

04.12.2024

## **Pressemitteilung**

### **Vorstellung der Studienergebnisse:**

#### **„Die Dresdner Innenstadt im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge – Aktuelle Herausforderungen und künftige Handlungsfelder“**

Einer der wichtigsten Gründe eines Besuches der Dresdner Innenstadt ist der Einkauf, was zahlreiche Erhebungen belegen. Die deutschen Innenstädte und auch das Dresdner Stadtzentrum unterliegen einem Transformationsprozess, welcher durch die Corona-Pandemie beschleunigt wurde. 2020 hat der Handelsverband Sachsen e. V. gemeinsam mit dem Gutachterbüro Dr. Lademann und Partner das Dresdner Stadtzentrum näher beleuchtet. Seitdem haben weltpolitische und nationale Ereignisse sowie lokale Rahmenbedingungen und politische Entscheidungen erheblichen Einfluss auf das Verbraucherverhalten und damit auch auf die Veränderung des Einzelhandels genommen.

Der City Management Dresden e. V. und der Handelsverband Sachsen e. V. haben in Kooperation erneut das Gutachterbüro Dr. Lademann und Partner beauftragt, um aktuelle Kennzahlen der Dresdner Innenstadt im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge beleuchten zu lassen. Anhand der Ergebnisse lassen sich Handlungsempfehlungen ableiten.

#### **Daten, Fakten und Empfehlungen basierend auf der Studie**

In der Dresdner Innenstadt wird derzeit eine aktiv betriebene Verkaufsfläche von rd. 199.800 qm vorgehalten, die sich auf 549 Einzelhandelsbetriebe verteilt. Dies entspricht einem Rückgang gegenüber der Angebotssituation im Jahr 2020 um rd. 8 % bezogen auf das Verkaufsflächenvolumen sowie um rd. 11 % bezogen auf die Anzahl der Betriebe. Während der Verkaufsflächenrückgang, der sich in erster Linie im mittelfristigen Bedarf und dort insbesondere im Innenstadtleitsegment Bekleidung/Schuhe vollzogen hat, vor allem auch auf Redimensionierungen von weiterhin in der Innenstadt ansässigen Anbietern (z. B. Reduzierung der Anzahl der Verkaufsebenen bei Primark in der Centrum-Galerie) zurückzuführen ist, sind es v. a. kleinere Betriebe/Fachgeschäfte, die in den letzten Jahren aus dem Markt ausgetreten sind.

Dass sich die Anzahl der Leerstände (derzeit 76) in jüngerer Vergangenheit dennoch nicht erhöht hat und eine strukturelle Leerstandsproblematik damit auch weiterhin nicht besteht,

verdeutlicht den Transformationsprozess, dem die Dresdner Innenstadt (wie die deutschen Innenstädte generell) derzeit unterliegt. So wurden zahlreiche ehemals von Einzelhandelsbetrieben belegte Ladenlokale durch andere konsumnahe und zentrentypische Angebote (z. B. diverse Dienstleistungen) nachgenutzt. Insgesamt wurden in Dresdens Innenstadt 430 handelsergänzende Nutzungen in Erdgeschosslagen erfasst. Vor dem Hintergrund der vielfältigen Herausforderungen (u. a. Dynamik des Online-Handels, Schwankungen im Konsumverhalten) denen sich der stationäre Einzelhandel ausgesetzt sieht, müssen Innenstädte künftig noch stärker als bislang als multifunktionale Orte der Begegnung begriffen werden, ohne dass die Leitfunktion des Einzelhandels dabei grundsätzlich in Frage zu stellen ist.

„Der Handel ist nach wie vor der Besuchsgrund Nummer 1 für die Innenstadt. Das Einkaufen, speziell die Nahversorgung, ist dabei nach wie vor der wichtigste Frequenzanker für weitere Branchen wie Gastronomie oder Dienstleistung. Die typischen Vollsortimenter sind hier in Dresden noch unterdurchschnittlich vertreten und können weiterhin einen wichtigen Beitrag leisten, um die Lebensqualität in Dresdner Stadtteilen zu steigern. Eine moderne Aufwertung verbindet die klassische Nahversorgung mit einer bildenden, kulturellen oder gesundheitlichen Nahversorgung.“ meint David Tobias, Geschäftsführer des Handelsverbandes Sachsen e. V.

Die Dresdner Innenstadt mit ihren unterschiedlich profilierten Quartieren, profitiert neben ihrer hohen städtebaulichen Qualität sowie den historischen Bezügen im Stadtbild vor allem von ihrem schon heute breiten Angebot und dem daraus resultierenden weitläufigen Marktgebiet sowie von ihrer touristischen Anziehungskraft. Gemäß ihrer Funktion im Zentrenkonzept, gilt es die Dresdner Innenstadt im Kontext der laufenden Transformationsprozesse als den wichtigsten und sogkräftigsten Einzelhandelsstandort im Stadtgefüge zu positionieren und deren Sogkraft und Attraktivität nachhaltig zu sichern und auszubauen.

**Diesbezüglich lassen sich vier zentrale Handlungsfelder identifizieren:**

- Verkehr
- Öffentlicher Raum und öffentliches Leben
- Immobilien und Leerstände
- Vermarktung und Tourismus

Die verkehrliche Erreichbarkeit der Innenstadt muss für alle Verkehrsträger gleichermaßen sichergestellt bleiben, um den unterschiedlichen Bedürfnissen der Menschen gerecht zu werden. Dazu gehört ein gutes Baustellenmanagement mit Blick auf den Neubau der Carolabrücke genauso wie die Aufrechterhaltung der Straßenbahn-Taktung.

Angesichts der finanziellen Belastungen der Bürger (u. a. infolge der Inflation und der mannigfaltigen Gebührenerhöhungen) darf die ohnehin schon eingetrübte Konsumstimmung zudem nicht noch zusätzlich durch Erhöhungen der Ticketpreise im ÖPNV und der Parkgebühren belastet werden. „Handel lebt von Frequenz. Abwechslungsreiche Besuchsanlässe für unterschiedliche Zielgruppen zu schaffen, steigert die Frequenz in der City. Dies funktioniert aber nur, wenn bezahlbares Parken und sehr gute ÖPNV-Anbindungen möglich sind. Beides darf nicht zum Wettbewerbsnachteil für die City werden.“ so Tobias.

Mittel- bis langfristig sollte ein intelligentes Verkehrsleitsystem für die Innenstadt aufgebaut und mit dem digitalen Parkraummanagement verknüpft werden, um den Kundenkomfort zu erhöhen und den Parksuchverkehr einzuschränken. Hierzu würde auch ein neuer Sonderstandort Parken in Innenstadtnähe beitragen, der als moderner multimodaler Mobility-Hub zu konzipieren ist, einen bequemen Übergang unterschiedlicher Verkehrsmittel gewährleistet und die Citylogistik optimiert.

Damit die Innenstädte auch künftig noch viele Menschen anziehen, müssen sie im Zuge ihres Transformationsprozesses neben einem breiten Nutzungs- und Funktionsspektrum eine hohe Aufenthaltsqualität bieten und Erlebnisse kreieren. Ein wichtiger Standortfaktor dabei ist eine ‚sichere und saubere‘ Innenstadt, damit sich die Besucher auch wohlfühlen und sich insbesondere Familien, Umlandkunden und Touristen nicht von der Dresdner Innenstadt abwenden. Vor diesem Hintergrund sind die derzeitigen Intervalle der Straßenreinigung aufrecht zu erhalten, angemessene Beleuchtungskonzepte umzusetzen und die Präsenz von Ordnungskräften an neuralgischen Orten wie der Prager Straße zu verstärken, wozu die geplante „City Wache“ in jedem Falle einen wichtigen Beitrag leisten wird. Auch die langfristige Sicherstellung der Finanzierung des City Streetworks ist in diesem Zusammenhang anzuführen. „Der mehrheitliche Stadtratsbeschluss zur „City Wache“ ist ein positives, aber auch nötiges Zeichen, um dem derzeitigen Ungleichgewicht bezüglich der Sicherheitslage im Stadtzentrum entgegenzuwirken. Wir hoffen, dass eine zügige Umsetzung erfolgt und damit die Steigerung des Sicherheitsgefühls spürbar wird. Angedachte Einschränkungen in der Finanzierung von Streetwork liefen dem Sicherheitsgedanken zuwider. Daher warnen wir vor kurzfristigen Einsparungen, da sie langwierige und schwer korrigierbare Folgen hätten.“ sagt Friederike Kranz, Geschäftsführerin des City Managements Dresden e. V.

### **Belebung durch Veranstaltungen**

Veranstaltungen und Events sorgen für Abwechslung und Belebung in der Innenstadt und schaffen zusätzliche Besuchsansätze und Erlebnisse. Die Anzahl und Qualität der Events sowie ein ansprechendes Kulturangebot gilt es daher unbedingt abzusichern und wenn möglich weiter auszubauen - insbesondere mit Blick auf hochwertige Angebote, die Familien und kaufkraftstarke Bevölkerungsgruppen ansprechen. Daher sollten Sondernutzungsgebühren nicht weiter erhöht werden und bürokratische Hürden und Hemmnisse bei der Genehmigung von Events abgebaut werden. Die Genehmigungsverfahren müssen einfacher und schneller werden – es bedarf hierfür eines „Fast-Track-Verfahrens“.

### **Konsumfreie Zonen mit Aufenthaltsqualität**

Die Dresdner Innenstadt braucht mehr attraktive konsumfreie Zonen mit hoher Aufenthaltsqualität sowie Spielplätze und Freizeitangebote, um die Verweildauer der Besucher zu erhöhen. Gerade vor dem Hintergrund des Klimawandels und der zunehmenden Überhitzung der Städte im Sommer sind ansprechend gestaltete Grün- und Freiflächen unabdingbar. Eine zügige und konsequente Umsetzung des „Grünen Bogens“ ist daher besonders wichtig. In diesem Zusammenhang sollte auch das Modellprojekt „Lebendige Seestraße“ verstetigt werden und eine dauerhafte, durchgängige und barrierefreie Fuß- und Radwegeverbindung vom Hauptbahnhof in Richtung Neustadt ermöglichen.

Das Erscheinungsbild der Dresdner Innenstadt hängt nicht nur von der Gestaltung des öffentlichen Raums ab, sondern auch von privaten Investitionen in den Immobilienbestand und von der Qualität des Geschäftsbesatzes. Auch wenn es in der Verantwortung der Eigentümer liegt, Sanierungsstaus zu beseitigen, moderne Ladenlokale anzubieten und für kreative Zwischennutzungen im Falle von Leerständen zu sorgen, so kann die Stadt zumindest Unterstützung bieten – beispielsweise durch den Einsatz eines professionellen Flächen- und Leerstandsmanagements auf einer digitalen/KI-gestützten Plattform.

### **Kommunikation und Allianzen**

Bei der jüngsten Deutschlandstudie erreichte die Dresdner Innenstadt Platz sechs und zählt damit zu den attraktivsten Innenstädten Deutschlands. Um diese Position nachhaltig abzusichern und weiter stärken zu können, müssen bestehende Marketingmaßnahmen und Instrumente verstetigt und zielgruppenspezifisch unter Ausnutzung der digitalen Möglichkeiten weiter ausgebaut werden. Einen wichtigen Beitrag hierzu leisten die Dresden Marketing GmbH und das

Citymanagement, deren finanzielle Ausstattung nicht eingekürzt werden darf bzw. angepasst werden muss. Als wichtiger Wirtschaftsfaktor und Besuchermagnet für die Innenstadt gleichermaßen haben sich die Großveranstaltungen auf dem RINNE-Gelände etabliert. Diese gilt es daher auch im Sinne des Stadtmarketings unbedingt zu sichern. Um noch mehr ausländische Touristen in die Innenstadt zu locken und dieses Potenzial zu heben, müssen aber auch Handel und Gastronomie selbst investieren – in mehrsprachiges Personal und Homepage sowie in international geläufige Bezahlmöglichkeiten. Kranz ergänzt: „Dass das Dresdner Stadtzentrum zu den attraktivsten Innenstädten im Deutschlandvergleich zählt, ist motivierend für die innerstädtischen Gewerbetreibenden und belegt einmal mehr, dass ein vielfältiger Einzelhandel, eine florierende Gastronomie und ein breites Kulturangebot nach wie vor der Motor einer funktionierenden Innenstadt sind. Mit diesen Erkenntnissen muss es uns ein Anliegen sein, die innerstädtischen Gewerbetreibenden zu unterstützen und zu schützen. Dies gelingt durch starke Allianzen und Austausch sowie einem ausgewogenen Marketing.“

**Rückfragen richten Sie bitte an:**

City Management Dresden e. V.  
An der Kreuzkirche 6, 01067 Dresden  
E-Mail: [info@cm-dresden.de](mailto:info@cm-dresden.de)  
Tel.: 0351 4861995