

cima.direkt

MAGAZIN. Fokussiert auf die Zukunft von Städten, Gemeinden und Regionen.

HANDEL: Über Blaupausen, Förderung und Initiativen in Baden-Württemberg

CIMA: Vergangenheit, Gegenwart, Zukunft **1988–2023**

STADTMARKETING: Neue Bildungsangebote – ICR Kompakt!



Schlüsselrolle Innenentwicklung

Wie Potenziale in den Städten aktivieren?
Was externe Beratung bewirken kann.

STADTENTWICKLUNGSPROZESSE UND PLANUNGSVERFAHREN AKTIV BEGLEITEN.

BELASTBARE ERGEBNISSE ERZIELEN

Eine Auswahl unserer Instrumente und Techniken - für Ihre Beteiligungsverfahren!

Mit der **Partizipations:ToolBox** haben Sie die Wahl!



Profitieren Sie als
Stadt davon!



World:CAFÉ



Walk:SHOP



For:FUTURE



Gläserne:WERKSTATT



In:FORM



E:VENT



MitMach:KIT



Key:TALK



Arbeits:KREIS



Stadt:ENTDECKUNG



Ra(d):SCHLAG



Inside:OUTSIDE

cima.

CIMA Beratung + Management GmbH

www.cima.de/kontakt

Liebe Leserinnen und Leser,

2023 ist das Jahr, in dem wir auf 35 Jahre cima blicken. Für ein Beratungsunternehmen ist es eine kleine Ewigkeit, für die Entwicklung unserer Städte nur ein Wimperschlag. Allein feiern mussten wir nicht: Das Deutsche Institut für Urbanistik wurde 50 Jahre alt und das Büro Pesch Partner Architektur Stadtplanung, mit dem wir seit fast 20 Jahren zusammenarbeiten, feierte das 40. Jahr der Gründung. Auch mit dem Büro ppp architekten + stadtplaner aus Lübeck, das sich im gleichen Jahr wie die cima gründete, verbindet uns eine langjährige Kooperation.

Waren die 1970er- und 1980er-Jahre damit Jahre des Aufbruchs in der Stadtentwicklung? In meiner Rückschau triumphiert „Steffi“ Graf im Jahr 1988 zum ersten Mal auf den „heiligen Rasen“ in Wimbledon und gewinnt die Goldmedaille bei den Olympischen Spielen in Seoul. Michail Gorbatschow wird sowjetisches Staatsoberhaupt. Die westdeutschen Kommunen versuchen zu dieser Zeit einen Spagat zwischen Stadterneuerung einerseits und der Errichtung neuer Eigenheimgebiete andererseits. Zeitgleich erlangt der Stadtteil Dortmund-Dorstfeld traurige Berühmtheit: Das auf einer ehemaligen Kokereifläche realisierte neue Wohngebiet muss aufgrund von Altlastenfunden geräumt werden. Als Lehre aus dem Fall Dorstfeld richtet Dortmund ein Umweltamt ein. Auch in der ehemaligen DDR verändern sich langsam die Wertevorstellungen: Gewachsene Stadtstrukturen punkten gegenüber früheren Plattenbauten. In der Praxis bleiben notwendige Instandsetzungsmaßnahmen jedoch weitgehend aus.

Heute, 35 Jahre später, sind viele Themen weiterhin aktuell, aber wir sind sicher weiter. Nicht nur Umweltämter sind eine Selbstverständlichkeit in unseren Kommunen. Die Städtebauförderprogramme



der letzten Jahrzehnte zeigen ihre Wirkung. Klimaschutzmanager*innen und kommunale Nachhaltigkeitsstrategien sind längst keine Ausnahmeerscheinungen mehr.

Vielleicht sollten wir uns öfter bewusst machen, welche Errungenschaften heute für uns selbstverständlich sind, die vor Jahren nur Utopie waren. Und daraus den Mut und das Vertrauen für weitere Veränderungen schöpfen.

So bot unser eigenes Firmenjubiläum sicher allemal einen Anlass zum gemeinsamen Feiern; ebenso war es die Gelegenheit, auf die Zukunft zu schauen. Das taten wir im September bei einem Strategieseminar. Drei Tage lang steckte der gesamte cima-Unternehmensverbund die Köpfe zusammen. Wir stellten uns und unser Leitbild auf den Prüfstand, diskutierten nachhaltige Produkte und Services, die Städte und Regionen resilient und lebenswert machen.

Als cima wollen wir Perspektiven auf die drängenden Fragen einer zukunftsgerichten und nachhaltigen Stadt- und Regionalentwicklung aufzeigen. Mit diesem Magazin richten wir daher den inhaltlichen Fokus auf die städtebauliche Strategie der Innenentwicklung, da sie ein zentraler Baustein ist, um unsere Städte und Gemeinden im Sinne einer nachhaltigen und ressourcenschonenden Entwicklung zu gestalten. Lassen Sie uns gemeinsam Lösungen finden!

Herzlichst, Ihr Dr. Wolfgang Haensch
> haensch@cima.de

CIMA Beratung + Management GmbH
Briener Str. 45
80333 MÜNCHEN
T 089-55 11 81 54
cima.muenchen@cima.de

CIMA Beratung + Management GmbH
Neue Weinsteige 44
70180 STUTTGART
T 0711-6 48 64 61
cima.stuttgart@cima.de

CIMA Beratung + Management GmbH
Luitpoldstr. 2
91301 FORCHHEIM
T 09191-34 08 92
cima.forchheim@cima.de

CIMA Beratung + Management GmbH
Goethestr. 2
50858 KÖLN
T 02234-92965 17
cima.koeln@cima.de

CIMA Beratung + Management GmbH
Walter-Heinze-Str. 27
04229 LEIPZIG
T 0341-69 60 30
cima.leipzig@cima.de

CIMA Beratung + Management GmbH
AMAPOLA Coworking
Scharnhorststraße 24
10115 BERLIN

CIMA Beratung + Management GmbH
Rühmkorffstraße 1
30163 HANNOVER
T 0511-220079 65
cima.hannover@cima.de

CIMA Beratung + Management GmbH
Moislinger Allee 2
23558 LÜBECK
T 0451-38 96 80
cima.luebeck@cima.de

cima.digital
CIMA Beratung + Management GmbH
Gervinusstraße 17
60322 FRANKFURT AM MAIN
cima.frankfurt@cima.de

CIMA Österreich GmbH
Johannesgasse 8
A 4910 RIED IM INNKRUIS
T 0043-7752-7 11 17
cima@cima.co.at

CIMA Institut für Regionalwirtschaft GmbH
Rühmkorffstraße 1
30163 HANNOVER
T 0511-22 00 79 50
regionalwirtschaft@cima.de

- 3 Editorial
- 5 Rundschau

TITEL

- 7 **Innenentwicklung**
Mehr als nur Baulücken
Ein gemeinsames Verständnis entwickeln



- 8 **Innenentwicklung zweifach, dreifach, vierfach ... vor allem aber unerlässlich!**
Eine Betrachtung von Stadtplaner und Projektleiter
Martin Hellriegel, CIMA Beratung + Management GmbH
- 13 **Gemeinsam Lösungen diskutieren**
Seminarreihe und Moderation verwaltungsinterner
Workshops zum Thema Flächensparen
- 14 **Ein Bezirkszentrum stellt sich neu auf**
Innenentwicklung am Beispiel Köln-Porz
Gudula Böckenholt, Projektleiterin,
CIMA Beratung + Management GmbH
- 16 **Innenentwicklungspotenzialstudie und Workshops**
Auf dem Weg zum Baulandbeschluss für die
Gemeinde Kummerfeld
- 17 **Integrierte Entwicklungskonzepte**
Mit KEK ländliche Räume als attraktive und lebendige
Lebensräume gestalten und zur Dorfentwicklung beitragen

EINZELHANDEL

- 18 **Einzelhandel und Stadtentwicklung**
Im Zeichen von strukturellen und gesellschaftlichen
Veränderungen

JUBILÄUM

- 22 **Zukunft gestalten**
35 Jahre im Einsatz für die Stadt
- 24 **35 Jahre cima: Wir können. Wir machen. Für Menschen.**
Eine Reflexion zum Wandel der Beratungsgesellschaft
von Uwe Mantik, CIMA Beratung + Management GmbH
- 28 **Auf ein Wort**
Das sagen unsere Mitarbeiter*innen

MARKETING

- 29 **In 6 Wochen zum Abschluss**
Qualifizierung im Berufsbild City-, Stadt- und
Regionalmanagement
- 31 **Termine / Impressum**



Foto: Lödige Industries



Grafik: www.danfroode.de



Abb.: LightFieldStudies_istock

Versenkt

Unterirdisches Parken im Stadtzentrum von Amsterdam

Nach zweieinhalb Jahren Bau und Erprobung nahm Ende August 2023 im Amsterdamer Grachtenviertel das größte unterirdische Parkraumsystem der Niederlande seinen Betrieb auf.

Seitdem können 270 Fahrzeuge in einem Untergeschoss zwischen der Straße Vijzelgracht und der darunter liegenden U-Bahn automatisch geparkt werden.

Das Projekt von Lödige Industries im Auftrag der Stadt Amsterdam ist Teil der „Agenda Amsterdam Autoluw“ mit dem Ziel, die Anzahl der Autos langfristig in der Stadt zu reduzieren. Konkret entlastet dieses Projekt den zum UNESCO-Welterbe gehörenden Teil des Stadtzentrums vom ruhenden Verkehr und schafft Platz für Fußgänger*innen, Radfahrende und für Grünflächen. Anwohnende aus umliegenden Stadtteilen können das System nutzen. Ihre Fahrzeuge werden in einer Datenbank der Stadt registriert und vom System vor Ort über die Kennzeichenerkennung identifiziert.

> www.lodige.com

Brandneu

Studie zum Einsatz von kommunalen Apps in Deutschland klärt auf.

Wenn es um die digitale Entwicklung von Kommunen geht, spielen City Apps eine nicht unwesentliche Rolle, gleichzeitig werden sie kontrovers gesehen. In der Deutschlandstudie CITY APPS geht die CIMA Beratung + Management GmbH diesem Thema auf den Grund. In einer deutschlandweiten Untersuchung wurden im Oktober 2023 über 1.000 Nutzer*innen und bis März 2023 Kommunalvertretende aus knapp 300 Kommunen sowie 22 kommunale App-Betreibende befragt: Wie wird eine City App erfolgreich?

Unter welchen Voraussetzungen sind Apps sinnvoll und schaffen einen Mehrwert für die lokale Bevölkerung und Gäste? Und welche Rolle spielen kommunale Apps für die Zukunft der smarten Kommunen, Städte und Regionen in Deutschland?

Das Ergebnis der Studie zeigt ein klares Bild zu den Funktionen und erforderlichen Faktoren von kommunalen Apps in Deutschland. Die Broschüre ist u. a. als Fachinformation bei der dfv Mediengruppe erhältlich.

> cimamonitor.de/cityapps/

Alt wie ein Baum

Nachhaltige Pflanzaktion kommt an.

Ahorn, Eberesche oder doch lieber die Hainbuche? Seit 45 Jahren ist es Tradition im niedersächsischen Nordhorn: Jedes Jahr im Spätherbst veranstaltet der VVV-Stadt- und Citymarketing e.V. eine Baumpflanzaktion im Hochzeits- und Familienwald.

Dabei nutzen Braut- und Jubelpaare, Tauf- und Geburtstagskinder oder ganze Familien das Angebot, einen Baum zu pflanzen. Es wird ein Zeichen für den Umwelt- und Klimaschutz gesetzt, zugleich wachsen daraus persönliche Erinnerungen.

Die Bäume verkörpern Zukunft, Beständigkeit und Wachstum. Acht verschiedene Arten stehen zur Auswahl. Die Pflanzaktion wird von der Stadt vorbereitet und mit einem Aktionstag begangen. Anschließend an das Setzen der Bäume wird zu einem geselligen Miteinander eingeladen.

> www.vvv-nordhorn.de/veranstaltungen/hochzeits-und-familienwald-2023



Foto: KOKE GmbH



Foto: Chris Gonz



Quelle: klima-taler.com

Gewinn für alle

Digitales Gemeindeboard vereint Bürgernähe und Digitalisierung.

Im hessischen Pfungstadt informiert ein digitales Gemeindeboard die Bürger*innen und Gäste an zentraler Stelle.

Als 24/7-Service bietet das Gemeindeboard Wissenswertes zur Stadt, einen interaktiven Stadtplan und Hinweise zu städtischen Veranstaltungen.

Tagesaktuelle Nachrichten stehen in mehreren Sprachen zur Verfügung. Zudem können Termine mit den Mitarbeitenden der Stadtverwaltung vereinbart werden. Auch präsentieren ortsansässige Einrichtungen, Vereine und Unternehmen ihre Angebote.

Das Gerät selbst ist mit Outdoor-Touch-Technik ausgestattet und wurde von der KOKE GmbH entwickelt.

> www.pfungstadt.de

Spitze

Fabrik der Fäden – ein Ort erzählt Kultur.

Vogtland: In der Stadt Plauen zeigt das neue Spezialmuseum „Fabrik der Fäden“, wie stark die Region von der Textilindustrie geprägt wurde. Auf 1.200 qm Ausstellungsfläche und drei Ebenen wird Wissenswertes zur Geschichte der vogtländischen Textilindustrie und im Besonderen der Plauener Spitze vermittelt.

Das Museum ist Außenstelle des Vogtlandmuseums Plauen und untergebracht im „Weisbachschen Haus“, einer ehemaligen Kattundruckerei. Als einzig erhaltenes Manufakturegebäude dieser Art in Sachsen hat das Bauwerk einen hohen stadt- und technikgeschichtlichen Wert.

Eine Schenkungsvereinbarung der Familie Weisbach mit der Stadt Plauen im Jahr 2014 bereitete den Weg für eine öffentlich geförderte Investition in den Erhalt des Baudenkmals und der heutigen kulturellen Nutzung in der Stadt.

> www.fabrik-der-faeden.de

Klima-Taler

Mit App zur breiten Beteiligung am Klimaschutz

Eine ganze Reihe an Städten und Unternehmen setzt mittlerweile auf Gamification für mehr Bürgerbeteiligung im Klimaschutz. Einige nutzen dafür die Klima-Taler-App des Berliner Greentech-Unternehmens Blacksquare.

Zum Prinzip der App gehört, zur aktiven Teilnahme am Klimaschutz zu motivieren – mit Tipps, Wettbewerben und Belohnungen. Wer beispielsweise durch Laufen, Radfahren oder die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel fünf Kilogramm CO₂ gespart hat, erhält automatisch einen Klima-Taler gutgeschrieben.

Das Klima-Taler-Konto wächst ebenso, wenn beispielsweise Strom, Wärme oder Wasser gespart oder regionale Produkte gekauft werden. Eingetauscht werden die Klima-Taler von den Nutzer*innen wahlweise auf einem digitalen Marktplatz oder direkt vor Ort in den teilnehmenden Städten, etwa im Handel, in Restaurants, beim Sport oder bei Kulturbesuchen.

> klima-taler.com

Innenentwicklung

MEHR ALS NUR BAULÜCKEN

EIN GEMEINSAMES VERSTÄNDNIS ENTWICKELN

Als Innenentwicklung wird die städtebauliche Strategie bezeichnet, den zukünftigen Flächenbedarf maßgeblich durch die Aktivierung und Bespielung von innerörtlichen und bereits erschlossenen Flächen zu decken. Dabei steht vermehrt die Reduzierung der so genannten „Grauen Energie“ im Fokus. Die vorhandene Bausubstanz wird immer stärker als Potenzial wahrgenommen und durch verschiedene Maßnahmen genutzt.

Innenentwicklung zweifach, dreifach, vierfach ... vor allem aber unerlässlich!

EINE BETRACHTUNG VON STADTPLANER UND PROJEKTLITER
MARTIN HELLRIEGEL, CIMA BERATUNG + MANAGEMENT GMBH



Sofern man allgemein den planerischen Grundsatz „Innen- vor Außenentwicklung“ aufruft, wird man fachlich und politisch, öffentlich und auch privat vermutlich schnell auf eine breite Zustimmung stoßen. Wenn es jedoch um die konkrete Umsetzung geht, gestaltet sich der Diskurs ungleich komplexer. Dabei kommt dem Flächenverbrauch und der Innenentwicklung eine Schlüsselrolle in der gesamten Nachhaltigkeitsdebatte zu. Und damit zahlrei-

chen Wechselwirkungen für die künftige Stadt- und Gemeindeentwicklung.

Die bei der cima zu Grunde gelegte Definition von Innenentwicklung bezieht sich auf einen umfassenden Begriff der Innenentwicklung und reicht vom Dachausbau bzw. Unternutzungen, die Schließung von Baulücken bis hin zu Abriss und Neubau, Überbauung und Konversion. Innenent-

wicklung schließt ebenso planerisches Handeln auf allen Ebenen vom Verzicht der reinen Angebotsplanung bis zur konsequenteren raumordnerischen Steuerung, auch durch ökonomische Impulse, wie aktuell am Beispiel der Halbleiterindustrie zu beobachten, mit ein. Innenentwicklung betrifft kleine und größere Kommunen, wachsende und schrumpfende Regionen sowie alle Arten der baulichen Nutzung.

„Innenentwicklung ist ein zentraler Baustein, um unsere Städte und Gemeinden im Sinne einer nachhaltigen und ressourcenschonenden Stadt- und Gemeindeentwicklung zu gestalten.“

Martin Hellriegel



EINORDNUNG DES ASPEKTS INNENENTWICKLUNG IN DIE LÄNGST GEFÜHRTE NACHHALTIGKEITSDEBATTE

Durch den Schutz von nicht beliebig multiplizierbaren Außenbereichen, besteht überhaupt erst die Möglichkeit, natürliche Ressourcen zu erhalten und den Zugang zu diesen zu ermöglichen. Gleichzeitig steigt die Chance, regionale Stoffkreisläufe zu etablieren und sinkt das Erfordernis auf Rohstoffe aus anderen Regionen der Welt zurückzugreifen.

Damit der Anteil des ökologischen Landbaus erhöht und konventionelle Landwirtschaft nachhaltiger gestaltet werden kann, braucht es ausreichend Flächen, auf denen dieser Transformationsprozess stattfinden kann. Und auch in der Landwirtschaft selbst, kann über so genanntes „vertical farming“ zur künftigen Versorgungssicherheit beigetragen werden. Die räumliche Nähe zu anfallender Abwärme in der Industrie kann hierbei ein Standortvorteil sein, auch an Standorten wo Wohnen und Arbeiten nicht miteinander vereinbar sind. Insofern gilt es hier ggf. unsere Standortplanung neu zu justieren.

Die Segregationsforschung zeigt, dass gerade verdichtete Räume in der Lage sind, geflüchteten Menschen und Zugewanderten einen Start im neuen Land zu bieten. Die Beweggründe sind häufig durch ökonomische, soziale und kulturelle Faktoren geprägt. Die hier vielfach vorhandenen teuren Boden- und Wohnungspreise müssen

durch eine soziale Dimension der Innenentwicklung begleitet werden. In Deutschland stehen die aktuell großen Herausforderungen in der Wohnraumbereitstellung und ein vielerorts sinkender Bestand an sozialem Wohnraum dem gegenüber. Dass es anders geht, zeigt bspw. der vorausschauende Instrumentenmix, der in unserem Nachbarland Österreich insbesondere in Wien erfolgreich zum Einsatz kommt.

Darüber hinaus steuert Deutschland unaufhaltsam auf zwei Jahrzehnte zu, die durch Alterungsprozesse im Zuge des demografischen Wandels geprägt sein werden. Gerade die zentralen Lagen bieten hierbei die Chance, generationengerechte Wohnformen anzubieten und die Selbstständigkeit im Alter bestmöglich zu erhalten.

Abseits des Schutzes von Entstehungsgebieten von Frischluft, sauberem Wasser und gesunder Böden, steht die Innenentwicklung gerade in verdichteten Räumen zunächst mal in einem scheinbaren Widerspruch zum Ziel gesunder Lebensbedingungen. Dass dies nicht so sein muss, zeigen kommunale Klimaschutzkonzepte, wie sie bspw. in Freiburg erarbeitet wurden. Durch eine geschickte Anordnung von Neubauten oder der Rücknahme an anderer Stelle können Wärmeinseln reduziert und ein gesundes Stadtklima erzeugt wer-

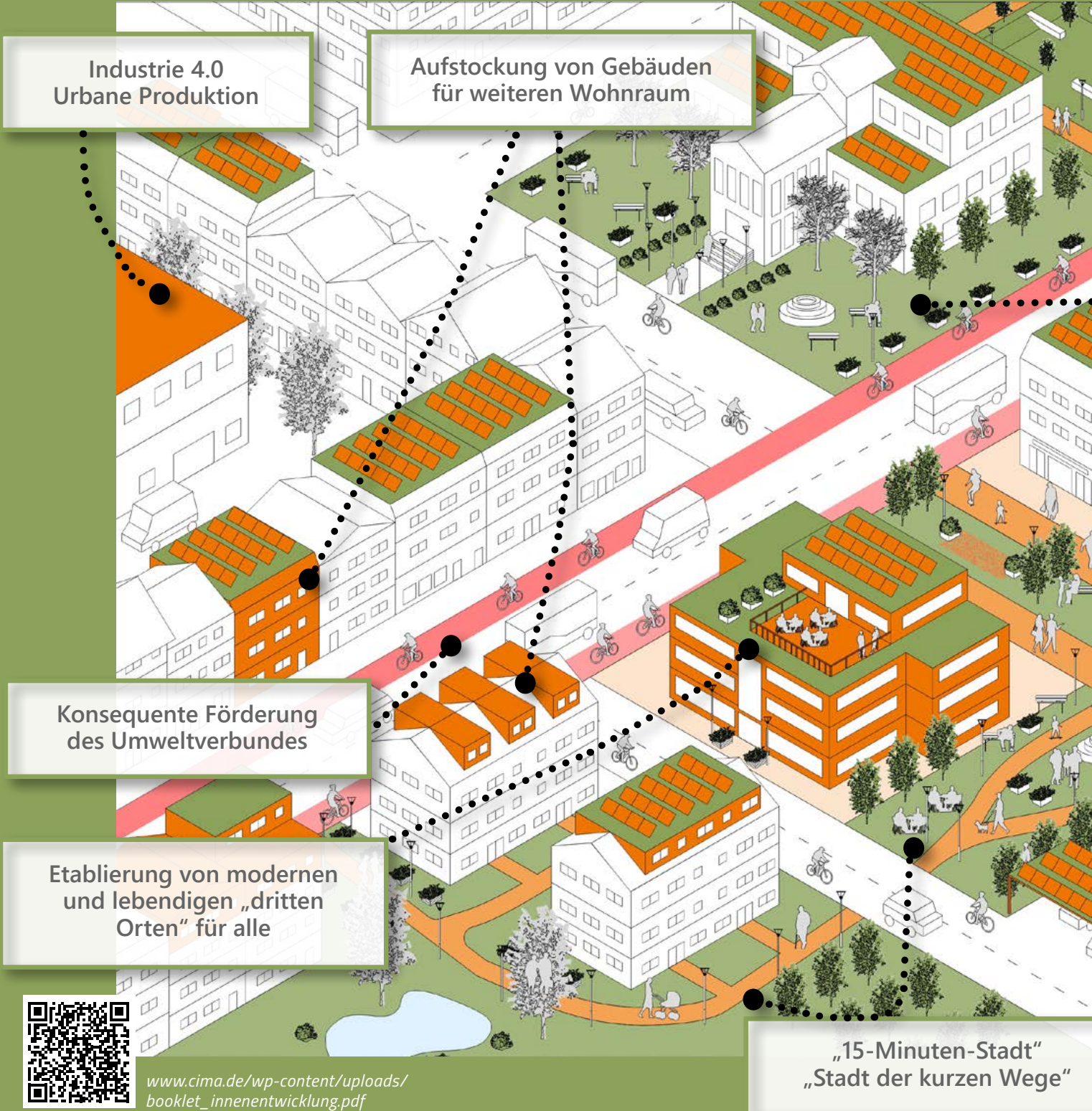
den. Das Schwammstadt-Prinzip ist ein weiteres Beispiel, wie auf die neuen Herausforderungen des menschengemachten Klimawandels reagiert werden kann. Die Betrachtung der ökologischen Erfordernisse bei der Innenentwicklung ist hierbei unerlässlich.

In der Stadt wie auf dem Land gleichermaßen, die Chancen von Bildungsangeboten unterschiedlichster Art zu profitieren und auf Menschen zu treffen, die in der Lage sind dieses Wissen zu vermitteln, steigt in den zentralen Lagen. Entsprechende Angebote können durch Quartiersarbeit in der Innenentwicklung eine zusätzliche Beförderung erhalten und ein wichtiger integrativer Faktor werden, wie es bspw. „urban gardening“-Projekte verdeutlichen.

Im Sinne der Ziele der Energiewende sinkt durch eine konsequente Innenentwicklung die Flächenkonkurrenz im Außenbereich, bspw. auch gegenüber Nutzungen für regenerative Energien. Zudem zählt Innenentwicklung auch auf das Thema Energieeffizienz ein. Das reicht von einem besseren Oberflächen-Volumen-Verhältnis im einzelnen Gebäude bis hin zur wirtschaftlicheren Umsetzung von Wärmenetzen.

Ferner zeigen Beispiele in unseren Gewerbegebieten wie die Lackiererei des BMW-Stammwerkes in München eindrucksvoll,

ZIELKONZEPT INTEGRIERTER KONZEPTE – MÖGLICHKEITEN EINER STÄDTEBAULICHEN RAHMENPLANUNG



**Industrie 4.0
Urbane Produktion**

**Aufstockung von Gebäuden
für weiteren Wohnraum**

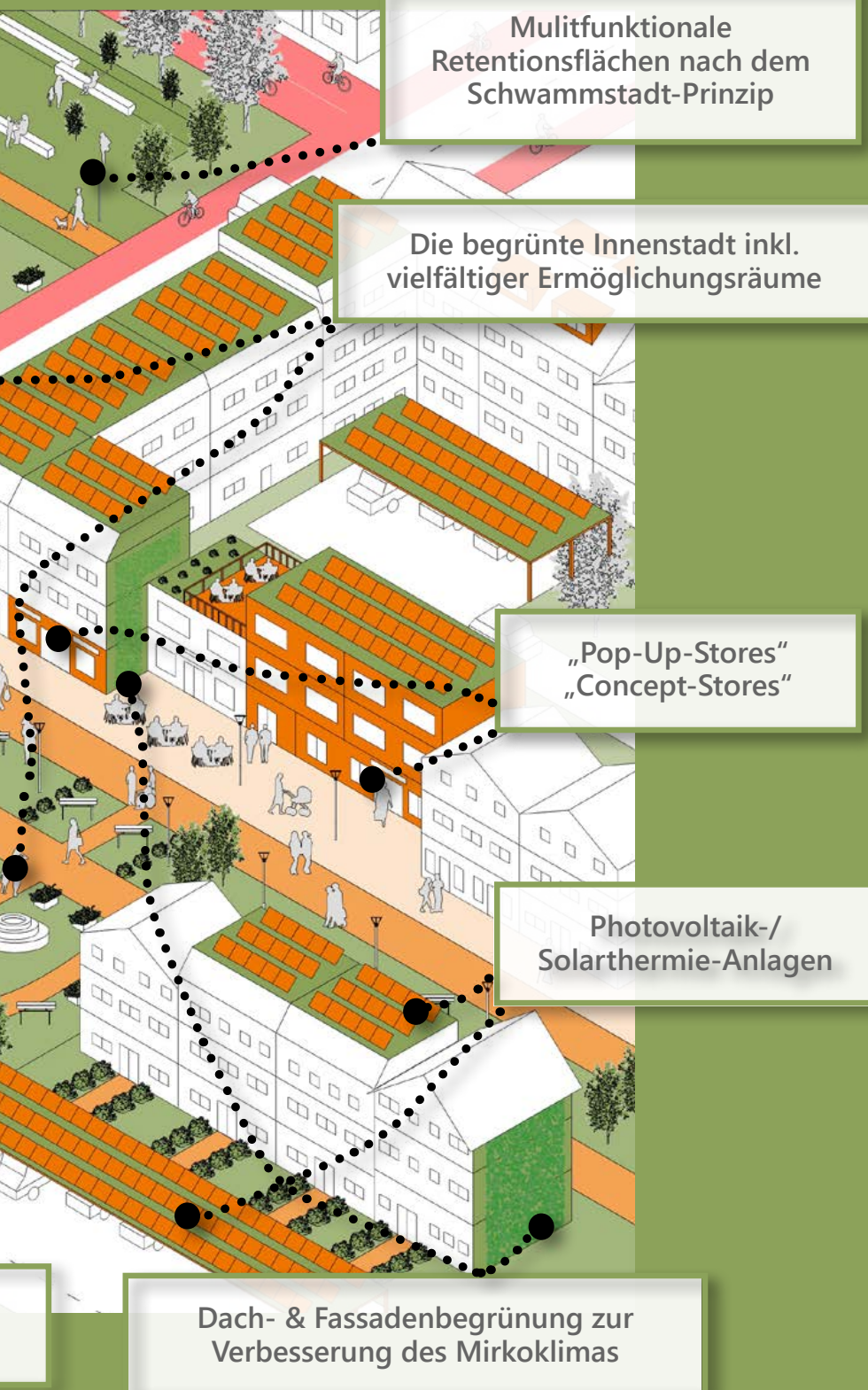
**Konsequente Förderung
des Umweltverbundes**

**Etablierung von modernen
und lebendigen „dritten
Orten“ für alle**

**„15-Minuten-Stadt“
„Stadt der kurzen Wege“**



[www.cima.de/wp-content/uploads/
booklet_innenentwicklung.pdf](http://www.cima.de/wp-content/uploads/booklet_innenentwicklung.pdf)



dass neue Produktionsweisen mit einer viel größeren Ressourceneffizienz möglich sind. Die bereits laufenden Transformationsprozesse stellen hierbei Chancen dar, GreenTech-Projekte voranzutreiben, Stoffkreisläufe herzustellen sowie die Unabhängigkeit von Importen zu erhöhen und damit eine größere Krisenresilienz mitzudenken.

Sei es ein gut ausgelasteter Rufbus oder eine neue ÖPNV-Linie. In verdichteten Räumen steigt die Chance, Alternativen zum Individualverkehr wirtschaftlich anbieten zu können. Gerade in stark verdichteten Räumen ist das Mitdenken alternativer Mobilitätsformen hierbei zwingend erforderlich, um dem weiterhin hohen Flächenbedarf der KFZ-Mobilität entgegenzuwirken.

Parallel zum Erhalt von Arten und Lebensräumen ist es ebenso im Innenbereich wichtig, nicht nur klimaangepasste, sondern auch lebenswerte, inklusive und partizipatorische Freiflächen mit in den Städtebau zu integrieren. Die Anforderungen an die Freiraumplanung und die Kontrolle der Umsetzung und Einhaltung der Maßnahmen werden im Zuge der Innenentwicklung zunehmen. Das Spektrum reicht von einer viel stärker von der klimatischen Wirkung der Bepflanzung gedachten Freiraumplanung, über die Barrierefreiheit bis hin zur Multifunktionalisierung von Flächen. Die Metropole Hamburg zeigt hier bspw. wie Retentionsflächen auch Treffpunkte sein können.

Neben dem Schutz der Ressource Boden, sollten die Art und Weise des Bauens sowie die eingesetzten Rohstoffe bei der Innenentwicklung mitbedacht werden. Der Bausektor ist nach wie vor der rohstoffintensivste Bereich unserer Volkswirtschaft. Innenentwicklungsbeispiele wie das Bürogebäude „Twin-Cubes“ in Düsseldorf zeigen, dass Innenentwicklung in kompletten Produktkreisläufen möglich ist. Durch die Dotierung an Rohstoffbörsen könnte hierbei sogar eine neue Form der kommunalen Wertschöpfung ins Auge gefasst werden.

HEMNMISSE VON KOMMUNEN TROTZ DES POTENZIELLEN NUTZENS

Das sind zum einen externe Teiber bzw. Trends, die problemverschärfend in unterschiedliche Richtungen wirken. Beispiele sind der demografische Wandel, die Digitalisierung im Einzelhandel oder aber Flüchtlingsbewegungen, die ein schnelles Handeln erfordern.

Darüber hinaus fehlt es häufig an ausreichenden Datengrundlagen und Leitbildern, wodurch das Nebeneinander von Leerstand, Brachflächen und Unternutzung auf der einen Seite und Neuausweisungen am Ortsrand auf der anderen Weise entstehen.

In unseren DINs, Gesetzen und Normen gibt es kontinuierlich Weiterentwicklungserfordernisse, die an neue Belange der Innenentwicklung angepasst werden müssen. In den vergangenen Jahren hat sich allerdings bereits einiges getan, um sowohl den Ansatz der Innenentwicklung als auch die Gemeinwohlorientierung zu unterstützen. Genannt werden können hier exemplarisch das Baulandmobilisie-

rungsgesetz in Kombination mit gemeindlichen Vorkaufsrechten, die Möglichkeit der Steuerung der Wohnraumversorgung durch sektorale Bebauungspläne, städtebauliche Verträge, Baulandbeschlüsse, Baugebote und viele mehr.

Dennoch besteht vielfach eine Diskrepanz zwischen Instrumentarium, Wissen und vor allem Umsetzungsmöglichkeiten. Vielen Kommunen fehlen die Ressourcen, um bspw. Baufonds ins Leben zu rufen. Zudem haben Maßnahmen der Verwaltungsstrukturierung die personelle Ausstattung in den Ämtern stark reduziert. Ein Prozess, der gerade in den mittleren und kleineren Kommunen durch den Fachkräftemangel in den kommenden Jahren noch weiter verschärft werden wird. Dies erschwert die Möglichkeiten Innenentwicklung mit Nachdruck voranzubringen. Hinzu kommt insbesondere bei der Innenentwicklung der Umstand, dass sehr unterschiedliche Belange der lokalen Bevölkerung und der Akteure vor Ort zusammenkom-

men, die in konkreten Projekten starke Betroffenheiten auslösen können. Daher ist eine frühzeitige und intensive Beteiligung erforderlich. Nur im Zusammenspiel mit den Eigentümer*innen, der lokalen Zivilgesellschaft und der Wirtschaft sowie der Bewohnerschaft können erfolgreich Impulse für die Innenentwicklung gesetzt werden. Es braucht also sowohl eine ortsspezifische und zugleich strategische Verständigung über die Ziele der Innenentwicklung, die Anwendung geeigneter planerischer Instrumente, formell wie auch informell, eine aufklärende und begleitende Kommunikation sowie notwendige personelle und finanzielle Ressourcen für eine Umsetzung.

KONTAKT

Martin Hellriegel

> hellriegel@cima.de



Nachstehend möchten wir einen Einblick in bereits heute bestehende vielfältige Methodenansätze der cima bieten, die etwaige integrierte Lösungen befördern und mit dem an anderer Stelle, nicht zuletzt dank einer hohen Fach- und Querschnittskompetenz aus Immobilienwirtschaft, Stadtplanung, Quartiersmanagement und Moderation unter einem Dach, erste Erfolge zur Innenentwicklung erzielt werden konnten.



BAYERN

Gemeinsam Lösungen diskutieren

SEMINARREIHE UND MODERATION VERWALTUNGSINTERNER
WORKSHOPS ZUM THEMA FLÄCHENSPIAREN

Eine zentrale Aufgabe in der Stadt- und Gemeindeentwicklung ist ein flächensparender Umgang mit der Ressource Boden, der insbesondere die Innenentwicklung in den Kommunen stärker in den Fokus rückt. Die Aktivierung entsprechender Flächenpotenziale einhergehend mit einem notwendigen Transformationsprozess in Bestandsgebieten, erfordern einen klugen Einsatz der Instrumente der Stadtplanung. Um diesen vielschichtigen Herausforderungen einen strategischen Rahmen zu geben und gute Lösungsansätze interkommunal zu entwickeln, hat die *Regio Augsburg* sich dem übergreifenden Thema Flächensparen angenommen und die *cima* beauftragt, eine Seminarreihe zu diesem Thema zu konzipieren und durchzuführen.

In vier Werkstätten wurden zunächst mit Hilfe des *cima*-Tools der „strategischen Bilanz“ das Wissen um die Instrumente eruiert und entsprechende Beratungsbedarfe identifiziert. Dabei hatten die Kommunen die Möglichkeit, ihren Erfahrungsstand zu vergleichen und Wissenslücken zu identifizieren. Der interkommunale Austausch stand hierbei im Fokus. In der anschließenden Umsetzungsberatung sind dann insgesamt dreizehn Seminare und Vorträge zu einzelnen Spezialthemen organisiert und mit einer 1:1-Beratung der *cima* durchgeführt worden. Eingebunden waren auch externe Referierende.

Praxisnah reichte die Bandbreite der Themen dabei von den Anforderungen der

Unternehmen der Gesundheitswirtschaft an Gewerbestandorten über die Nachnutzung von aufgelassenen Hofstellen in den Ortsmitten bis hin zur Ansprache von Eigentumsparteien mit dem Ziel der Flächenaktivierung. Den Teilnehmenden aus Ortsplanung, Wirtschaftsförderung und Politik wurden dabei Entwicklungsmöglichkeiten und geeignete Instrumente zur Zielerreichung aufgezeigt. Die Bearbeitung erfolgte anhand konkreter Fallbeispiele.

KONTAKT

Kerstin Mahrenholz

> mahrenholz@cima.de



Baufortschritt Neue Mitte Porz. Künftig wird ein Rundlauf zwischen den drei zentralen Einkaufslagen in Porz für eine erhöhte Aufenthaltsqualität und mehr Belebung sorgen.

Ein Bezirkszentrum stellt sich neu auf

INNENENTWICKLUNG AM BEISPIEL KÖLN-PORZ

von Gudula Böckenholt, Projektleiterin, CIMA Beratung + Management GmbH

Bereits seit Jahren stehen Innenstädte und Ortszentren als Handelslagen unter enormem Druck. Der generelle Strukturwandel im Einzelhandel spiegelt sich in steigenden Umsätzen des Online-Handels und vielerorts in Schließungen von Einzelhandelsbetrieben wider.

Problematische Entwicklungen, wie sie in diesem Zusammenhang zu beobachten sind, bspw. die aktuellen Filialschließungen von Galeria Karstadt Kaufhof, hat das auf die Versorgung seiner gut 114.000 Einwohner*innen ausgerichtete Bezirkszentrum Köln-Porz bereits vor vielen Jahren leidvoll erfahren müssen: Die Schließung des damaligen Flaggschiffes Hertie. Seitdem das Haus im Jahr 2009 aufgegeben wurde, hat das Zentrum einen massiven Wandel vollzogen. Zwar kann das bereits 2003 eröffnete Einkaufszentrum City Center Porz mit seinen Magnetbetrieben weiterhin wichtige Kundenfrequenzen generieren, doch hat der örtliche Einzelhandel im Umfeld seine frühere strukturprägende Funktion deutlich eingebüßt. Insbesondere in der traditionellen Einkaufsstraße des Porzer Bezirkszentrums sowie in den Randlagen der City sind Trading-Down-Tendenzen erkennbar, die z. T. durch städtebauliche Missstände forciert werden. Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe schrumpfte deutlich – allein in fünf Jahren (2016 bis 2021) verschwanden knapp zehn Prozent der Handelsobjekte. Insbeson-

dere inhabergeführte Geschäfte wurden aufgegeben. Oftmals folgten dienstleistungsorientierte oder gastronomische Angebote; in einzelnen Bereichen des Bezirkszentrums prägen Leerstände das Stadtbild. Auch Vergnügungstätten (Spielhallen, Wettbüros) haben zentrale Ladenlokale belegt. So zeigt die traditionelle Bahnhofstraße aktuell nur einen eingeschränkten Branchenmix bei einer gleichzeitig hohen Ansiedlung und Fluktuation gastronomischer Betriebe im Imbissbereich.

Konzeption für die Neue Mitte Porz

Nach Schließung des Hertie-Hauses sorgte die Brachfläche inmitten des Porzer Zentrums viele Jahre für negative Auswirkungen auf die städtebauliche Attraktivität und die Aufenthaltsqualität, denn die Revitalisierung des Geländes und die damit einhergehende Neustrukturierung des Standortes gestalteten sich schwierig. Mit dem Kauf der Fläche durch die Stadt Köln im Jahr 2014, der Übertragung der Projektentwicklung an die Tochter moderne Stadt GmbH im Jahr 2016 und dem Abriss des Altgebäudes im Jahr 2018 konnte das Projekt „Neue Mitte Porz“ als neuer Impuls für das Bezirkszentrum forciert werden. Das Konzept verfolgt eine Aufwertung des Standortes durch eine bauliche Neuordnung mit insgesamt drei Häusern, die mit den Bauverantwortlichen moderne Stadt GmbH, Sahle

Wohnen GmbH & Co. KG und Aachener Siedlungs- und Wohnungsgesellschaft mbH umgesetzt werden – dies mit einem attraktiven Mix aus gewerblichen Nutzungen und rund 130 Wohnungen. Damit werden neue Signale für die wirtschaftliche Zukunft des Bezirkszentrums gesetzt.

Dass dem individuellen Stadtentwicklungsprojekt „Neue Mitte Porz“ eine sehr hohe Qualität bei der Stadt- und Projektentwicklung zugrunde liegt, konnte im Jahr 2023 nicht zuletzt die Auszeichnung mit dem polis-Award in Silber in der Kategorie „Reaktivierte Zentren“ bestätigen. Trotz der positiven Impulse zehren die Entwicklungen der Vorjahre wie die lang andauernden Bautätigkeiten an den Nerven der örtlichen Akteure. Vielerorts haben sich über die Zeit Frust und Resignation breit gemacht. Es ist daher naheliegend, dass die Stadt Köln mit ihrem Bezirkszentrum Porz prädestiniert war, eine Förderung im Rahmen des Sofortprogramms Innenstädte und Zentren in Nordrhein-Westfalen zu erhalten, um so Unterstützung bei der Bewältigung der anstehenden Herausforderungen zu bekommen.

September 2022: Das Gebäude Haus 1 wurde mit einem modernen REWE-Markt und Wohnnutzungen in den Obergeschossen eröffnet. Die Inbetriebnahme weiterer Nutzungen und Angebote (Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie und Wohnen) in den beiden anderen Häusern folgen sukzessive.



Impuls zum Zentrenmanagement

Seit Sommer 2021 ist die CIMA Beratung + Management GmbH von der *Stadt Köln* mit dem Anstoß eines Zentrenmanagements beauftragt. Wurden zunächst die Potenziale und Risiken vor Ort identifiziert und Handlungsbedarfe analysiert – bspw. durch die Dokumentation der Nutzungsstrukturen und Leerstände, eine Untersuchung von Qualitätsmerkmalen des lokalen Einzelhandels sowie die Analyse der Online-Präsenz lokaler Händler*innen – ging es danach stärker um den Aufbau eines lokalen Netzwerkes und um gezielte Abstimmungen sowie um Unterstützung der lokalen Gewerbetreibenden und Immobilieneigentümer*innen. Es wurden zahlreiche aktivierende Gespräche geführt. Auch eine Vor-Ort-Sprechstunde kam zum Einsatz.

Durch die Organisation verschiedener Aktionen zum Tag des Veedels, das Angebot zweier Digitalisierungsworkshops für örtliche Gewerbetreibende sowie einer Informationsveranstaltung für Eigentümer*innen zum Thema Immobilien- und Standortgemeinschaften ist zudem wertvolle Aufbauarbeit geleistet worden. Zum Teil erschwe-

ren verschiedene Rahmenbedingungen, wie z. B. organisatorische Strukturen oder städtebauliche Missstände in räumlichen Abschnitten, jedoch die weiteren Aktivitäten vor Ort. Mit der Erarbeitung des integrierten Entwicklungskonzeptes (ISEK) Porz-Mitte und der Aufnahme in ein Städtebauförderprogramm, welches u. a. bauliche Umgestaltungsmaßnahmen und die geplante Verstärkung des Zentrenmanagements in einem zukünftigen Büro für Vernetzung ermöglicht, ist ein guter Rahmen für die Weiterentwicklung des Bezirkszentrums geschaffen worden. Um das Bezirkszentrum Porz auf dem Weg hin zu einem lebendigen, individuellen und identitätsstiftenden Zentrum zu begleiten, braucht es nun weitere gemeinsame Anstrengungen – und vor allem ein Quäntchen mehr Optimismus!

KONTAKT

Gudula Böckenholt



Die Diplom-Geografin bringt als erfahrene Projektleiterin und Gutachterin bei der cima am Standort Köln sowie als gefragte Referentin regelmäßig wertvolle Perspektiven und Inhalte für eine interessierte Fachwelt ein. Zu ihren inhaltlichen Schwerpunkten zählen die Innenstadtentwicklung, das City-Management sowie Einzelhandels- und Zentrenkonzepte.

> boeckenholt@cima.de

SCHLESWIG-HOLSTEIN



Städtebaulicher Entwurf mit Erläuterung für eine Potenzialfläche

Bautypologie & Wohnfläche

15

- + ab 100 m² Wohnfläche // ab 500 m² Grundstückgröße
- + Flach- oder Pultdach
- + 1. + 2. Stockgeschoss im II. Geschoss
- + generationengerecht // barrierefrei

Geschossbau 76 davon

- + 60 - 85 m² Wohnfläche
- + Flach- oder Pultdach
- + II. Geschoss + Satteldachgeschoss
- + generationengerecht // barrierefrei

Bau- & Infrastrukturkosten

Herstellungskosten

Erschließung	ca. 900.000 €
Kanalisation	ca. 600.000 €
Strom & Trinkwasser	ca. 400.000 €
Gesamt	ca. 1.900.000 €

ca. 60 %
2.000.000 €

Investor // Eigentümer

Bevölkerungsprognose

Erstbezug: 2023 Dauer:

- ca. 260 Einwohner
- unter 5 Jahre = ca. 2,4
- 6 bis 10 = ca. 1,3 pro

Innenentwicklungspotenzialstudie und Workshops

AUF DEM WEG ZUM BAULANDBESCHLUSS FÜR DIE GEMEINDE KUMMERFELD

Die viel diskutierten Zeitwenden hinsichtlich der Strategien zur Reduzierung des Flächenverbrauchs, der Anpassungen an den Klimawandel, die Notwendigkeit der Mobilitäts- und Energiewende machen auch vor einer Gemeinde wie *Kummerfeld* vor den Toren Hamburgs nicht Halt. Schließlich erfreut sie sich auch aufgrund des Wohnungsmarktdruckes in Hamburg und der direkten Nähe zur Stadt Pinneberg einer großen Beliebtheit als Wohn- und Lebensort. Im Rahmen eines Ortsentwicklungskonzeptes (OEK) der Gemeinde war die zukünftige wohnbauliche Entwicklung daher ein zentraler Aspekt der Betrachtung.

Die raumordnerische Einordnung der Gemeinde ermöglicht ein eigenständiges Handeln ihres Wachstums. Ziel der Gemeinde war somit, für sich eine klare strategische Linie zu finden, wie und wo neuer Wohnraum entstehen soll. Wesentliche Treiber waren hierbei drei Wohnbauflächenpotenziale, von denen sich zwei im privaten Besitz befanden. Im Nachgang zum OEK entschied die Gemeindevertretung auch bei diesem Anliegen mit der *cima* zusammenzuarbeiten. Als Ergebnis von zwei Workshops konnte schließlich ein Strategiepapier für einen Baulandbeschluss erzielt werden. Der Baulandbeschluss soll künftig klare Vorgaben

der Gemeinde gegenüber Dritten kommunizieren und zudem eine stärkere Bindungswirkung für die Gemeinde erzeugen als es bspw. informelle Konzepte leisten können. Beim ersten Workshop wurden Visionen für die drei Fokusflächen in Form von städtebaulichen Entwürfen dargestellt (s. o.). Bau- und Infrastrukturkosten wurden ermittelt; ebenso mögliche Auswirkungen auf soziale Infrastrukturen erläutert. Zudem sollten die Teilnehmenden durch die Betrachtung denkbarer Folgewirkungen für notwendige Änderungen zukünftiger Baugebiete sensibilisiert werden. Gleichzeitig dienten die Szenarien zur Festlegung von Parametern

HESSEN

Integrierte Entwicklungskonzepte

MIT KEK LÄNDLICHE RÄUME ALS ATTRAKTIVE UND LEBENDIGE LEBENS-RÄUME GESTALTEN UND ZUR DORFENTWICKLUNG BEITRAGEN

In Deutschland gibt es sowohl auf Bundes- als auch auf Landesebene eine Reihe an Programmen, die sich der Förderung ländlicher Räume widmen. U. a. geht das Land Hessen mit der Dorfentwicklung auf dieses Thema ein und befähigt Kommunen bei der Umsetzung von Projekten auf ortsteil- und gesamtkommunaler Ebene.

gruppen findet eine enge und regelmäßige Abstimmung mit Ortsräten, der Verwaltung und der Förderbehörde statt.

Noch bis zum 1. Februar 2024 können hessische Kommunen einen Antrag bei der zuständigen Fach- und Förderbehörde für das Dorfentwicklungsprogramm 2024 stellen. Beim Antragsverfahren unterstützt die cima gerne.

Übergeordnetes Ziel der hessischen Dorfentwicklung ist die Innenentwicklung der Orte sowie die Stärkung dezentraler Einrichtungen und Angebote – immer vor dem Hintergrund der strategischen Ausrichtung der gesamten Kommune. Um Fördermittel für einen Zeitraum von sechs Jahren zu erlangen, müssen Städte und Gemeinden ein Kommunales Entwicklungskonzept (KEK) erarbeiten. Neben der Herausarbeitung grundsätzlicher Entwicklungsperspektiven umfasst der KEK-Prozess, den die cima in der vergangenen Förderperiode für insgesamt zehn hessische Kommunen fachlich und methodisch begleitet hatte, die Formulierung eines Leitbildes sowie realistischer Zielsetzungen mit daraus abzuleitenden Handlungsbedarfen sowie konkreten Projekten. Im Ergebnis entstehen so eine umsetzungsorientierte Entwicklungsstrategie, Impulsmaßnahmen sowie Zeit-, Finanz- und Kostenplanungen für vorgesehene Maßnahmen. Die Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern und anderen lokalen Fachkundigen stellt bei der Ausgestaltung des Entwicklungskonzeptes ein zentrales Element dar. Neben Teilnehmungsformaten wie Ortsteilspaziergängen, Befragungen und Workshops mit unterschiedlichen Ziel-

KONTAKT

Tom Bremer

> bremer@cima.de

WEITERE INFORMATIONEN

Mehr zum Thema Innenentwicklung, digitalen und analogen Teilnehmungsformaten ebenso wie konkreten Beratungsangeboten in Form von Nutzungs- und Gestaltungskonzepten, Wettbewerbsverfahren, sektoralen Fachkonzepten oder etwa Innenstadtmangements finden Sie im Web.

Gern ist die cima auch in Ihrer Kommune beratend tätig.

www.cima.de/innenentwicklung



Einheiten

Reihenhaus 32

- ab 50 m² Wohnfläche // ab 100 m² Grundstücksgröße
- Flach- oder Pultdach
- 1+1 // Sattelgeschoss bis II Geschosse + Sattelgeschoss
- generationsgerecht // barrierefrei

"altengerechte WE" 60

- 50 bis 75 m² Wohnfläche
- generationsgerecht // barrierefrei

Kosten (in den kommenden 25 Jahren)

Betrieb / Instandhaltung	Anteilig Kosten der Erneuerung
ca. 200.000 €	ca. 555.000 €
ca. 200.000 €	ca. 185.000 €
ca. 80.000 €	ca. 165.000 €

ca. 480.000 € ca. 905.000 € **3.285.000 €**

ca. 12% ca. 28%

400.000 € 885.000 €

Netznutzer/ Tariffkunden

Kommune

(Grundsteuer, Einkommensteuer & Familienleistungsausgleich)

= 1.680.000 €

des Bezugs: 10 Jahre = 2033

er:Innen

4 pro Jahr

1 pro Jahr

Auswirkung des Bestandswechsel

- unter 5 Jahre = ca. 2,4 pro Jahr
- 6 bis 10 = ca. 1,3 pro Jahr

für den Baulandbeschluss, bspw. Ausstattung und Qualität von Grün- und Freiräumen. Der zweite Workshop diente dazu, die Diskussionspunkte in ein Strategiepapier zu überführen, das an einen Baulandbeschluss angelehnt war.

KONTAKT

Maximilian Burger

> burger@cima.de



Konturenreich, Matthias Hugo – stock.adobe.com

Einzelhandel und Stadtentwicklung

IM ZEICHEN VON STRUKTURELLEN UND GESELLSCHAFTLICHEN VERÄNDERUNGEN

Dazu im Perspektivgespräch: Sabine Hagmann, Hauptgeschäftsführerin des Handelsverbandes Baden-Württemberg sowie Sascha Jost, Geschäftsführer des Handelsverbandes Baden-Württemberg mit Roland Wölfel und Dr. Stefan Leuninger von der CIMA Beeratung + Management GmbH

Gemäß den Ergebnissen des aktuell vorliegenden bundesweiten *cima.Monitors* www.cimamonitor.de stellt der Einzelhandel nach wie vor eine wichtige Frequenzfunktion für die Innenstädte dar. Wie bewertet der Handelsverband die aktuellen Herausforderungen und Perspektiven des Einzelhandels?



HAGMANN: Die Pandemie ist Gott sei Dank mittlerweile vorbei. Allerdings wirkt Corona - insbesondere was die Umsätze und die Frequenzen anlangt - bis zum heutigen Tage nach. Wir haben in den allermeisten Städten die Frequenz-Niveaus von vor 2019 nicht wieder erreicht. Und auch wenn es einige gute Beispiele gibt, so ist der Großteil der Innenstädte momentan – und leider auch künftig – von deutlichen Rückgängen der Passantenzahlen betroffen. Wir gehen insofern von durchschnittlich

20 Prozent weniger Besuchenden in den Innenstädten aus. Dies ist eine ganz klare Folge der Pandemie, die sich auch künftig nicht gänzlich wird zurückdrehen lassen. Dazu trägt selbstverständlich auch der nach wie vor steigende Online-Anteil vor allem bei Nonfood-Waren und den klassischen innenstadtrelevanten Sortimenten bei. Menschen, die gar nicht erst in die Stadt kommen, können den stationären innerstädtischen Handel nicht unterstützen, der nebenher auch mit vielen weiteren Problemen zu kämpfen hat. Fehlende Liquidität, fehlendes Fachpersonal, steigende Mieten, teure oder keine Parkflächen, strenge baurechtliche Auflagen und steigende Kosten bei der Grundsteuer seien hier nur stichpunktartig genannt. Eines der wichtigsten Themen ist aktuell die Erreichbarkeit unserer Cities.

Dabei spielt es für die Händler*innen gar keine Rolle, wie die Menschen in die Städte kommen, ob mit Bus oder Bahn, dem Rad, zu Fuß oder dem eigenen PKW – die Hauptsache ist dabei, DASS die Menschen in die Stadt kommen und dies auf bequeme Art und Weise tun können. Dabei sollte es ihnen aber grundsätzlich selbst überlassen bleiben, mit welchem Verkehrsmittel sie anreisen möchten. Insofern sollten aus unserer Sicht ALLE Verkehrsbeteiligte gleichbehandelt werden. Dies gilt auch für den motorisierten Individualverkehr, auf den die Menschen angewiesen sind, insbesondere, solange die Angebote des ÖPNV nicht entsprechend attraktiv sind. Wenn also, wie in allen Studien immer wieder bestätigt wird, der Einzelhandel die wichtigste Magnetfunktion für den Besuch einer Innenstadt ist, so muss allen verantwortlichen Akteuren, allen voran den Kommunen, an einem stabilen und prosperierenden Einzelhandel gelegen sein.

Auf Aufenthaltsqualität, ÖPNV und Erreichbarkeit der Cities haben Händler*innen allerdings nur bedingt Einfluss. Daher fordern wir die öffentliche Hand auf, alle notwendigen Schritte umzusetzen, damit ein gesunder und abwechslungsreicher Handel, die Innenstädte zum Wohle aller auch weiterhin beleben kann.

Mit dem Stadtmarketingpreis Baden-Württemberg www.stadtmarketingpreis-bw.de hat der Handelsverband – mit Unterstützung der cima – bereits seit Jahren ein anerkanntes Instrument zur Aktivierung von neuen Ideen und Maßnahmen der Stadtentwicklung und des Stadtmarketings umgesetzt. Wie sieht ein Zwischenfazit aus, Herr Jost?



JOST: Der Stadtmarketingpreis Baden-Württemberg ist seit seiner erstmaligen Ausschreibung im Jahr 2007 ein echter Erfolg. Mittlerweile konnte eine Vielzahl hervorragender Stadtmarketingprojekte landauf, landab durch das Wirtschaftsministerium, das seit Beginn Schirmherr des Wettbewerbs ist, ausgezeichnet werden. Dabei haben oftmals herausragende Projekte als Blaupause für andere Kommunen gedient und damit der Idee des „Voneinander-

Lernen“ Rechnung getragen, worüber wir uns sehr freuen. Auch in 2023 wird der Preis wieder in drei Größenklassen verliehen. Der cima sind wir für die fachliche und inhaltliche Begleitung des Wettbewerbs sehr dankbar.

WÖLFEL: Mit dem Stadtmarketingpreis haben wir es geschafft die Verbreitung guter Projekte in und über Baden-Württemberg hinaus zu forcieren. Qualität und Bestleistungen werden somit multipliziert und die Umsetzung in vielen Städten beschleunigt. Städte tauschen sich aus, besuchen und helfen sich gegenseitig bei der Umsetzung. Es ist also nicht nur ein Preis, sondern vor allem ein Umsetzungskatalysator. Die Auszeichnung stärkt die Initiativen vor Ort – Verbreitung bringt Effizienz und Sicherheit für viele Städte, die davon lernen.

Das Wirtschaftsministerium des Landes führt den von der cima betreuten „Ideenwettbewerb für Einkaufserlebniskonzepte im stationären Einzelhandel“ www.ideenwettbewerb-einzelhandel.de durch. Wie bewerten Sie Ansatz, Resonanz und beobachtbare Aktivitäten?

LEUNINGER: Der ausgelobte Ideenwettbewerb hat sich als ein sehr „niederschwelliges Innovationsangebot“ gezeigt. In unseren Startgesprächen und laufenden Abstimmungsworkshops mit den ausgewählten 31 Einzelhändler*innen zeigte sich, dass es eine Reihe von kundenorientierten Ansatzpunkten gibt, um den Einzelhandel auch zukünftig als wichtige Leitfunktion der Innenstädte und Ortszentren zu stärken. Interessant für uns als cima war insbesondere die Tatsache, dass zahlreiche Einzelhandelsbetriebe Interesse haben, bzw. die Notwendigkeit sehen, betriebsübergreifende Konzepte weiterzuentwickeln. Ein gutes Signal in Richtung Citymarketing und -management!

HAGMANN: Insbesondere der stationäre Handel braucht kluge Ideen und innovative Konzepte, die ihn gegenüber der Konkurrenz aus dem Netz sichtbar und für die Kundschaft attraktiv machen. Infolge der Pandemie, aber auch vor dem Hintergrund der vielen anderen bereits erwähnten Herausforderungen, fehlen den kleinen und mittleren Handelsbetrieben häufig die Mittel, um sich diesen wichtigen Herausforderungen adäquat zu stellen. Der in Bezug auf die Teilnahme-Anforderungen leichte Ideenwettbewerb hat durch eine umfangreiche Förderung sowohl die finanziellen als auch die personellen Spielräume geschaffen, dass sich auch kleine Betriebe trotz begrenzter Kapazitäten mit pfiffigen Projektideen bewerben konnten. Dies ist absolut erfreulich.

Geplante Kurzvideos und Clips über besonders hervorstechende Preisträger*innen werden einem interessierten Publikum konkrete Einblicke in die Projekte ermöglichen und damit hoffentlich viele andere weit über den Wettbewerb hinaus zum Nachahmen anspornen. Wir können die Landesregierung insofern nur ermuti-



Der Wettbewerb zeigt ganz klar was ankommt und wäre eine gute Blaupause für weitere Initiativen und Förderprogramme.

Roland Wölfel, Geschäftsführer der CIMA Beratung + Management GmbH

gen, auch andere Förderprogramme so niederschwellig wie irgend möglich zu gestalten. Die Umsetzung des Ideenwettbewerbs ist ein hervorragendes Beispiel dafür.

WÖLFEL: Dieser klar auf konsequente Umsetzung und Zukunftsinvestitionen fokussierte Wettbewerb zeigt ganz klar was ankommt und wäre eine gute Blaupause für weitere Initiativen und Förderprogramme. Klare Zielrichtung, klarer Nutzen für Teilnehmende, hoher Umsetzungs- und Innovationsdruck, professionelle inhaltliche und organisatorische Begleitung! Nichts für Hadernde und jenen, die Bedenken hegen.

So kann dieser Ansatz auch auf die Innenstadt oder andere transformationsbetroffene Branchen übertragen werden und würde einen ähnlichen Umsetzungsschub auslösen. Andere Bundesländer wie z. B. Bayern, NRW oder Hessen haben damit bereits gute Erfahrungen gemacht. Es wurde auch deutlich, wie wichtig die Rolle des Handelsverbandes als „verlängerter Arm“ in die Betriebe und Kommunen ist. Mit seiner Vernetzung und Branchenkenntnis konnten schnell offene, innovations- und veränderungsbereite Unternehmen angesprochen und motiviert werden. Extrem erfreulich ist, dass so viele unterschiedliche, für viele Betriebe adaptierbare, Projekte entstanden sind, die alle Bereiche des betrieblichen Erfolgs – von Digitalität über Ladengestaltung, Produkten bis zu den Mitarbeiter*innen – abbilden.

Die Landesregierung hat unter Federführung des Wirtschaftsministeriums und des Wohnbauministeriums den Beirat „Einzelhandel und Innenstadt“ ins Leben gerufen: www.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/innenstaedte-attraktiv-und-krisenfest-machen. Sowohl cima als auch der Handelsverband sind als Mitglieder in den Beirat berufen worden. Wie wird dieser Ansatz bewertet?

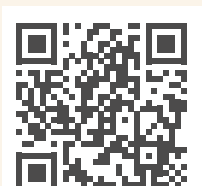


HAGMANN: Die Einrichtung des Beirats geht auf eine Forderung des Handelsverbandes Baden-Württemberg zurück. Bemerkenswert ist, dass der Beirat von gleich zwei wichtigen Ministerien und dort von den jeweiligen Hausspitzen getragen wird. Wir sind daher sehr dankbar, dass das wichtige Thema Innenstadt bei der Politik auf höchster Ebene angekommen ist und die wesentlichen Player hier Gehör finden.

Es muss nun künftig darum gehen, die in den allermeisten Fällen allseits bekannten Probleme mit konkreten Maßnahmen und Lösungsansätzen anzugehen, um die Städte und Gemeinden bei der Bewältigung der Herausforderungen zu unterstützen – dies bedingt sicher auch finanzielle Unterstützung der Kommunen an der einen oder anderen Stelle. Ziel soll und muss es sein, nicht nur Probleme zu beschreiben, sondern die Kommunen in die Lage zu versetzen, die konstatierten Probleme auch zu lösen.

Kommunalentwicklung und Einzelhandelsentwicklung stehen in manchen Kommunen in einem gewissen Spannungsverhältnis. Erreichbarkeit, Sauberkeit der Innenstädte oder Leerstandentwicklungen machen gemeinsame, abgestimmte Strategien erforderlich. Gibt es hierzu praktische Lösungsansätze?

WÖLFEL: Ich habe noch kein Problem erlebt, wozu eine andere Stadt oder Standortgemeinschaft nicht schon eine gute, übertragbare Lösung entwickelt hat. Wichtig ist den Know-how-Transfer gut zu organisieren. Dazu braucht es gemeinsame Plattformen und Netzwerke wie die vom Handelsverband Deutschland und den Handelsverbänden initiierten Stadtimpulse www.unsere-stadtimpulse.de. Weit über 1.000 Projektabrufe und gut 100 geprüfte Best-Practices sprechen eine eindeutige Sprache. Sobald dieses Wissen multipliziert und vor Ort eingesetzt wird, funktioniert es. Gemeinsam abgestimmte, integrierte Strategien sind die inhaltliche Basis für den Erfolg. Dazu kommt eine gute Kooperationsstruktur und -kultur.



LEUNINGER: Unsere aktuellen Beratungs- und Projektmanagementleistungen für Kommunen, z. B. innerhalb des Bundesförderprogramms Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren www.innenstadtprogramm.bund.de/Webs/ZIZ/DE/startseite/startseite-node.html, zeigen deutlich, dass die Kooperation und das Mitnehmen aller Akteure zentrale Rahmenbedingungen für notwendige Veränderungsprozesse bieten. Vielerorts gelingt es mit dem Motto „Auch mal was ausprobieren!“ – mit finanzieller Unterstützung von privat-öffentlich getragenen Verfügungsfonds wie in den Mittelstädten Heidenheim und Albstadt.

Sowohl auf der Bundesebene als auch in zahlreichen Bundesländern gibt es mittlerweile Initiativen und Förderprogramme zur Unterstützung des innerstädtischen Einzelhandels. Baden-Württemberg als großes und bedeutendes Flächenland hat sehr unterschiedliche Herausforderungen. Welche zusätzliche Unterstützung von Landesseite würden Sie sich wünschen?

HAGMANN: Zunächst sei aner kennend gesagt, dass Baden-Württemberg seit vielen Jahren hohe Summen in die Sanierung und

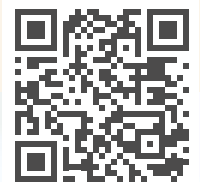
Modernisierung seiner Städte und Gemeinden investiert. Dabei gilt es der besonderen Herausforderung von einerseits städtischen Räumen und Ballungszentren, aber auch einer großen Anzahl von Kommunen im ländlichen Raum gerecht zu werden. Für die Vielzahl an unterschiedlichen Programmen sind wir der Landesregierung sehr dankbar. Gleichwohl braucht es, gerade vor dem Hintergrund der beschriebenen großen Herausforderungen, eine echte und vor allem stetige Förderung insbesondere des innerstädtischen Handels.

JOST: Ich würde mir wünschen, dass die Landesregierung bei der Einrichtung künftiger Förderprogramme den Mut hat, auch unkonventionelle Projekte unbürokratisch und niederschwellig zu unterstützen. Durchaus auch mit Gefahr des Scheiterns. Aber Grundsatz sollte sein: Einfach machen! Ich habe oftmals den Eindruck, dass Förderprogramme zu regulatorisch, zu statisch und zu unflexibel sind und damit ihre Attraktivität auch für die Fördernehmer*innen verlieren.

Vielen Dank für die Einordnung!

24. Oktober 2023: Bei der Abschlussveranstaltung des im August 2022 veröffentlichten Ideenwettbewerbs „Einkaufserlebnisse im stationären Einzelhandel – Best Practices für Baden-Württemberg“ zeichnete Wirtschaftsministerin Dr. Nicole Hoffmeister-Kraut (links) 23 Konzepte aus. Dr. Stefan Leuninger im Gespräch mit der Ministerin, der Hauptgeschäftsführerin des Handelsverbandes Baden-Württemberg Sabine Hagmann, dem Handelsreferent Bernhard Nattermann der IHK Bodensee-Oberschwaben sowie dem bcsd-Landessprecher Markus Schmidt

www.ideenwettbewerb-einzelhandel.de



Zukunft gestalten

35 JAHRE IM EINSATZ FÜR DIE STADT

Die CIMA Beratung + Management GmbH blickt im Jahr 2023 mit ihren 110 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf 35 Jahre erfolgreiche Kommunalberatung und auf mehr als 5.150 realisierte Projekte zurück. Ein Anlass zum Jubeln, zum Feiern und für eine Auseinandersetzung zu den drängenden Fragen einer zukunftsgerechten und nachhaltigen Stadt- und Regionalentwicklung. So geschehen bei einem Firmenstrategieseminar in der Lüneburger Heide.



Fotos: Studio Gläsi / Jens Schläpferbeck



Die cima-Partnergeseellschaft

Leitende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tragen die Mehrheitsanteile an der Gesellschaft: (von links) Uwe Mantik, Nils Meyer, Geschäftsführer Christian Hörmann, Geschäftsführer Martin Kremming, Dr. Wolfgang Haensch, Achim Gebhardt, Geschäftsführer Roland Wölfel, Gudula Böckenholt, Michael Seidel, Jan Vorholt, Julia Lemke, Martin Hellriegel (nicht anwesend)

Roland Wölfel

„35 Jahre im Vergleich zum Alter mancher Städte sind natürlich Peanuts, dennoch konnten wir prägende Zeitabschnitte in der Entwicklung der Innenstädte mitgestalten und machen das auch weiterhin. Um unsere Regionen, Städte und Gemeinden zukunftsfit, regenerativ und enkeltauglich zu gestalten. Die drei wundervollen Tage beim Strategieseminar werden uns die nächsten Jahre auf unserem Weg zu mehr Nachhaltigkeit und Resilienz tragen.“

Martin Kremming

„Wandelbarkeit gehört seit jeher zum Unternehmenskern und das ist gut so! Ich werde mich für unternehmerisches Handeln mit unserem Anspruch, 'smart, partizipativ, nachhaltig' zu sein, einsetzen. Unser Engagement gilt weiterhin der Zukunftsfähigkeit urbaner Zentren, ländlicher Räume und Regionen.“

Christian Hörmann

„Ich bin stolz auf den offenen, sympathischen und zum Nachdenken anregenden Umgang miteinander. So blicken wir top motiviert auf unseren Prozess cima.nextgeneration.“

35 Jahre cima: Wir können. Wir machen. Für Menschen.

EINE REFLEXION ZUM WANDEL DER BERATUNGSGESELLSCHAFT VON UWE MANTIK, SEIT 2001 IN LEITENDER FUNKTION BEI DER CIMA

Die Geschichte des Unternehmens ist eine des beständigen Wandels, permanenter Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Trends sowie räumlicher Expansion auf Grundlage von Anforderungen der Klientel.

Die Gründung als „CIMA City-Management – Gesellschaft für gewerbliches und kommunales Marketing mbH“ im Jahre 1988 fußte auf einem Modellprojekt des bayerischen Wirtschaftsministeriums. Die Grundidee war geboren: Aktives Stadtmarketing als Initiator, Kraftquelle und Moderation für Innenstädte. Bereits zu dieser Zeit waren Leitbilder für die Zukunftsentwicklung gefragt, vehement gestritten wurde über die richtigen Lösungen für den Verkehr in den Städten, Fußgängerzonen oder Parkplätzen vor den Geschäften; Verkaufsoffene Sonntage versus Sonntagsruhe und einiges mehr.

Eine Reihe der Fragestellungen aus den Anfängen klingt heute noch vertraut und eine Binsenweisheit bleibt: Stadt- und Ortsentwicklung ist (zum Glück) nie fertig. Immer neue Entwicklungen und Trends müssen verarbeitet werden. Um zeitgemäße Antworten muss gerungen werden, um die Weiterentwicklung der Zentren als Orte des Wohnens, des Handels, der Gastronomie und der Kultur sicherzustellen. Dabei ist der Maßstab der Nutzen, den Programme und Maßnahmen für die Menschen vor Ort stiften. Gerade deshalb sind umfassende aktive Beteiligungen der unterschiedlichen Ziel- und Altersgruppen im cima-Portfolio von Anfang an Bestandteil aller Fachkonzepte.

Eine weitere Konstante in der Unternehmensentwicklung ist die Reaktion auf Markterfordernisse; sowohl in thematisch-fachlicher Hinsicht als auch unter dem Aspekt der räumlichen Entstehung neuer Standorte. So ist die Expansion nach Österreich der erste Schritt nach außen, kurze Zeit nach der Gründung des Unternehmens in München. Rasch folgt nach der Wende der Aufbau einer Dependence in Leipzig. Die Beobachtung, dass eine Präsenz in Regionen und Bundesländern den Marktzugang erheblich vereinfacht, führt zu weiteren Standorten in Lübeck, Stuttgart, Köln, Forchheim, Hannover, Berlin und Frankfurt.

City-Management war das Gründungsgeschäftsfeld der cima und ist heute noch ein fester Bestandteil des Leistungsspektrums. Die starke Unternehmensentwicklung der letzten Jahrzehnte wäre jedoch ohne die thematische Weiterentwicklung und Erschließung neuer Geschäftsfelder nicht denkbar gewesen. Dabei gehört zur Wahrheit auch, dass die Aufnahme neuer Geschäftsfelder von der Einzelhandelsentwicklung, über die Wirtschaftsförderung, das Quartiersmanagement, den Tourismus, die Stadt- und Regionalentwicklung bis hin zur Immobilienexpertise nicht unbedingt das Ergebnis strategischer Planungen der cima-Verantwortlichen war.

Vielmehr wurde hier zügig auf den Wunsch der Kundschaft reagiert, die sich schlicht in der Frage äußerte: „Ihr macht dies und jenes doch ganz ordentlich, warum können wir nicht auch andere Themen und Projekte mit

der cima machen?“ So entstand das ganzheitliche Spektrum der Stadt- und Regionalentwicklung, das heute von der cima abgedeckt wird.

Eine wesentliche Maxime hat das Unternehmen dabei immer beachtet: Die Beratung von öffentlichen Einrichtungen, Städten, Gemeinden, Landkreisen und Ministerien ist ein Geschäft der Vertrauensbildung und des Wiedersehens. „Die schnelle Mark bzw. heute der schnelle Euro“ und das lieblos angefertigte Gutachten oder Programm verbieten sich nicht nur vor dem Hintergrund, dass es für gutes Geld auch eine gute Leistung mit Engagement und Herzblut geben muss, sondern ganz banal deswegen, weil sich eine kurzsichtige Orientierung am schnellen Umsatz bitter rächen würde. Die cima blickt hingegen auf eine treue Kundschaft zurück, die sich bis in die Gründungsjahre erstreckt und eine Gewinnung von Neukunden*innen vor diesem Hintergrund erleichtert. Dass für private Unternehmen das Gleiche analog gilt, versteht sich von selbst.

Für eine in diesem Sinne und nach diesen Maßstäben arbeitende Firma braucht es selbstverständlich überdurchschnittlich kompetente und mit viel Elan, Dienstleistungsbereitschaft und Empathie ausgestattete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Nach innen gerichtet nennen wir es „cima-Geist“; nach außen wirkt es sympathisch, engagiert und untereinander auf Augenhöhe und mit hoher Wertschätzung gegenüber allen Teammitgliedern agierend. Nicht zuletzt zeugt davon auch, dass der Gründungsge-






Strategie- Seminar

18.–20. September 2023



Blick aus der Praxis
- unsere Produktbezüge



Als cima wollen wir Perspektiven aufzeigen. Beim Strategieseminar steckten wir die Köpfe zusammen, um Wege aufzuzeigen, die in eine bessere Zukunft für unsere Städte, Gemeinden und Regionen führen. Der Dank geht an alle Mitarbeitenden, an Moderator Andreas Reiter für die profunde Begleitung und an Simone Spangler von Neumarkter Lammsbräu für ihren inspirierenden Impuls aus der Praxis.



In Arbeitsphasen setzten wir uns ausgiebig mit unserer Nachhaltigkeit als Unternehmen und in Bezug auf unsere Dienstleistung auseinander. Wir stellten uns und unser Leitbild auf den Prüfstand und diskutierten nachhaltige Produkte und Services, die Städte und Regionen resilient und lebenswert machen. Ein Thema, das in der Auseinandersetzung nicht zu kurz kam: Die Gemeinwohlökonomie.





Aleke Berndt, Master of Science, Stadtplanung

An der cima begeistert mich das riesige Wissen, die verschiedenen fachlichen Hintergründe und die individuellen Stärken aller. Wie sehr wir davon profitieren, zeigt sich regelmäßig in büroübergreifenden Laboren, in denen wir Themen voranbringen. Wie etwa zum Wert der Gemeinwohlorientierung und Nachhaltigkeit in unserer Arbeit. Gemeinsam finden wir die besten Ideen.

schäftsführer auch nach 35 Jahren voll dabei ist und seine beiden Geschäftsführerkollegen vom Praktikum bis in die höchste Ebene der Geschäftsleitung aufgestiegen sind. Ein unternehmerischer Meilenstein der zurückliegenden Dekade war in diesem Kontext die Entwicklung zu einer Partnergesellschaft. Der Erwerb der Mehrheitsanteile an der Gesellschaft durch ihre leitenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter löste einen emotionalen Schub aus: Weichenstellungen für das eigene Unternehmen sind noch einmal reizvoller als Entscheidungen im Angestelltenverhältnis. Darüber hinaus ist das Partnerschaftsmodell ein probates Mittel zur Bindung ans Unternehmen und ein reizvolles Angebot für neue Kolleginnen und Kollegen. Dass zu einem zeitgemäßen Unternehmen heute maximal flexible Arbeitszeit-Modelle gehören, durch cloudbasierte Lösungen jede Form des Home-Office angeboten werden kann, Familienplanung mit erfolgreicher Wiedereingliederung Alltag ist und Entlohnungssysteme mit inklusiven Vorteilen aus dem Bereich Gesundheit Standard sind, zeugt von unternehmerischen Qualitäten, die auf das gelebte Miteinander einzahlen.

Auf dieser Basis können die kommenden Jahre angegangen werden. Handlungsdruck und der Bedarf an guter Beratung mit Tiefe und Expertise sind ausreichend gegeben. Die Transformation der Innenstädte, aber ebenso der ländlichen Regionen vor dem Hintergrund von Klimawandel, Migration, Verkehrsbelastung, Verlust gesellschaftlichen Zusammenhalts und globaler Krisen mit militärischen Drohkulissen, erfordern mutige Weichenstellungen und Entscheidungen, die wirksame Einbeziehung der Menschen in alle Entscheidungsprozesse und den Nachweis der Wirksamkeit empfohlener Konzepte und Maßnahmen.

DAHIER BLEIBEN DIE 4 KERNASPEKTE EINER GUTEN BERATUNGSDIENSTLEISTUNG:

- Information (Daten und Analysen)
- Expertise (Problemlösungsfähigkeit)
- Strategische Erkenntnis (Vorschläge)
- Umsetzung (Programme und Change-management)

Dabei verschieben sich die Anteile deutlich zu den beiden letztgenannten Punkten.

Es müssen individuelle Lösungen für die jeweiligen Ausgangsbedingungen vor Ort gefunden werden. Keine Schemata, kein Copy-and-paste, keine Abschrift aus der KI. In einer zurecht digital ausgerichteten Welt wird es umso mehr auf die Empathie der Beraterinnen und Berater ankommen, damit die Beratungsleistung nicht anonym und austauschbar wird.

Nach wie vor eignet sich für die Herausforderungen der Zukunft der amtierende Slogan der cima:

Wir können. Das setzt Expertise und hohe Standards in Aus- und Fortbildung voraus.

Wir machen. Wir sind nach der Konzeptentwicklung nicht weg. Wir begleiten auch die Umsetzung aktiv und stehen zu unseren Empfehlungen.

Für Menschen. Es geht nicht um Konzepte um ihrer selbst willen. Es muss der Nachweis erbracht werden, dass sie für die Betroffenen vor Ort zu einer Verbesserung der Situation beitragen. In diesem Sinne darf die cima gerne auch in der nächsten Generation das etwas andere Unternehmen sein.

FOKUSSIERT AUF DIE ZUKUNFT

von Städten, Gemeinden und Regionen.
Seit 1988.

www.cima.de

KONTAKT

Uwe Mantik

Der Dipl. Sozialwirt Uwe Mantik prägt nach geschäftsführenden Positionen in Stadtentwicklungs- und Wirtschaftsförderungsgesellschaften seit 2001 das Unternehmensgeschehen der CIMA Beratung + Management GmbH maßgeblich mit: Geschäftsführender Gesellschafter war er von 2001-2012 bei der CIMA Projekt + Entwicklung GmbH, seit 2009 ist er Partner im Unternehmen. Zudem hat er seit 2016 die Büroleitung am Standort Lübeck inne. Zu seinen thematischen Schwerpunkten während Projektbearbeitungen an jedem Punkt Deutschlands zählen die Aspekte Wirtschaftsförderung, Gewerbe-, Projekt- und Immobilienentwicklung sowie Kommunale Politikberatung. Uwe Mantik leitet das cima-interne Labor zur Weiterentwicklung des Geschäftsbereichs Wirtschaftsförderung und ist gefragter Referent, Redner und Fachautor sowie geschätzter Kollege.

> mantik@cima.de

Auf ein Wort

DAS SAGEN UNSERE MITARBEITER*INNEN

35 Jahre cima

Verena Birkmann

Master of Arts, Kulturgeografie



Als Digital Native ist mein besonderes Anliegen, Städte, Gemeinden und Regionen digital (weiter) zu entwickeln. Als Beraterin bei cima.digital setze ich mich insbesondere mit Fragen zur digitalen Stadt- und Regionalentwicklung auseinander. Netzwerke, Kooperationen und interner Wissenstransfer spielen da eine wesentliche Rolle. Als Team arbeiten wir komplett remote und sind daher sehr flexibel, was unseren Arbeitsort betrifft. Das gefällt mir sehr.

Michelle Godon

Master of Science,
European Territorial Development



In der cima herrscht Platz für Individualität, kreative Lösungen und neue Denkansätze. Durch Themenvielfalt und eine offene Unternehmenskultur sind der persönlichen und fachlichen Entwicklung kaum Grenzen gesetzt. Außerdem herrscht Offenheit für räumliche Flexibilität. Ich bin froh, dass ich meine stadtplanerische Expertise nun auch in Süddeutschland einsetzen kann.

Manuel Kienzler

Master of Science,
Stadtplanung und Stadtentwicklung



Als erfahrener Stadtplaner und Projektentwickler bringe ich langjährige Berufspraxis mit, die ich bei unserer Kundschaft und in der Rolle im Team gewinnbringend einsetze. Gleichzeitig profitiere ich von der spezifischen Expertise des Kollegiums. Dieses Geben und Nehmen auf Augenhöhe und die damit einhergehende Weiterentwicklung finde ich vorbildlich.

Rhabanus Kaehler

Master of Science,
Architektur und Stadtplanung



Als Architekt und neuer Berater bei der cima fasziniert mich die einzigartige Kombination aus Erfahrung und Innovationsgeist. Die notwendige Verknüpfung von Funktion und Raum in der Entwicklung von Städten und Kommunen voranzutreiben, ist mir ein besonderes Anliegen. Zugleich bietet diese Verknüpfung eine große Chance, den Marktentwicklungen in einem momentan anspruchsvollen Umfeld voranzugreifen.

Lisa Ritter,

Diplom, Wirtschaftsgeographie



Die Vielfalt der Projekte und Aufgabenstellungen sowie das Kennenlernen verschiedener Kommunen und Regionen samt Menschen, begeistern mich auch nach zwölf Jahren immer wieder aufs Neue. Ich schätze die gewachsene Verantwortungsübernahme bei Projekten oder in der Mitarbeiterführung. Und ich bin dankbar für das hohe Maß an Flexibilität, das mir als berufstätige Mutter ermöglicht, Familie und Beruf bestmöglich zu vereinbaren.

Christopher Schmidt

Master of Science, Geografie



Lebenswerte Städte, Gemeinden und Regionen für und vor allem MIT den Menschen gestalten, die dort leben, wohnen und arbeiten. Das ist es, was mich als Berater bei der cima täglich antreibt. Ein Zugewinn auf ganzer Linie für meine persönliche Entwicklung ist die Diversität der Projektarbeit, die mir dazu noch großen Spaß macht.

In 6 Wochen zum Abschluss

QUALIFIZIERUNG IM BERUFSBILD CITY-, STADT- UND REGIONALMANAGEMENT

Mit dem **ICR Kompakt** bietet das Institut für City- und Regionalmanagement Ingolstadt e. V. Stadtmarketingakteuren ab Februar 2023 ein neues Studienangebot zur gezielten individuellen Qualifizierung und zur Stärkung der Stadtmarketingzene insgesamt.

Als Berufsverband für das Stadtmarketing in Deutschland gehört es zu unseren zentralen Anliegen, das Stadtmarketing in seiner Entwicklung zu stärken, neue Fragestellungen zu erkennen und Expertise zu bieten sowie Netzwerke für die Diskussion über die Stadt der Zukunft zu schaffen. Die langjährige Zusammenarbeit mit dem Institut für City- und Regionalmanagement Ingolstadt e. V. ist dabei ein wichtiger Baustein, das Berufsbild des City- und Stadtmarketings weiter auszuarbeiten und zu stärken. Mit der Weiterentwicklung zum Studienangebot ICR Kompakt sind nun die Voraussetzungen geschaffen, schneller auf aktuelle Themen einzugehen. Als bcsd freuen wir uns dies zu unterstützen und mitzugestalten.

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V.



4 FRAGEN AN: ROLAND WÖLFEL

Vorsitzender des Instituts für City- und Regionalmanagement Ingolstadt e. V.



Herr Wölfel, das Institut bildet seit über 25 Jahren berufsbegleitend zum/zur ICR-geprüften und bcsd-zertifizierten City- Stadt- und Regionalmanager*in aus. Nach der letzten Neustrukturierung vor rund zehn Jahren, steht aktuell mit dem Kompaktstudium wieder eine Veränderung an. Was hat das Institut zu diesem Schritt bewogen?

WÖLFEL: Das Aufgabenspektrum und die Herausforderungen für City-, Stadt- und Regionalmanagements haben in den letzten Jahren an Komplexität und Heterogenität kontinuierlich zugenom-

men. In gleichem Maße unterscheiden sich unsere Studierenden hinsichtlich ihrer Ausbildung, den beruflichen Aufgabenschwerpunkten sowie des persönlichen Werdegangs. Damit die Studierenden ihre inhaltlichen Schwerpunkte künftig bewusster setzen können, reduzieren wir von acht auf sechs Pflichtmodule. Und Studierende können künftig sechs statt bisher vier Wahlmodule nach ihren individuellen Präferenzen auswählen.

Das bedeutet weiterhin werden insgesamt zwölf Module belegt? Was macht die Fortbildung dann zu einem Kompaktstudium?

WÖLFEL: Richtig. Das Neue ist die engere Taktung der Seminare. Zukünftig ist es möglich das Studium in nur sechs Wochen abzuschließen. Außerdem verzichten wir zugunsten einer 30-minütigen Abschlusspräsentation vor dem Prüfungsausschuss auf die bisher zu erbringende Abschlussarbeit.

Das sind einige Neuerungen. Was wird in bewährter Art Bestandteil der Weiterbildung bleiben?

WÖLFEL: Die Praxisorientierung unseres berufsbegleitenden Studiengangs soll wie gewohnt im Vordergrund stehen. Das bedeutet, die Studieninhalte werden nach wie vor von erfahrenen Dozierenden „aus der Praxis für die Praxis“ vermittelt.

Bewährte und trendgetriebene Themen wie Recht im Stadt- und Tourismusmarketing, Projekt- und Eventmanagement, Digitale Stadt und Stadtmarketing im Social Web oder KI im Arbeitsalltag finden gleichermaßen statt.

In diese Richtung zielt auch die verpflichtende Teilnahme an einer Netzwerkveranstaltung ab.

WÖLFEL: Genau, wir legen darüber hinaus großen Wert darauf, es den Studierenden zu ermöglichen, sich ein Netzwerk in der

Branche aufzubauen. Gerade die Deutsche Stadtmarketingbörse und der Stadtmarketingtag eignen sich dafür hervorragend, um neue Kontakte zu knüpfen und bestehende zu vertiefen.

Zusätzlich tragen unsere Präsenzseminare dazu bei, dass sich die Studierenden untereinander vernetzen. Unsere Erfahrung zeigt, dass gerade dieser informelle Austausch einen großen Mehrwert des Studiums darstellt.

Vielen Dank für diese Einordnung!

KONTAKT

ICR-Geschäftsstelle
c/o bscd – Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.
Lioba Jung

> info@icr-studium.de
> www.icr-studium.de

INFORMATION

In einer Branche aus Quereinsteiger*innen vermittelt die ICR-Weiterbildung Grundlagen des City- und Regionalmanagements, bietet Raum für die Diskussion aktueller Themen und die Möglichkeit, sich mit den vielfältigen Arbeitsfeldern auseinanderzusetzen. Neben der Vermittlung von Fachwissen steht der Austausch und das Netzwerken sowie ein ausgeprägter praktischer Bezug zur Stadtmarketingarbeit der Teilnehmer*innen im Vordergrund. Die CIMA Beratung + Management GmbH und die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V. organisieren im Auftrag des Instituts für City- und Regionalmanagements e. V. die Fachseminare. Außerdem obliegt ihnen die allgemeine Studienkoordination und die Betreuung der Studierenden.

Anzeige



Institut für City- und
Regionalmanagement
Ingolstadt e.V.



KOMPAKTSTUDIUM

Werden Sie zertifizierte*r City-, Stadt- und Regionalmanager*in!

FÜR IHRE BERUFLICHE WEITERBILDUNG

Neu ab Februar 2024
Online-Studium mit Präsenzphasen
Erfahrene Dozierende
In 6 Wochen zum Abschluss!

Sichern Sie sich Ihren Platz!
www.icr-studium.de

TERMINE

16. Deutscher Handelsimmobilien-Gipfel 2024

29. Februar/1. März 2024
Düsseldorf
Heuer Dialog GmbH
www.heuer-dialog.de

13. Kongress Klimaneutrale Kommunen

Mehr Praxis, mehr Vernetzung und mehr Umsetzung
29. Februar/1. März 2024
Freiburg
Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg
www.klimaneutrale-kommunen.de

German Council of Shopping Places: Kommunal Konferenz

5.–6. März 2024
Bochum
German Council of Shopping Places e. V.
www.gcsp.de/de

44. urbanicom-Studientagung

Spannungsfeld Innenstadt: Öffentlicher Raum und Immobilienwirtschaft – Mit Zuckerbrot und Peitsche zur Transformation
Frühjahr 2024
Hamburg
Deutscher Verein für Stadtentwicklung und Handel e. V.
urbanicom.de

Deutscher Stadtmarketingtag 2024

21.–23. April 2024
Wuppertal
Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V. (bcsd)
www.stadtoptimisten.de

Tag der Städtebauförderung 2024

Städte und Gemeinden informieren an diesem Tag über ihre Projekte, Planungen und Erfolge der Städtebauförderung.
4. Mai 2024
bundesweiter Aktionstag
Gemeinsame Initiative von Bund, Ländern, Deutschem Städtetag und Deutschem Städte- und Gemeindebund.
www.tag-der-staedtebaufoerderung.de

Future Real Estate Bestandsimmobilien

Umbau zur Regel machen – wie ein Perspektivwechsel gelingen kann
15.–16. Mai 2024
Heuer Dialog GmbH
www.heuer-dialog.de

Mehr Termine zu Veranstaltungen oder Seminaren finden Sie hier:

www.cima.de/veranstaltungen

IMPRESSUM

HERAUSGEBER, VERLAG

CIMA Beratung + Management GmbH
Briener Str. 45
80333 München

www.cima.de

V.i.S.d.P.

Dr. Wolfgang Haensch, cima

Redaktion

Maja Brunner
brunner@cima.de
www.cimadirekt.de

Mitarbeit

Aleke Berndt
Verena Birkmann
Gudula Böckenholt
Tom Bremer
Maximilian Burger
Mathias Dingerdissen
Michelle Godon
Martin Hellriegel
Rhabanus Kaehler
Manuel Kienzler
Martin Kremming
Stefan Leuninger
Kerstin Mahrenholz
Uwe Mantik
Lisa Ritter
Svenja Schäfer
Christopher Schmidt
Roland Wölfel

Gestaltung

www.konturenreich.de
Matthias Hugo

Druck

Silber Druck
GmbH & Co. KG

Auflage/ Erscheinungsweise

3.700, 2x p.a.

Anzeigen/Mediadaten/ E-Paper/Download

www.cima.de/cimadirekt

Titelfoto:

stock.adobe.com/mattegg

Download

Alle Ausgaben ab 2010:
www.cimadirekt.de

Neuregistrierung



<https://news.cima.de/f/166194-253952>

Alle veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Ohne schriftliche Genehmigung der cima ist jedwede Verwendung strafbar.

Sollten Sie das cima.direkt-Magazin nicht mehr lesen wollen oder von Printausgabe zum E-Paper wechseln wollen, informieren Sie uns bitte per E-Mail: cimadirekt@cima.de



Erhältlich im Deutschen Fachverlag DFV!

Deutschlandstudie CITY APPS



- ✓ **Funktionen:** Diese Services sind gefragt unter den Nutzer*innen.
 - ✓ **Erfolgsfaktoren:** Worauf es bei City Apps ankommt.
 - ✓ **Smarte City nur mit App?** Die Zukunft der Apps in Deutschland
- www.dfv-fachbuch.de



Vorträge

Sie möchten bei uns einen Vortrag zur City-App-Studie anfragen?



Workshops und Moderation

Der direkte Kontakt unter Menschen ist immer wirkungsvoll.

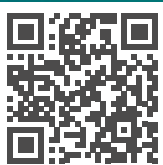
Sie haben Interesse an einem Workshop mit unserer fachlichen Expertise?



Anbieter einer City App

Sie sind technischer Dienstleister einer City App?

Möchten Sie Ihr Produkt gemeinsam mit uns vermarkten und weiterentwickeln?



MEHR ERFAHREN. JETZT BERATUNGSTERMIN VEREINBAREN!

cimamonitor.de/cityapps/
cityapps@cima.de