

# HANNOVER

## Quartiersmanagement Südliche Innenstadt/Altstadt



### PROJEKT

Die fünf Quartiersvereine haben sich zusammen mit der Stadtverwaltung zum Ziel gesetzt, die eigenen Profile stärker herauszuarbeiten und besser und intensiver zu vermarkten – auch vor dem Hintergrund des Baus einer neuen Shopping-Mall mit 140 neuen Geschäften, die im Oktober 2008 eröffnet hat. Daraus resultiert die Entwicklung einer Anlaufstelle mit einem übergreifenden Quartiers-/Citymanager. Eine professionelle Organisation wird die einzelnen Quartiere bzw. Cluster begleiten und in engem Kontakt mit den Quartieren, Händlern, Gastronomen, Eigentümern, öffentlicher Verwaltung und Bewohnern die Vermarktung organisieren, Leerstands- und Branchenmanagement übernehmen,

Sondernutzungen für Veranstaltungen einholen und Vorschläge zur städtebaulichen Ordnung erarbeiten.

### QUARTIERE

Die fünf Quartiere in der Innenstadt Hannovers sind durch unterschiedliche Profile geprägt. Im Quartier Oper finden sich die guten Adressen der Stadt, die Exklusivshops und ein hoch frequentiertes kulturelles Angebot mit Oper, dem Neuen Theater und Variete. Oster- und Karmarschstraße markieren als Quartier OK die „Südkurve“ der City. Hier findet sich das Gros der noch inhabergeführten Geschäfte. Das Quartier Mitte bildet die lebendige Fußgängerzone als Quartier ab. Einkaufen steht im Blickpunkt, alle großen Markennamen und Warenhäuser sind anzutreffen. Direkt angrenzend liegt mit der Altstadt der Bereich um den Marktplatz. Hier trifft man auf Nischenangebote, sprudelnde Gastronomie, liebevolle Architektur. Daneben hat sich als jüngstes Quartier das Steintor entwickelt. Rund um das neu errichtete Medienzentrum gelegen, ist es multikulturell und erlebnisorientiert geprägt.

### AKTEURE

Auf Initiative des Fachbereichs Wirtschaft der Landeshauptstadt gründete sich zunächst ein Wirtschaftsforum Südliche Innenstadt/Altstadt. In diesem Gremium wurden alle planerischen und organisatorischen Überlegungen zur Fortentwicklung der Innenstadt zusammengeführt. Daraus entwickelten sich vier Quartiersinitiativen, die sich später als eigenständige Vereine etablierten. Seit Oktober 2007 ist die Hannover-City GmbH das inhaltliche und strategische Dach der Quartiere, unter dem aktuell 130 Fördermitglieder und Sponsoren aktiv sind. Mit dem traditionellen Händlerverein City-Gemeinschaft ist eine enge Kooperation vereinbart, mit dem Ziel Ende 2009 per Zusammenführung eine übergeordnete starke City- und Quartiersorganisation zu schaffen.



## HANDLUNGSFELDER

### Hannover-City GmbH

Das Quartiersmanagement soll als zentrale Anlaufstelle die im Vorfeld entwickelten Projektideen aus den einzelnen Clustern professionell begleiten, soll Schnittstelle zur Verwaltung sein und sich als treibende Kraft zur Belebung der Innenstadt Hannovers etablieren. In einer Auftaktveranstaltung im Oktober 2007 wurde das Projekt vorgestellt und die Kernaufgaben den 150 Gästen, vorwiegend aus dem Innenstadthandel, aufgezeigt.

Die drei Kernaufgaben der neuen Hannover-City GmbH sind:

- die Entwicklung der Quartiere inklusive der Steigerung des Organisationsgrades,
- die Belebung der Innenstadt in seiner Gesamtheit,
- die Sicherstellung der finanziellen Nachhaltigkeit.

Gemeinsam mit Haus + Grund und Engel + Völkers wurden im Januar 2008 die Eigentümer der City-Immobilien über die Notwendigkeit von Standortgemeinschaften informiert. Eine 100-Tage-Presskonferenz stellte die Startphase der Quartiers GmbH und die Ziele für 2008 dar. In einzelnen Quartiersversammlungen wird über die Ziele und Entwicklung der Quartiere informiert und der Organisationsgrad ständig erhöht.

## Stadt

Stadttyp: Oberzentrum

Region Hannover

516.000 EW

## Gebiet

Größe [ha]: 130

Bewohner: 3.070

Gewerbe: 880

Eigentümer: 600

## Finanzierung

Gesamtkosten: 250.000 €

bewilligte Förderung: 100.000 €

abgerufene Förderung: 100.000 €

## Förderzeitraum

01.08.2007 - 15.12.2008

## Rechtsform

GmbH seit Oktober 2007



Die Quartiersvereine Oper, Altstadt, Osterstr./Karmarschstraße, Mitte und Steintor tragen als Gesellschafter zu gleichen Anteilen – jeweils 5000 € – die Hannover-City GmbH. Es ist gelungen, die traditionelle City-Gemeinschaft, ein Zusammenschluss der führenden Handelsunternehmen in der Innenstadt Hannovers, als sechsten Gesellschafter mit ebenfalls 5000 € Einlage zu gewinnen.

Die finanzielle Abhängigkeit der Quartiersinitiativen von städtischen und staatlichen Fördermitteln konnte im Förderzeitraum spürbar reduziert werden. Betrug der Anteil der privaten Wirtschaft beim Start im Sommer 2007 noch 40 %, so hat er sich zum Start des Geschäftsjahres 2009 auf nunmehr 72 % gesteigert. Darüber hinaus konnte die Zahl der Förderer erheblich gesteigert werden. Inzwischen sind 430 City-Akteure an die GmbH angedockt.

### **Begleitung von Baumaßnahmen**

In dem bisher geförderten Zeitraum konnten folgende Baumaßnahmen begleitet und unter Einbeziehung der Anlieger entscheidend mitgestaltet werden:

- Umbau des Opernplatzes,
- Umgestaltung des Platzes der Weltausstellung und
- Ausbau der Osterstraße und Karmarschstraße.

Die Maßnahmen in einem Gesamtvolumen von mehr als fünf Millionen Euro haben zur Aufwertung der Standortqualität entscheidend beigetragen. Die Quartiersvereine haben wesentlichen Anteil an der Gestaltung des neuen Stadtmobiliars, der einladenden Beleuchtungsszenarien oder der Blumenarrangements. Weitere bevorstehende Maßnahmen werden verantwortungsvoll begleitet und dauerhaft zwischen Verwaltung und Akteuren moderiert.

### **Altstadtkonzept**

Die Ratsfraktionen von SPD und Bündnis 90/Die Grünen beauftragten die Verwaltung gemeinsam mit dem neuen City-Management, ein Konzept zur Belebung der Altstadt und zu ihrer kulturellen Weiterentwicklung zu erarbeiten. Die Altstadt soll nachhaltig als „Publikumsmagnet“ entwickelt werden. Ausgeschlossen werden soll, dass mehrere kulturelle Groß-Events gleichzeitig in Hannover stattfinden. Das Altstadtkonzept, das im September 2008 erstellt worden ist, dient als Arbeitsgrundlage und Ideenkatalog für alle Altstadtakteure. Ziel der Hannover-City GmbH ist es, gemeinsam mit Politik, Verwaltung, Quartiersverein und Anrainern einen möglichst umfangreichen Teil davon umzusetzen.

### **Veranstaltungen**

Weitere Impulse setzten punktuelle Veranstaltungen, die auf Wunsch der Akteure von der Hannover-City GmbH initiiert, organisiert und finanziert wurden. Veranstaltungen

wie „Hannover liebt Sie“ [150 000 Besucher], Fête de la Musique [350 000 Besucher] oder Christmas-Shopping-Night [200 000 Besucher] ist es gelungen, die Öffentlichkeit nachhaltig mit den Zielen der Quartiere zu konfrontieren. Alle Veranstaltungen wurden ausschließlich aus privaten Fördermitteln refinanziert.

### **Kommunikation**

Die Definition der Innenstadt über die Quartiere ist durch eine offensive Vermarktung spürbar fortgeschritten. Zualtererst wurde ein Grafiker beauftragt, Logos für die jeweiligen Quartiere zu entwickeln. Diese bilden die eigenen Profile der Quartiere ab, gleichwohl gehören sie zu demselben City-Design. Um von Beginn an hohe Transparenz zu gewährleisten, führt die Hannover-City GmbH im Internet ein Tagebuch. Jeder, der sich für die Arbeit und den gezielten Einsatz der Fördermittel interessiert, kann sich täglich aktuell informieren. Bereits im Mai 2008 wussten 17 % der Befragten einer umfangreichen Marktmedia-Analyse über die Existenz der Quartiere Bescheid. Durch die ersten Ansätze einer Zusammenarbeit mit der Hannover-Marketing- und Tourismus-Gesellschaft gelang es auch, die neuen Einkaufs- und Erlebnisqualitäten in Hannovers Innenstadt beim überregionalen Publikum zu platzieren.

Ein Qualitätsmaßstab für die Arbeit der Quartiere und der GmbH sind auch die zahlreichen Anfragen zu Vorträgen und Versammlungen von Verbänden, Kammern oder Stadtteilinitiativen. Das mit der Hannover-City eingeleitete und praktizierte Modell wurde vorgestellt bei der Architektenkammer, der IHK, im Industrieclub, im Presseclub und bei mehreren Jahreshauptversammlungen.

Die Bemühungen der Hannover-City GmbH um eine Belebung der südlichen Innenstadt haben zumindest in den ersten zwei Monaten nach Eröffnung der neuen Shopping-Mall dazu geführt, dass der Handel in den südlichen Innenstadtquartieren über keine nennenswerten wirtschaftlichen Einbrüche klagt.

### **AUSBLICK**

Durch eine erfolgreiche Wettbewerbsteilnahme in 2008 hat das Projekt bereits eine Zusage hinsichtlich einer Folgeförderung im Rahmen der Quartiersinitiative Niedersachsen erhalten.

Für den neuen Förderzeitraum gibt es klare Zielsetzungen:

- Massiver Aufbau der Marke City mit den fünf Quartieren als Alleinstellungsmerkmal für die Innenstadt.
- Aufbau einer zentralen Datenbank für alle Quartiere inklusive Handel, Gastronomie, Hauseigentümern.
- Zentrale Anlaufstelle für alle City-Themen.
- Umsetzung der von der Ratsmehrheit geforderten und bereits erstellten Altstadtkonzeption.
- Umsetzung eines Managements für Stadtmobiliar und Illuminationen.
- Gezieltes Leerstandmanagement mit den Hauseigentümern.
- Weitere Erhöhung des Organisationsgrades in den Quartieren.

Angestrebt ist die Festigung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit nach Auslaufen der Landesförderung durch zusätzlich akquiriertes Kapital aus der Privatwirtschaft. Einhergehend ist damit auch eine Änderung der Gesellschafterstruktur möglich, inhaltlich jedoch bleibt alles auf die Profilschärfe der Quartiere, ihrer Vermarktung und der weiteren Steigerung der Attraktivität in der Gesamtcity ausgerichtet.



### **Kontakt**

Achim Balkhoff, Geschäftsführer, Hannover-City GmbH  
a.balkhoff@hannover-city.de

Jes-Peter Hansen, Bereich Wirtschaftsförderung, Landeshauptstadt Hannover: jes-peter.hansen@hannover-stadt.de

Weitere Informationen auch unter: [www.hannover-city.de](http://www.hannover-city.de)