**Diversifizierung der Nutzungsarten: Wie Innenstädte in die Zukunft gehen**

**Im März eröffnen die ersten medizinischen Dienstleister und Praxen im KUBUS Aalen. Damit wird eine neue Ära der Nutzung eingeläutet. Im Gespräch mit Matthias Bieber, Portfolio Manager bei der Eigentümerin Turi GmbH aus Köln und Bernd-Claas Gesterkamp, Architekt und Immobilienprofi aus Düsseldorf fragen wir nach den Hintergründen.**

*Lebendige Innenstädte haben weit über die Versorgung hinaus eine zentrale Bedeutung für die Bürger und Bürgerinnen einer Stadt. Aalen ist ein gutes Beispiel dafür, welchen Identifikationswert eine Innenstadt haben kann. Einkaufsstraßen und Plätze mit hoher Aufenthaltsqualität und Baukultur sind von großer Bedeutung und bilden sich am Aalener Marktplatz, am Spritzenhausplatz und zukünftig auch wieder vom Sparkassenplatz über die Reichsstädter Straße sehr gut aus.*

*Aalens Innenstadt besticht durch ein attraktives Gastronomieangebot, Kulturveranstaltungen, Märkte und Wochenmärkte sowie eine gute Nutzungsmischung von Handel, Wohnen, Arbeiten und Freizeit.* *Auch die aktive Zusammenarbeit der Händler untereinander sowie eine Abstimmung der Innenstadtakteure, nicht zuletzt durch das Engagement des ACA (AalenCitiyAktiv e.V.) tragen zu Aalens Attraktivität bei und sorgen dafür, dass sie „funktioniert“. Seit seiner Eröffnung spielt dabei auch KUBUS Aalen am oberen Marktplatz eine wichtige Rolle: Die Revitalisierung des ehemaligen Kaufring Gebäudes definiert den Brückenschlag vom Rathaus zur Altstadt. Nicht nur optisch sondern auch inhaltlich, da hinter den Flächen des Shopping Centers schon immer Büros und Ämter ihren Sitz haben. „Diese gemischte Nutzung schafft eine solide Basis“ erläutert Matthias Bieber.*

Weshalb haben KUBUS Aalen im Speziellen und Aalens Innenstadt im Allgemeinen –im Vergleich zu Nachbarstädten zum Glück noch überschaubare aber dennoch vorhandene– Probleme mit Leerstand?

Auf den ersten Blick ist die Antwort einfach: eine Krise folgt auf die nächste. Nach der Pandemie mit ihren für den Handel verheerenden Lockdowns folgt die Urainekrise, dann die Energiekrise. Die Kunden und Kundinnen seien verunsichert und Onlineshops ruinieren den stationären Handel. „Doch so einfach ist es nicht.“ Insistiert Gesterkamp. „Vor allem nicht für Shopping-Center. Deren Nutzungskonzepte müssen sich fundamental verändern.“

In der Immobilienbrache gelte Resilienz als Gebot der Stunde. Moderne Stadtentwicklung entstehe heutzutage nur durch Mixed-Use Immobilien und vorausschauende Entscheidungen der Kommunen, erläutert der Immobilienprofi. „Es tut sich richtig viel auf dem Markt: Büroimmobilien müssen perspektivisch eine Vielzahl unterschiedlicher Arbeitsmodelle abbilden können, Wohnimmobilien und -quartiere müssen attraktiver werden und im Einzelhandel werden nicht alle Nutzungskonzepte auf Dauer überleben können.“ Diese Entwicklung erfordere ein resilientes Nutzungskonzept für Immobilien jeder Art.

„Per Definition bedeutet Resilienz, dass Immobilien als attraktiver Standort etwaige Krisensituationen robust durchstehen sollten. Aber nicht jedes Krisenszenario lässt sich vorhersehen – dies ist die wohl größte Lehre aus der Corona-Pandemie. Dennoch müssen verschiedene Szenarien theoretisiert und Lösungen umgesetzt werden um langfristigen Veränderungen bestmöglich gegenüber zu stehen.“

Auf eine Immobilie wie den Kubus bezogen bedeute dies, dass nicht nur Standort und Lage sondern auch das Objekt selbst vielfältige Anforderungen erfüllen müsse. In erster Linie mit dem Ziel einer bestenfalls dauerhaft leerstandsfreien Vermietung an solvente Mieter mit nachhaltigen Konzepten.

„Es gilt, Zukunftsstrategien und Perspektiven zu entwickeln statt Schließungen zu verkünden. Ziel muss es sein, möglichst viele Einzelhandelsstandorte zu erhalten und möglichst viele Arbeitsplätze zu sichern. Dafür müssen Lösungen gesucht, Konzepte entwickelt und dann neue Wege gegangen werden.“ Sagt Bieber.

Eine Lösung, die für KUBUS Aalen gefunden wurde, sei die Restrukturierung und neue Nutzung einzelner Flächen. Von der Handelsfläche zur Arztpraxis.

„Dieser neuen Nutzung ging eine intensive Planungsphase voraus, in der wir Bedarf und Zielgruppe genau analysiert haben.“ Erklärt Gesterkamp seine Aufgabenstellung. „Wir haben intensiv beleuchtet, inwieweit sich einzelne Flächen im Kubus für alternative Nutzungsarten eignen. Das Ergebnis war eindeutig: Neue Handelskonzepte sehen sich aktuell nur in größeren Städten, weshalb der Fokus ganz klar auf lokale Player und den medizinischen Sektor gesetzt werden muss. Trotz der größeren baulichen Maßnahmen und damit einher gehenden Kosten haben wir uns zu diesem Schritt entschlossen“ fügt Matthias Bieber an.

Gesterkamp sieht vor allem einen Vorteil: „KUBUS Aalen wird durch seine nun anstehende Erweiterung mit der medizinischen Dienstleistung eine originär zwischenmenschliche Nuance erhalten und damit die Attraktivität des Standorts und somit der Innenstadt steigern.“ Man könne den Onlinehandel nicht per se verteufeln. Im Gegenteil: Der Handel selbst sei im Zugzwang, die Chancen der Digitalisierung müssen erkannt und umgesetzt werden. Digitale und stationäre Angebote müssen kombiniert werden. Vor Ort und online müsse jeder Anbieter seine Attraktivität erhöhen und Servicequalität verbessern um Kunden langfristig zu binden. Ein guter Onlineservice, eine ansprechende Webpräsenz bringe die Kundschaft am Ende auch wieder in die Innenstädte. Denn „das große Plus des stationären Handels, der Begegnung vor Ort gegenüber jeder Onlineplattform bleibt die Zwischenmenschlichkeit. In der Begegnung zwischen Menschen sehe ich das wichtigste Motiv zukunftsfähiger Innenstädte. Im Verkauf, in der Gastronomie oder in den Heilberufen ist die Begegnung der absolute Mehrwert – und nicht im Onlinehandel zu erzielen.“

Gesterkamp zitiert Precht, wenn er anmerkt, dass im Zeitalter der Algorithmen vor allem die Berufe gefragt seien, in denen Handwerk ausgeübt oder direkte Zuwendung gegenüber anderen Menschen erbracht würde. „Heilberufe erfüllen dies prototypisch“ bestärkt er seine Gewissheit, dass mit den medizinischen Nutzungen im KUBUS der richtige Weg eingeschlagen wurde.

Matthias Bieber berichtet, der Immobilieneigentümer und Betreiber des KUBUS Aalen sehe sich in der Pflicht seiner Verantwortung gerecht zu werden und einen Beitrag zur erfolgreichen Bewältigung des strukturellen Wandels zu leisten. Genutzte statt leerstehende Handelsflächen seien natürlich auch im Interesse des Eigentümers. Dies beweist KUBUS Aalen seit Eröffnung mit einer Vorreiterrolle im Thema Zwischennutzung. „Natürlich wären uns dauerhafte Mietverträge lieber.“ Aber der Erfolg und die Beliebtheit der PopUp Shops, Künstlerateliers und StartUps, welche im Kubus zu Gast waren oder sind zeige, dass auch eine weniger wirtschaftlich getroffene Entscheidung Gewinn bringen und die Attraktivität steigern könne. Man verstehe sich eher als Partner der Mieter. Und man wolle die Nachfrage der Kundschaft bedienen. „Wir sind sehr bemüht, die lokalen Ansprüche an den Mietermix im KUBUS zu berücksichtigen. Und natürlich möchten wir zufriedene Mieter“. Dies sei vor allem durch eine höhere Frequenz und damit steigende Umsätze zu erzielen. In der Vermietung an die Hausarztpraxis sieht Gesterkamp hier einen Volltreffer: „Bis zu 500 Patienten am Tag werden allein in der Hausarztpraxis erwartet.“ Mit der Vermietung an Orthopädietechnik Minder und mit jeder weiteren Vermietung erhöhe sich also deutlich die Frequenz.

„Die Eröffnungen im März sind für uns ein Etappenziel“, sagt Matthias Bieber. Gutes Immobilienmanagement müsse den Status Quo der Immobilie stetig hinterfragen und optimieren. „Auch weiterhin wird es nicht planbare Einflüsse geben. Aber wir geben alles für eine langfristig positive Wert- und Standortentwicklung. Der KUBUS und damit die gesamte Aalener Innenstadt sind uns eine Herzensangelegenheit. Da denken wir ganz im Sinne der ACA Kampagne: Wir sind verliebt in Aalen.“