewinnung wirtschaftlich notwendiger Frequenz und Umsätze.

Darüber hinaus soll über die Förderung konzeptioneller, strategischer und prozessorientierter Tools, die passgenau, quartiers- und ortsspezifisch anwendbar sind, der Grundstein für weiterführende Innenstadt-Projekte gelegt werden.

Alle vorgeschlagenen Maßnahmen sind schnell und ohne aufwendige Vorplanungen umsetzbar. Zudem entfalten sie schnell ihre Wirksamkeit. Die Beantragung einer Förderung sollte schnell und unbürokratisch abgewickelt werden. Die Förderquote ist so zu gestalten, dass Kommunen u.a. Antragsberechtigte eine Realisierung auch unter derzeit schwierigen wirtschaftlichen Ausgangsbedingungen realisieren können.

Grundlage des Maßnahmenpakets war eine Befragung von Unternehmen der Innenstadtbranchen durch die Thüringer Industrie- und Handelskammern.

Antragsberechtigte

Antragsberechtigt sind:

- Kommunen (ab Grundzentren, die einen zentralen Versorgungsbereich haben)
- Wirtschaft- und Werbegemeinschaften (bspw. Handels- und Gewerbevereine)
- Stadtmarketing- und Citymanagementorganisationen, Wirtschaftsförderungen
- Unternehmen

Maßnahmenkatalog:

Belebungs- und Kundenbindungsmaßnahmen

Frequenzrückgewinnende / -erzeugende Veranstaltungen und damit verbundene Maßnahmen:

- Feste, Aktionen, Märkte
- Events, wie „Heimat shoppen“ unter direkter Beteiligung der Innenstadtbranchen
- Klein-Kunstprojekte, Kunstinstallationen
- Schaffung temporäre Bühnen-, Eventflächen (inkl. Technik zur Nutzung durch Dritte)
- Förderung GEMA-Gebühren für Veranstalter u.a. Protagonisten, die Events ausrichten

Kundenrückgewinnende / -bindende Maßnahmen:

- Schaffung und Weiterentwicklung von Gutscheinsystemen zur Bindung der Kaufkraft an die Lokalwirtschaft
- Angebotspräsentation, Vermarktung, Regionalkaufaktion (online/offline)
- Anschaffung digitale Verkaufsmittel, wie Bildschirme, Displays etc.
- Unterstützung von Werbeaktionen zur Kaufkraftbindung vor Ort
- Innenstadt-Wettbewerbe (für Kunden bzw. Besucher der Stadt)

Zielgruppen(-rück) -gewinnung durch Aufwertung innerstädtischer Freiräume:

- mobile Sitzmöbel (Stadtmobiliar), mobile Aktivflächen (z.B. Straßenschach)
- Innenstadt-Wettbewerbe (für Kunden bzw. Besucher der Stadt)
- Fotopunkte als Anziehungspunkte für Besucher/Touristen
- Spiel- und Sportgeräte
- Begrünung/Bepflanzung
- Wasserflächen, Wasserspiele
- Verschattungselemente, Nebelkühler, Befeuchter
- Licht- und Beleuchtungen

Maßnahmen zur Minderung negativer Auswirkungen in Folge pandemiebedingter Einschränkungen/ Leerstand:

- Zwischennutzungen: z. B. Pop-up-Stores, temporäre Indoor-Marktplätze, soziale Angebote, regionales Gewerbe, Bildungseinrichtungen oder Kultur- und Kunstprojekte, Co-Working, ... (mit Übernahme von Mietausfällen/Mietkosten)
- Nachnutzung: Mietkostenübernahme für Ansiedlungen für 1-2 Jahre
- Aufbau eines Leerstandsmanagement (insbesondere auch in kleineren Kommunen)
- Mietübernahme für Soloakteure (Künstler, Soloakteure der freien Szene) für PopUp Stores
- Kaltmietfreistellung für Existenzgründer (z.B. in Pop-up-Stores etc.)

- Förderung temporäre Schaufenstergestaltung
- Zwischennutzungskonzepte – Verbindung zu Kunst & Kultur, Ausstellungen, temporäre Indoor-Marktplätze, soziale Angebote, Bildungseinrichtungen, Co-Working
- Entwicklung und Umsetzung von Kampagnen

Anpassung von Strategien/Konzepten/Prozessen/Strategien

- Belegungskonzepte (bspw. Wochen-/Marktkonzepte, Veranstaltungskonzepte)
- Aufwertungskonzepte: Lichtkonzepte, Stadtmobiliar, ...
- Zielgruppenspezifische Nutzerkonzepte: bspw. Kinderbereiche, Sport, Begrünung
- Externe Moderation oder Begleitung von Prozessen mit dem Ziel der Errichtung von ortsgebundenen Koordinierungsrunden (Beiräten, Fachgremien, Runde Tische) und partizipativer Strukturen mit Innenstadtakteuren/-nutzergruppen (Symbiose: Kommune, Wirtschaft, Immobilien, Kultur, Tourismus, Bevölkerung ...)
- Im Bereich Leerstandsmanagement:
 - Experimentelle Erarbeitung von Machbarkeitsstudien
 - Förderung von Mentoringprogrammen und Aufbau von Beratungsangebote
 - Förderung von Strukturen, die die Akteure zusammenbringt (Verbindung zwischen Eigentümern & Nutzern)
 - Förderung von Strukturen, die die Verzahnung von Kommune, Zivilgesellschaft und Praktikern ausbauen und stärken

-----**Entwurf IHK THÜ**-----