

Die Stadt nutzt die entsprechenden Gestaltungsmöglichkeiten im Rahmen der Bebauungs-Planaufstellung. Und natürlich versuchen wir, im Rahmen von Gesprächen mit Eigentümerinnen und Eigentümern auch andere Nutzungsvarianten einzubringen. Gerade die großen Immobiliengesellschaften oder -fonds sind allerdings schwer zugänglich für alternative Konzepte, was auf der anderen Seite auch nachvollziehbar ist, da diese Gesellschaften auch ihren Anteilseignerinnen und Anteilseignern und Aktionärinnen und Aktionären Rechenschaft ablegen müssen.

Aus dem bald beginnenden City-Dialog soll eine Art Weißbuch entstehen, in dem erstmalig ein zukunftsweisendes Innenstadtkonzept zu Papier gebracht werden soll. Wann startet dieser Diskussionsprozess, wer kann sich einbringen und was erhoffen Sie sich von ihm?

Wir sind gerade dabei, diesen Dialogprozess zu entwickeln, der es allen, denen die Innenstadt aus verschiedensten Gründen am Herzen liegt, ermöglichen soll, Ideen und Wünsche für die Innenstadt der Zukunft zu formulieren. Start soll im Frühjahr 2021 sein. Dies wird Corona-bedingt zunächst digital laufen müssen; es sollen dann nach Möglichkeit auch analoge Formate der Beteiligung wie Veranstaltungen, Workshops und Aktionen in der City durchgeführt werden. Wichtig ist dabei, dass es wirklich um die mittel- bis langfristige Perspektive für die Innenstadt gehen soll, denn die Stärkung der City erfordert einen langen Atem.

Eine gute Erreichbarkeit der City ist für viele Innenstadtbesucher ein zentraler Punkt, um sich überhaupt auf den Weg zu machen. Steht das Konzept einer autoarmen oder autofreien Innenstadt dem nicht entgegen?

Ich glaube, dass die multifunktionale Attraktivität und die Aufenthaltsqualität einer City über die Besuchsfrequenz entscheidet. Sicher gehört auch eine gute Erreichbarkeit der Innenstadt dazu, was in Hannover ohne Frage der Fall ist. Dennoch müssen wir zukunftsgerichtet darüber nachdenken, wie der öffentliche Raum besser für die Menschen genutzt werden und auch klimafreundlicher gestaltet werden kann. Sieht man sich europäische Städte an, so gibt es kaum eine, die nicht sukzessive die Nutzung des öffentlichen Raums ohne das Kfz denkt, plant und teilweise sogar schon umgesetzt hat. Dabei muss natürlich die Funktionalität der Innenstadt - wie zum Beispiel die Lieferverkehr - gewährleistet sein.

Aktuell sind die Geschäfte in der City zwar geöffnet, Einkaufen mit Maske und Abstandhalten lässt aber keine einladende Shopping-Atmosphäre aufkommen. Wie können die Händler trotz aller Widrigkeiten für mehr Frequenz in der City sorgen?

Auf Grund der Corona-bedingten Einschränkungen, die alle Aktivitäten im öffentlichen Raum und in den Geschäften betreffen, ist es außerordentlich schwierig für den Handel, über das „normale“ Marketing hinaus weitere Impulse zu setzen. Daher ist es umso wichtiger, dass wir auch in dieser Zeit nicht auf Weihnachtsbeleuchtung und ähnliche Dinge, die zur Attraktivität der Innenstadt beitragen, verzichten. Darüber hinaus liegt es aber an jedem Einzelnen, seinen Beitrag zu leisten: Kaufen Sie lokal ein. Wir haben diesen Appell in der

Aktion „Gemeinsam für Hannover“ aufgenommen und führen diese Kampagne mit den unterstützenden Unternehmen Institutionen auch weiter. Dies sind: City-Gemeinschaft Hannover, Continental AG, DEHOGA Niedersachsen Kreisverband Region Hannover, die Recken, enercity, Freundeskreis Hannover, Handelsverband Hannover, Industrie und Handelskammer Hannover, Landeshauptstadt Hannover, Madsack Medien Hannover, Radio Hannover, 96, Sparkasse Hannover, TKH, ÜSTRA, VGH, Volksbank Hannover, VW Nutzfahrzeuge.

Der Online-Handel ist der große Corona-Gewinner. Wie kann der stationäre Handel der Konkurrenz aus dem Netz trotzen?

Corona wirkt wie ein Brandbeschleuniger für viele Branchen und speziell für den Handel. So hatten zum Beispiel einige große Unternehmen aus der Textilbranche schon vor der Pandemie zum Teil existenzielle Schwierigkeiten. Auch das Modell des Kaufhauses alter Prägung hat sich möglicherweise überholt, sieht man die Entwicklung zum Beispiel von Karstadt an. Nicht alle Entwicklungen sind monokausal auf den Online-Handel zurück zu führen, zumal viele der Unternehmen, insbesondere die größeren Filialisten und Label-Stores, die flächenmäßig die City dominieren, eigene zum Teil sehr erfolgreiche Online-Auftritte betreiben. Es geht daher weniger um das entweder oder, sondern darum zu prüfen, wie die Digitalisierung für das eigene Geschäftsmodell optimal eingesetzt werden kann. Hier ist sicher in

Teilen des Handels noch Nachholbedarf, wobei sich gerade kleinere Händler zum Teil als sehr flexibel erweisen. So beobachten wir in den hannoverschen Stadtteilen, wie sich kleinere Geschäfte etablieren, die stationär und digital gut aufgestellt sind, oder die ein sehr spezialisiertes Sortiment anbieten. Viele dieser Geschäftsideen sind allerdings in der City auf Grund der großen Flächen und/ oder hohen Mietpreise nicht umsetzbar. Spannend sind solche Ideen wie vaund in der Georgstraße, die primär als Showroom funktionieren. Es gibt also durchaus Konzepte, die den stationären Besuch attraktiv machen. Am Ende wird aber der Funktionsmix einer City über die Besuchsfrequenz und damit auch über die stationären Umsätze entscheiden.

Die Weihnachtsbeleuchtung der City-Gemeinschaft bringt jetzt etwas Wohlfühlatmosphäre in die City. Was stimmt Sie zuversichtlich, dass in der Innenstadt demnächst nicht in vielen Geschäften die Lichter endgültig ausgehen?

Hannovers City ist ein starker Standort, und das ist er auch während der Corona-Krise. Wir werden sicherlich mittelfristig ein verändertes Gesicht der City sehen. Ich bin aber der festen Überzeugung, dass in unserer Innenstadt auch künftig attraktive, überregional strahlende Waren und Dienstleistungen angeboten werden. Ein Baustein dazu kann ein langfristiger konzeptioneller Ansatz sein, den wir mit dem Innenstadt-Dialog in 2021 auf den Weg bringen wollen. Ich bin mir sicher, dass die Hannoveranerinnen und Hannoveraner ihre vertrauten Geschäfte in ihrem Stadtteil nicht im Stich lassen und sie weiterhin dort einkaufen werden. Das gibt mir Zuversicht für den Erhalt der Geschäftsvielfalt in dieser Stadt.

