



OLDENBURG

INNENSTADTSTRATEGIE



DIE IDEE _ Innenstadtstrategie Oldenburg

- seinerzeit aus einer „Stärke“ der Innenstadt erwachsen
- es gab immer schon Veränderungs- und Anpassungsdruck
(Strukturwandel im Handel, immobilienwirtschaftliche Herausforderungen, gesellschaftliche Entwicklungen)
- **ABER:** die Innenstadt hatte bisher gute „Selbsteilungskräfte“
und ein robustes „Immunsystem“
(vorhandene Instrumente in Politik und Verwaltung, engagierte Akteure, der Markt, ...)

AK Bündnis Innenstadt

(städtische und nicht-städtische Akteure sowie Vertreter/innen der Ratsfraktionen)

2018 – 2020 _ sieben AK-Sitzungen

(und bilaterale Gespräche in kleineren Gruppen)



DAS PRODUKT _ Innenstadtstrategie Oldenburg

- gemeinsamer Versuch, (neue) Antworten auf die wesentlichen Fragen der Zukunftsgestaltung unserer Innenstadt zu geben
- im Mittelpunkt: eine profilierte Innenstadtentwicklung, die sich an unseren traditionellen Werten, gewachsenen Potenzialen und ambitionierten Zukunftsansprüchen orientiert
- kein „Reparaturwerkzeug“, sondern unser gemeinsamer rahmensetzender und handlungsleitender „roter Faden“ für unsere Innenstadt und die Art unserer Zusammenarbeit



UNSERE GEMEINSCHAFTSAUFGABE

Die Innenstadtstrategie Oldenburg ist unsere Gemeinschaftsaufgabe.

UND:

Unsere Strategie versteht sich zudem als Einladung an viele, ihr Wissen, ihre Erfahrungen und ihr Engagement für unsere Innenstadt aktiv mit einzubringen.



BESONDERE ZEITEN ...

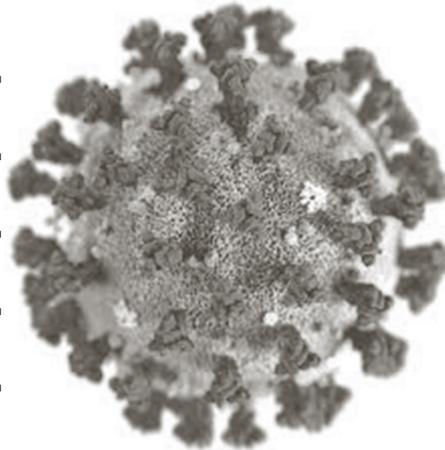
Unsicherheiten ...

Ängste ...

Zurückhaltung ...

Skepsis ...

Hoffnung ...



Grafik: Centers of Disease Control and Prevention CDC

... strukturelle Veränderungen in der Geschäfts- und Immobilienwelt

... Verhaltensänderungen von Kundinnen und Kunden

... digitale Entwicklungen im Handel und bei Dienstleistungen

... veränderte Bedeutung des öffentlichen Raums

... Leben und Arbeiten wird in Teilen neu gedacht

... MIT KONSEQUENZEN!?



AUSNAHMEZUSTAND in der Innenstadt

Wie zukunftstauglich ist unsere Innenstadtstrategie für die „Post-Corona-Innenstadt“?



Wie zukunftstauglich ist unsere Innenstadtstrategie für die „Post-Corona-Innenstadt“?

Was sich wie verändern wird, ist heute schwer prognostizierbar und wird die Zeit zeigen.

- Überprüfung der gemeinsam erarbeiteten strategischen Ansätze, der konkreten Zukunftsziele und der priorisierten Zukunftsprojekte

Feststellung:

Die Ziele und Inhalte unserer Strategie haben gerade durch die Pandemie noch einmal eine klare Bestätigung erfahren!



LEBENSRAUM OLDENBURG INNENSTADT ER_LEBEN*

Die Oldenburger Innenstadt als zukunftsfähiger und qualitätvoller Erlebnisraum,
mit einer vielfältigen Mischung an Nutzungen und einer hohen Lebensqualität.

* Schon lange vor der Corona-Pandemie haben wir eine Veränderung der sehr stark ökonomischen Ausrichtung des Handels- und Wirtschaftsstandortes hin zum Lebensraum Innenstadt fokussiert.



STRATEGISCHE ANSÄTZE

ENTFALTUNG + VERNETZUNG
Integriertes Leben, Arbeiten und Erlebnis.

AGIL + KRAFTVOLL
Die Innenstadt als Lebensgefühl.



INNENSTADT ER_LEBEN

vielfältig | multifunktional | dicht | flexibel | horizontal | vertikal | kommerziell
nicht-kommerziell | Draußen ist das neue Drinnen | Einkaufen | Arbeiten
Wohnen | Kultur | Lernen | Verweilen | Treffen | Genießen | Besuchen
Flanieren | Leben | intelligent | zukunftsfähig | multimodal
vernetzt | innovativ | gemischt | jung | sozial | für alle

ENTFALTUNG + VERNETZUNG

AGIL + KRAFTVOLL



PRAKTISCH _ Innenstadt THEMEN | ZIELE | PROJEKTE



Vier zentrale InnenstadtTHEMEN

(Stadt)Räume | Flächen (öffentlich | privat)

Handel | Gastronomie | Dienstleistungen

Verkehr | Logistik

Wohnen | Arbeiten | ER_Leben



URBAN

Es geht um den realen Raum ...

- Räume als Bühne
- städtebauliche Strukturen und Qualitäten (Gebautes und Grünes, Wallanlagen)
- Aufenthaltsqualitäten
- Identifikations- und Treffpunkte
- nicht-kommerzielle Begegnungsorte
- Kommunikation und sozialer Austausch
- urbane Erlebnisse
- Repräsentation, Darstellung und Imagebildung
- ...

PRODUKTIV

Es geht um die Gestaltung des Umbruchs ...

- **Digitale Transformation**
Internet der Dinge, Online-Handel, Virtual Reality, Automatisierung, Wissensgesellschaft (Wissensproduktion und Wissenskonsument)
- **Wertewandel**
regionale Kreisläufe, neue Ökologie, Sharing Economy, Gesundheit, Wohlfühlen
- **Kundenorientierung**
Vertriebswege _ zwischen stationär und digital
Kosten und Qualität _ zwischen wertig und preisbewusst
Einkaufsmotivation _ zwischen Alltag und Erlebnis

MOBIL

Es geht um Zugangsmöglichkeiten in die Innenstadt und Wege in der Innenstadt...

- attraktive Erreichbarkeit für alle Verkehrsarten
- Verkehrsflüsse und Verkehrssteuerung
- Fortbewegung in der Innenstadt
- optimale Versorgung mit Gütern (u. a. letzte Meile)
- neue Verkehrsmittel und Mobilität von Morgen
- verändertes Mobilitätsverhalten (z. B. per App)
- zukunftsfähige Innenstadtmobilität zwischen den Zielkonflikten: „Anforderungen an Erreichbarkeit“ und „Vermeidung der unerwünschten Auswirkungen“

GEMISCHT

Es geht um die funktionale Substanz der Innenstadt ...

- lebendige Nutzungsmischung (Anreicherung und Stabilisierung)
- funktionierende Vielfalt
- Neben- und Miteinander von Wohnen, Arbeiten, Gewerbe, Er_Leben
- innovative, innenstadtverträgliche Mischungen
- Nutzungskonflikte
- Betrachtung im Kontext der Entwicklungen im Bahnhofsquartier (u. a. Profilierung als Kultur- und Kreativquartier)

+ ein Querschnittsthema

(Stadt)Klima
Mikroklima Innenstadt

Fokus Ökologie

Flächen und Versiegelung, Grün, Mobilität, Immobilien, ...

Fokus Gefahrenabwehr, Sicherheit und Gesundheit

Starkregen, Überhitzung, Abgase, ...



ZUKUNFTSPROGRAMM

(die nächsten drei bis fünf Jahre)

PRIORITÄRE PROJEKTE
QUERSCHNITTSPROJEKTE
WEITERE PROJEKTIDEEN



PRIORITÄRE PROJEKTE

PROJEKTSCHWERPUNKT

neue Räume | bekannte und versteckte Orte | Treffpunkte

Einzelprojekte

- ▶ zentraler Ansprechpartner | „Kümmerer“ für Flächen
- ▶ Flächen"kataster": Wissen über Flächen | Potenziale | Eignungen | Restriktionen
- ▶ grundsätzliche Qualitäts- und Gestaltungsleitlinien
- ▶ Nutzungs"exposés" (mit Blick auf unterschiedliche „Charakterräume“ in der Innenstadt)
- ▶ Ideenbotschafter

PROJEKTSCHWERPUNKT

Innovationen in Handel | Dienstleistung | Gastronomie | Handwerk

Einzelprojekte

- ▶ zentraler Ansprechpartner | „Kümmerer“ für Innovationen
- ▶ neue Vermietungsmodelle für Immobilieneigentümer und Serviceangebote für Eigentümer
- ▶ Einrichtung einer Online-Plattform (Visionäre und Eigentümer)
- ▶ Ideenbotschafter

PROJEKTSCHWERPUNKT

digitale Wissensproduktion u. Anwendung

Einzelprojekte

- ▶ Grundsätzlich: Klärungen zum Datenschutz
- ▶ Entscheidungen: Welche Daten haben eine wirkliche Relevanz für wen?
- ▶ Klärung: technische Voraussetzungen und Notwendigkeiten
- ▶ Finden von Kooperationspartnern (z.B. (Fach)Hochschule)
- ▶ „Kümmerer“: Wissensproduktion ist eine langfristige und zeitaufwendige Daueraufgabe. Wer produziert / koordiniert Daten (zentral) und bringt sie in "Anwendung"?

PROJEKTSCHWERPUNKT

Geschäfts- und Wohnflächenmanagement

Einzelprojekte

- ▶ zentraler Ansprechpartner | „Kümmerer“ für Leerstandsmanagement
- ▶ neue Arbeits- und Beratungsstrukturen für die / mit der Zielgruppe der Immobilieneigentümer
- ▶ Aufbau und Pflege von Wissen und Daten über Geschäfts- und Wohnflächen
- ▶ Entwicklung und Anwendung eines „Werkzeugkastens“ für die Immobilienentwicklung
- ▶ Fokus „Wohnen in der Innenstadt“ weiterentwickeln

QUERSCHNITTSPROJEKTE

Erreichbarkeit DER Innenstadt

- _ zukunftsfähiges P+R-System
- _ Fahrradabstellanlagen 1.0 und 2.0

Erreichbarkeit IN der Innenstadt

- _ neue Wegeverbindungen (Querungen Wallring | Fußweg Hbf – Innenstadt | Wegebeziehungen hinter dem Theater
- _ Weiterentwicklung der Beschilderung zur Verbesserung der Orientierung

WEITERE PROJEKTIDEEN

URBAN	MOBIL
PRODUKTIV	GEMISCHT



ZUSAMMENARBEIT _ Verantwortlichkeiten + Arbeitsstrukturen





ZIEL

- > eine wirkungsvolle und faire Mischung zwischen hauptamtlicher Expertise und ehrenamtlichem Engagement

DER WEG DAHIN ...

- > kritische Reflektion und Diskussion von Rollen und Funktionen
 - städtische Akteure (Ämter der Stadt Oldenburg incl. OTM GmbH)
 - nicht-städtische Akteure (CMO e. V., OGA, VVO e.V., Industrie- und Handelskammer zu Oldenburg, Handelsverband NW, ...)
- > die konsequente und erfolgreiche Umsetzung der Innenstadtstrategie benötigt personelle und finanzielle Ressourcen
 - Fokus: Position eines Innenstadtmanagers
 - ABER: die Innenstadtstrategie adressiert nicht nur den Innenstadtmanager, sondern ist ein Gemeinschaftswerk aller Beteiligten

KOMPETENZ _ PROFESSIONALITÄT _ QUALITÄT

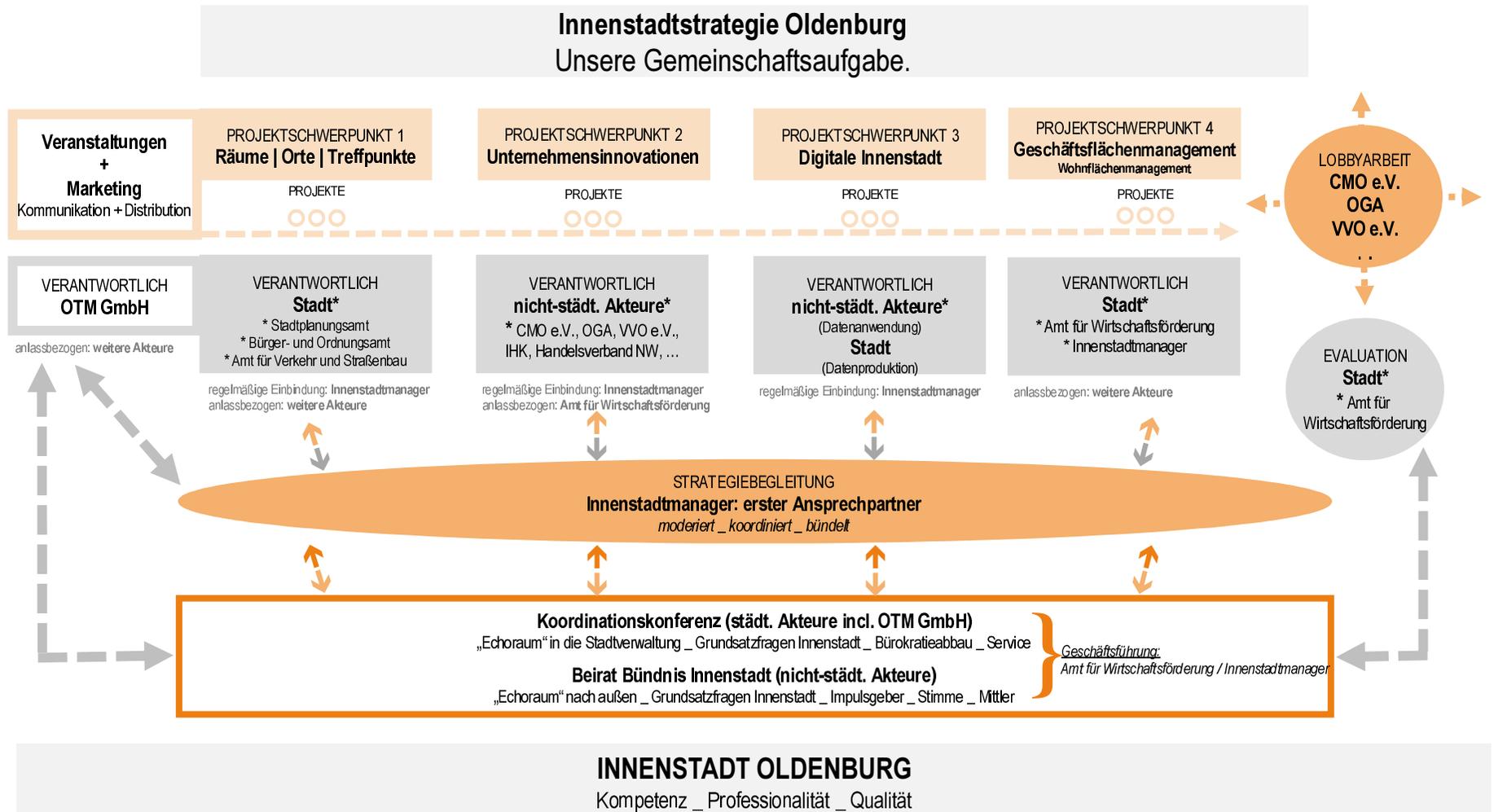
Ein neues **Modell** von Verantwortlichkeiten und Arbeitsstrukturen mit:

- > einer klaren Zuordnung von Verantwortlichkeiten in den Projektschwerpunkten
(in einer Mischung von städtischen und nicht-städtischen Akteuren)
- > dem Innenstadtmanager als erster Ansprechpartner
(Moderation, Koordination, Bündelung)
- > der Sicherstellung einer transparenten und wirkungsvollen Zusammenarbeit
der städtischen Ämter (regelmäßige Koordinationskonferenz)
- > der kontinuierlichen Begleitung durch nicht-städtische Akteure
(Beirat Bündnis Innenstadt)

Es gibt bereits erste organisatorische Veränderungen:

- Tätigkeiten der CMO GmbH sind auf die OTM GmbH übertragen worden
- Verein CMO e. V. arbeitet schrittweise an einem breiten Bündnis für eine starke Innenstadt mit einer interdisziplinären Vielfalt aus Handel, Dienstleistung, Gastronomie, Gewerbe und Immobilieneigentümern

ZUSAMMENARBEIT





GRUNDSATZVEREINBARUNG

578N #130 | WWW.OLDENBURG.DE

MITGLIEDER DES AK BÜNDNIS INNENSTADT


Jürgen Krogmann
 Oberbürgermeister der Stadt Oldenburg


Stefan Dieker
 Die Diekers Brillenläden
 City-Management Oldenburg e.V.


Ingo Eden
 Eden-Ehrecht Immobilien & Marketing GbR


Silke Fennemann
 Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH

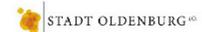

Friedrich-August Fisbeck
 City-Management Oldenburg e. V.


Reinke Haar
 E & M Marketing GmbH


Dr. Thomas Hildebrandt
 Oldenburgische Industrie- und Handelskammer


Helmut Jordan
 Verkehrsverein Oldenburg


Sebo Kramer
 Leffers GmbH & Co. KG
 City-Management Oldenburg e. V.



578N #130 | WWW.OLDENBURG.DE


Gerhardine Müller-Meinhard-Cardoso
 Gerhart Bluns GmbH & Co. KG
 City-Management Oldenburg e. V.


Norbert Münch
 Leiter Einsatz- und Streifenstellen II
 Polizeiinspektion Oldenburg-Stadt/Ammerland


Hendrik Nölker
 Handelsverband Nordwest e. V.


Morell Predoehl
 VWG Verkehr und Wasser GmbH


Nicolas Simmich
 ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG

Weitere Mitglieder des AK Bündnis Innenstadt

Thilo Hanken **Michael Schmitz** **Johann Voß**
 Hankens Apotheken Altera Hotel im Herbartgang Worldiety GmbH

Vertreterinnen und Vertreter der Fraktionen des Rates der Stadt Oldenburg



An aerial photograph of the city of Oldenburg, Germany, showing a dense urban layout with numerous buildings, streets, and a prominent canal or river winding through the center. The image has a white, torn-paper-like border. The word "DANKE." is superimposed in large, white, sans-serif capital letters across the middle of the image.

DANKE.