

An aerial photograph of a city with a river in the foreground. The city features numerous buildings with red-tiled roofs and several church spires. A large, textured yellow sun graphic is positioned in the upper right portion of the sky. A green vertical bar with diagonal stripes is located on the left side of the page.

Zukunft Innenstadt: Nachhaltige Angebote als Schlüssel zur Revitalisierung

Handungsleitfaden

Für Mensch & Umwelt



SONa

Stadtzentren als Orte
nachhaltigen Konsums

Umwelt  Bundesamt

Impressum

Herausgeber:

Umweltbundesamt

Fachgebiet III 1.1 Übergreifende Aspekte des Produktbezogenen Umweltschutzes, Nachhaltige Konsumstrukturen, Innovationsprogramm
Lisa Frien-Kossolobow

Postfach 14 06
06813 Dessau-Roßlau
Tel: +49 340-2103-2416
buergerservice@uba.de
Internet: www.umweltbundesamt.de

Autorinnen:

Kathrin Anger, Ulrike Knörzer
adelphi consult GmbH, Berlin

Michaela Roelfes, Franziska Stelzer
Wuppertal Institut für Klima, Umwelt,
Energie gGmbH, Wuppertal

Redaktion:

Fachgebiet III 1.1 Übergreifende Aspekte des Produktbezogenen Umweltschutzes, Nachhaltige Konsumstrukturen, Innovationsprogramm

Satz und Layout:

Tilman Zastrow, adelphi

Diese Publikation ist kostenfrei zu beziehen beim Umweltbundesamt. Der Weiterverkauf ist untersagt. Bei Zuwiderhandlung wird eine Schutzgebühr von 15 Euro/Stück erhoben.

Publikationen als pdf:

www.umweltbundesamt.de/publikationen

Bildquellen:

Cover & Rückseite: Bilder wurden zu einer Collage verarbeitet: Paul Berthelon Bravo | unsplash, Dietmar Rabich | wikimedia

S. 6 Pixabay, S. 7 SONa, S. 8-9 Freepik, S. 10 SONa, S. 11 Zukunftshaus Würzburg, S. 12 SONa, S. 13 SONa Darstellung nach Wanner et. al. 2018, S. 14 Project Uni-Stuttgart, S. 15 TauschRausch Schwentinental, S. 16-17 Zukunftshaus Würzburg, TauschRausch Schwentinental, Duisburg Business & Innovation GmbH (DBI), S. 18 Zukunftshaus Würzburg, S. 19 Zukunftshaus Würzburg, S. 21 Zukunftshaus Würzburg, S. 22 TauschRausch Schwentinental, S. 24 Duisburg Business & Innovation GmbH (DBI), S. 26 Freepik, S. 28 Yi Wei | unsplash, S. 29 kapest fotografie, S. 31 Freepik

Stand: Mai 2025

ISSN 2363-832X



ZUKUNFT INNENSTADT: NACHHALTIGE ANGEBOTE ALS SCHLÜSSEL ZUR REVITALISIERUNG

Handungsleitfaden

Inhalt

1	Zu diesem Leitfaden	7
	Ziel des Leitfadens	7
	Für wen ist der Leitfaden?	7
	Was beinhaltet der Leitfaden?	7
2	Nachhaltige Konsumoptionen und ihr Beitrag zur Entwicklung lebendiger und resilienter Innenstädte	10
	Synergien und Kooperation als wichtiger Faktor: Zentrale Akteure im gemeinsamen Wirken	10
	Chancen für die Entwicklung nachhaltiger Konsumkonzepte in Innenstädten	12
	Co-Design als Chance Innenstädte neu zu denken	12
3	Pilotprojekte in drei deutschen Stadtzentren	16
	Das Zukunftshaus Würzburg	18
	TauschRausch Schwentinental	22
	Nachhaltig Made by Duisburg.....	24
4	Faktoren für eine erfolgreiche Umsetzung von Innenstadt- Projekten zu nachhaltigem Konsum	27
	Kultur des Experimentierens etablieren: Pilotprojekte als Zwischenetap- pen für die Innenstadtentwicklung nutzen	27
	Bleibende Herausforderung: Zugang zu Leerständen erhalten.....	29
	Effektive Partizipation und Kommunikation.....	30
	Stabile Strukturen: Von der Umsetzung zur festen Institution	32
	Lernende Wirkungsmessung	34
	Hilfreiche Tools und Links	36

1

**Zu diesem
Leitfaden**



Zu diesem Leitfaden

Wie können Innenstädte revitalisiert werden? Der stationäre Einzelhandel verliert zunehmend an Bedeutung, was Schließungen und Leerstände in den Stadtzentren zur Folge hat. Da Innenstädte bislang primär als Orte des kommerziellen Konsums gestaltet sind, steht die klassische Einkaufsstadt mit diesen Entwicklungen vor neuen Anforderungen. So haben es viele Geschäfte des stationären Einzelhandels in innerstädtischen Einkaufsstrassen schwer, mit der Konkurrenz durch den Online-Handel mithalten. Gleichzeitig bleiben Ansätze für zukunftsfähige Konsumkulturen oft in der Nische, obwohl sie für eine nachhaltige Entwicklung wichtig sind.

Innenstädte können **lebendige Orte für nachhaltigen Konsum** werden und so gleichzeitig den aktuellen Herausforderungen begegnen. Die Etablierung von Pop-up Stores, Tausch- und Reparaturangebote oder ähnlichen nachhaltigen Konsumangeboten zieht neue Besuchergruppen an und schafft es gleichzeitig auf leerstehenden Flächen zukunftsfähige Nutzungskonzepte umzusetzen, die wirtschaftliche Wertschöpfung mit ökologischem Mehrwert verbinden. Darum geht es in diesem Leitfaden.

Ziel des Leitfadens

Mit diesem Handlungsleitfaden möchten wir dazu ermutigen, (neue) Ideen zur Transformation von Innenstädten zu konzipieren und vor Ort zu erproben. Zum nachhaltigen Konsum zählen dabei z.B. umweltverträgliche, nachhaltige Konsumpraktiken aus den Bereichen Reparatur, Ressourcensparen, Nutzendauerverlängerung oder Nutzen statt Besitzen.

Für wen ist der Leitfaden?

Dieser Leitfaden richtet sich an engagierte Akteure aus Zivilgesellschaft, kommunalen Verwaltungen und Wirtschaftsförderungen. Er unterstützt sie dabei, lokale Projektinitiativen zur Belebung von Stadtzentren durch nachhaltigen Konsum zu entwickeln.

Was beinhaltet der Leitfaden?

Er zeigt Möglichkeiten auf, die städtische Entwicklung mit nachhaltigem Konsum zu verbinden. Anhand verschiedener Beispiele und praxisrelevanter Faktoren für

eine erfolgreiche Umsetzung veranschaulichen wir, was es zu beachten gilt – von der Entwicklungsphase, dem Finden von Räumen, der Beteiligung von relevanten Stakeholdern bis hin zu der langfristigen Verstetigung eines Projektes.

Der Leitfaden geht aus dem Projekt „**Stadtzentren als Orte für nachhaltigen Konsum**“ hervor, das vom Umweltbundesamt (UBA) gefördert wurde. Außerdem flossen Erfahrungen aus dem EU Projekt NiCE – from niche to centre mit ein, welches ebenfalls vom UBA durchgeführt wird. In drei Pilotstädten (Duisburg, Schwentimental, Würzburg) haben wir Ideen zur zukunftsfähigen (Um-) Gestaltung von Innenstädten zu lebendigen Orten nachhaltigen Konsums gemeinsam mit Praxisakteur*innen konzipiert und vor Ort erprobt. Die Inhalte des Leitfadens bieten einen praxisnahen Zugang zu unseren Projektergebnissen, mit dem Ziel zu weiteren Projekten zu inspirieren und so Innenstädte nachhaltig zu revitalisieren.



Nachhaltige Konsumoptionen und ihr Beitrag zur Entwicklung lebendiger und resilienter Innenstädte



2



Nachhaltige Konsumoptionen und ihr Beitrag zur Entwicklung lebendiger und resilienter Innenstädte



Nachhaltige Konsumangebote unterstützen die Entwicklung unserer Städte auf vielfältige Weise. Sie haben positive Effekte in verschiedenen Bereichen und helfen, unsere Städte fit für die Zukunft zu machen. Die wichtigsten Aspekte im Detail sind:

- **Ökologische Nachhaltigkeit:** Nachhaltige Konsumangebote tragen zur Ressourcenschonung bei. Beispielsweise wird durch die Reparatur von Gegenständen und das Teilen von Gütern der Lebenszyklus von Produkten verlängert, was den Bedarf an Neuproduktion und damit den Ressourcenverbrauch reduziert. Dies führt zu einer Verringerung des ökologischen Fußabdrucks der Kommune und unterstützt lokale Nachhaltigkeitsziele.
- **Innovationsförderung:** Nachhaltige Konsumoptionen können als Katalysatoren für Innovation in der Kommune wirken. Sie inspirieren zu neuen Geschäftsmodellen und sozialen Innovationen und können ihre Wirkung auch über die Stadtgrenzen hinaus entfalten (siehe Pilot „Das Zukunftshaus Würzburg“).
- **Abfallreduzierung:** Repair-Cafés oder Sharing-Angebote beispielsweise tragen direkt zur Reduzierung des Abfallaufkommens bei, indem sie die Lebensdauer von Produkten verlängern. Dies entlastet kommunale Entsorgungssysteme und reduziert die mit Abfallmanagement verbundenen Kosten.

- **Förderung der lokalen Identität:** Besondere Angebote im Bereich des nachhaltigen Konsums können zu Alleinstellungsmerkmalen einer Kommune werden und deren Image als fortschrittlich und nachhaltig stärken. Dies kann die Attraktivität der Stadt für Bewohnende, Besucher*innen und Unternehmen erhöhen.

Synergien und Kooperation als wichtiger Faktor: Zentrale Akteure im gemeinsamen Wirken

Um eine nachhaltige Wiederbelebung der Innenstädte mit nachhaltigen Konsumpraktiken zu erreichen, ist ein ganzheitlicher Ansatz unerlässlich. Dieser soll das **Zusammenspiel von wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Aspekten** berücksichtigen. Die enge Zusammenarbeit zwischen Projektinitiativen der kommunalen Wirtschaftsförderung, der Zivilgesellschaft sowie der Kommunal- und Stadtverwaltung bildet das Fundament für das erfolgreiche Wirken von Innenstadtprojekten des nachhaltigen Konsums.

Zunächst ist es für lokale, innenstadtbezogene Projektinitiativen essenziell, **spezifische Zielgruppen und deren Bedürfnisse** präzise zu identifizieren. Ebenso entscheidend für den Erfolg sind die **lokale Vernetzung und der Aufbau von Kooperationen** außerhalb des eigenen Pilotierungsteams. Partnerschaften mit bestehenden Händlerinnen und Händlern, sowie Gewerbetreibenden in der Innenstadt können sich als besonders gewinnbringend erweisen und **Synergien schaffen**. Dadurch wird die lokale Wirtschaft nachhaltig gestärkt. Förderliche Rahmenbedingungen – vor allem der Zugang zu Flächen und Räumen – sind für die Projektinitiativen fundamental, damit inspirierende Konzepte des nachhaltigen Konsums umgesetzt werden können.

Aus der Praxis – die Bonuskarte des Zukunftshauses Würzburg

Um Synergien zwischen Anbietenden nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen zu schaffen, hat das Zukunftshaus als eingetragene Genossenschaft für seine Mitglieder eine jährliche Bonuskarte entwickelt. Mit der Bonuskarte erhalten Mitglieder bei insgesamt 30 nachhaltigkeitsbewussten Unternehmen und Partnerorganisationen einen einmal einsetzbaren Vorteil, wie z.B. einen Rabatt oder eine Zusatzleistung. Die Bonuskarte macht den Besuch der einzelnen Geschäfte attraktiver, vergrößert die jeweilige Kundenschaft und zeigt das vielfältige Angebot nachhaltiger Konsumoptionen in Würzburg auf.

*Die lokale Vernetzung mit nachhaltigkeitsaffinen Gruppen und Organisationen ist unerlässlich, um das eigene Projekt in den passenden Kreisen bekannt zu machen. So haben wir beim Zukunftshaus Würzburg eine solide Basis an Interessierten und Kund*innen aufgebaut, die uns finanzielle Stabilität bringt (siehe unsere Genossenschaftskonzept Zukunftshaus eG1). Gleichzeitig inspirieren wir engagierte Menschen dazu, sich ehrenamtlich für unser Projekt einzusetzen und es weiterzuverbreiten, was beim Zukunftswerk e.V.2 besonders gut funktioniert.*

Lisa Spängler, Vorstand – Zukunftshaus Würzburg

Würzburger Zukunftskarte 2025

Partnerleistungen:

- VEG (birke@veg-wuerzburg.de) Gratisprodukt (vorher Mail an Birke)
- VeggieBros. Brownie gratis zum Wrap
- Weltladen konsumkritischer Stadtrundgang
- Wertwende gratis Erstgespräch, 50% auf 1. Honorar
- Wollgeschäft 10% auf einen Einkauf
- Zukunftshaus 20% auf einen Einkauf

Karte gültig bis 31.01.2026

Jeder Vorteil 1x/Jahr einlösbar. Keine Kombination mit anderen Rabatten oder Aktionen möglich.

Herausgeber: Zukunftshaus eG
Augustinerstr. 4, 97070 Würzburg
www.zukunftshaus-wuerzburg.de
Irrtümer & Änderungen vorbehalten.

Participating Businesses:

○ BRAUCHBAR 20% auf einen Einkauf in einer Filiale	○ Louisgarde Marktstand Waldorfsch. 25% auf einen Einkauf
○ CAFÉ MARES Heißgetränk gratis zum Frühstück	○ Louisgarder Biokiste 15% auf einen Einkauf
○ 's Fachl 10% auf einen Einkauf	○ Luftschloss (wenn welcher da ist <-) Eine Tasse Kaffee
○ FahrradPROFIS 10% auf Teile und Zubehör	○ Marienkäfer 15% auf einen Einkauf
○ Fahrradwerkstatt Erthal Sozialwerk 15% auf Ersatzteile	○ Naturkaufhaus Body & Nature 10% auf Mode
○ Fingerhut 10% auf Änderungsarbeiten	○ Ökokiste Schwarzach 15% auf einen Einkauf
○ JAC 15% auf einen Einkauf	○ Printex 20% auf eigene Printprodukte
○ Kaffeemanufaktur 5% auf einen Bohneneinkauf	○ Radius Fahrradkurier eine Freifahrt
○ Biolandhof Keller Marktstand 20% auf einen Einkauf	○ sam Natur-Schaugarten 10% auf eine Gartenführung
○ Kraut Allerliebst 10% auf ein Produkt deiner Wahl	○ Schuh schmiede 10% auf einen Einkauf
○ Köhlers Vollkornbäckerei 20% auf einen Einkauf	○ Senza Limiti Espresso gratis zu O-Saft & Cornetto
○ Lollo Rosso 10% auf einen Einkauf	○ TeeGschwender 10% auf einen Einkauf

Jährliche Bonuskarte für die Mitglieder der Zukunftshaus Genossenschaft

Ebenso spielt die kommunale Verwaltung selbst als entscheidende Institution eine zentrale Rolle bei der Wiederbelebung von Innenstädten. Vor allem für kleine und mittlere Kommunen steigen die Herausforderungen aufgrund von begrenzten personellen und finanziellen Ressourcen. Zugleich steht und fällt der Erfolg von Innenstadtprojekten im Kontext des nachhaltigen Konsums mit dem grundsätzlichen Engagement und der Handlungsfähigkeit der politischen

Entscheidungsträger*innen und der Verwaltung sowie den räumlich-strukturellen Bedingungen vor Ort. Daher kann eine engagierte "Kümmer-Person" in der Verwaltung, die sich dem Thema Innenstadtprojekte des nachhaltigen Konsums annimmt, den entscheidenden Unterschied machen und den Erfolg solcher Projekte positiv beeinflussen.

1 Die [Zukunftshaus eG](#) bietet im Zukunftshaus die Bereiche Mieten, Kaufen und Reparaturannahme an. Der Tauschbereich wird vom gemeinnützigen [Zukunftswerk e.V.](#) betrieben.

2 Der [gemeinnützige Verein Zukunftswerk e.V.](#) hat sich zum Ziel gesetzt, zukunftsfähige Lebensstile und Konsummodelle bekannter zu machen und bietet dafür ein dauerhaftes Tauschangebot, als konkreten Ort für Ressourcen-, Umwelt- und Klimaschutz.

Die aktive Kommunikation mit und die Beteiligung von Interessierten ist ebenso wichtig. Sowohl für die kommunale Verwaltung als auch für die Projektinitiativen (siehe dazu Kapitel „Effektive Beteiligung und Kommunikation“). Die Erfahrung zeigt außerdem, dass Pilotprojekte, die als “Testläufe” durchgeführt werden, die allgemeine Akzeptanz von Nachhaltigkeitsprojekten erhöht, da die Bürger*innen in verschiedenen Phasen in den Prozess eingebunden werden (siehe dazu Kapitel „Co-Design als Chance Innenstädte neu zu denken“). So geben Pilotprojekte wie z.B. Pop-Up-Stores (siehe Pilot “Nachhaltig made in Duisburg”) kreative Impulse für die Innenstadtentwicklung, machen neugierig und bringen frischen Wind für neue Initiativen in die Innenstädte. Initiativen wie die drei Pilotprojekte in diesem Leitfaden, können als Experimentierräume für nachhaltige Konsumpraktiken dienen und zeigen, dass es Alternativen zum “schnellen Konsum” im filialisierten Einzelhandel gibt. Sie greifen Alltagspraktiken auf, die sowohl nachhaltig als auch praktikabel für die Nutzer*innen sind.

Die Nachfrage nach umweltfreundlichen Produkten und Dienstleistungen wächst³. Projekte, die auf Nachhaltigkeit setzen, können nicht nur wirtschaftlich erfolgreich sein, sondern auch das Gemeinschaftsgefühl stärken und das Bewusstsein für nachhaltigen Konsum fördern⁴.

Chancen für die Entwicklung nachhaltiger Konsumkonzepte in Innenstädten

- **Transformation der Nutzungskonzepte:** Die aktuelle Situation in den Innenstädten bietet die Chance einer Neuausrichtung – weg von der reinen Handelsorientierung hin zu multifunktionalen Räumen, die verstärkt auf nachhaltige Konsumangebote setzen (siehe Pilot „Nachhaltig Made by Duisburg“).
- **Ressourcenschonende Stadtentwicklung:** Die Weiternutzung von Bestandsgebäuden statt Neubauten kann einen wichtigen Beitrag zum Ressourcen- und Klimaschutz leisten. Dies betrifft sowohl die energetische Sanierung als auch zirkuläres Bauen.

- **Partizipative Entwicklungsansätze:** Temporäre Pilotprojekte und Realexperimente bieten die Chance, nachhaltige Nutzungskonzepte zu testen und die Stadtgesellschaft aktiv in den Transformationsprozess einzubinden.

Co-Design als Chance Innenstädte neu zu denken

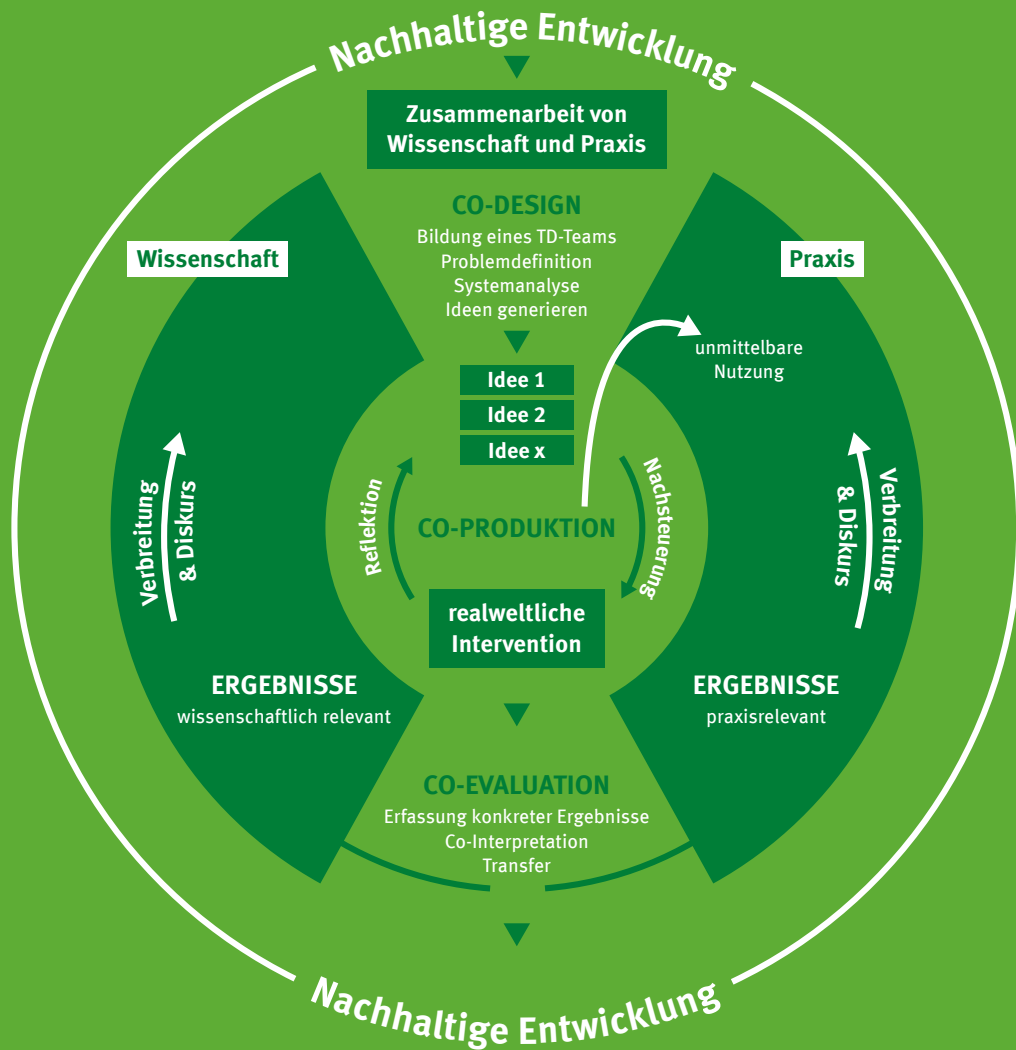
Kooperation zwischen unterschiedlichen Akteursgruppen bleibt entscheidend für die Gestaltung sinnvoller und effektiver Zwischennutzungsprojekte. Co-Design ist ein solcher, kooperativer und kreativer Gestaltungsprozess, bei dem verschiedene Beteiligte – z. B. Bürger*innen, Unternehmen, Wissenschaftler*innen und Verwaltungen – gemeinsam nachhaltige Lösungen für lokale Herausforderungen entwickeln. Die Zusammenarbeit erfolgt dabei auf Augenhöhe. Das bedeutet, alle Beteiligten bringen ihr Wissen und ihre Perspektiven ein und kommen zu einem gemeinsamen Problemverständnis. Dabei geht es nicht nur um das Sammeln von Wissen, sondern im weiteren Schritt auch um aktives Mitgestalten und Experimentieren.

Co-Design ist ein zentraler Bestandteil sogenannter Reallabore (Wanner & Stelzer 2019), die neben der Co-Design-Phase auch die Phase der Co-Produktion und der Co-Evaluation (siehe Abschnitt Wirkungsmessung) umfassen. Co-Produktion meint die Phase des Experimentierens mit und Testen von Maßnahmen. Ideen werden direkt in der Praxis erprobt, angepasst und weiterentwickelt. Co-Evaluation bedeutet eine gemeinsame Sichtung und Reflexion der Ergebnisse, um auch zum Abschluss solcher Projekte alle Perspektiven einzubeziehen und zu einer Gesamtsicht des Erreichten und dessen Wirkungen zu gelangen.

3 siehe z.B. [Marktdaten “grüne” Produkte](#), Umweltbundesamt 2019

4 Bullinger, D. (2022). Handel und Stadt – nach Corona anders als vorher? [Pdf]. In A. Appel (Ed.) & S. Hardaker (Ed.) (Hrsg.), Innenstädte, Einzelhandel und Corona in Deutschland (S. 223–238). Würzburg University Press. opus.bibliothek.uni-wuerzburg.de/24885

Die drei Phasen der Reallabore⁵



⁵ Wanner, M.; Hilger, A.; Westerkowski, J.; Rose, M.; Stelzer, F.; Schöpke, N. (2018): Towards a Cyclical Concept of Real-World Laboratories, In: DisP – the Planning Review, 54(2), S. 94-114. doi.org/10.1080/02513625.2018.1487651

Wichtige Merkmale von Reallaboren sind:



Zusammenarbeit auf Augenhöhe:

Alle Beteiligten bringen ihr Wissen und ihre Perspektiven ein.



Flexibilität und Offenheit:

Der Prozess ist ergebnisoffen und nicht-linear, sondern entwickelt sich dynamisch.



Experimentieren und Testen:

Ideen werden direkt in der Praxis erprobt, angepasst und weiterentwickelt.



Fokus auf die Bedürfnisse der Nutzer*innen:

Die Lösungen sollen alltagstauglich und inklusiv sein.

Reallabore schaffen somit die Gelegenheit, Innenstädte neu zu denken und gemeinsam mit Bürger*innen, Unternehmen und Verwaltung innovative und sozial robuste Lösungen zu entwickeln. Durch offene Experimente im urbanen Raum können nachhaltige Konzepte erprobt, kreative Freiräume geschaffen und die Bedürfnisse verschiedener Akteursgruppen direkt integriert werden. Ob temporäre Begegnungszonen,

Pop-up-Stores oder neue Mobilitätskonzepte – das gemeinsame Gestalten ermöglicht es, Städte lebenswerter und anpassungsfähiger zu machen. Entscheidend ist dabei, dass Dialoge mit unterschiedlichen Menschen und ihren verschiedenen Perspektiven geführt werden, um urbane Räume nicht nur funktional, sondern auch sozial und kulturell zu stärken.



Aus der Praxis - Co-Design im Pilotprojekt TauschRausch Schwentimental

Zu **Beginn** des Pilotprojektes wurde ein arbeitsfähiges Team gebildet, das aus zwei Mitarbeiterinnen der Stadtverwaltung der Stadt Schwentimental, einem studentischen Projektmitarbeiter der Verwaltung für die Koordination vor Ort und einem 15-köpfigen Ladenteam aus freiwilligen Ehrenamtlichen bestand.

Ein wichtiger Bestandteil des Projekts vor Aufnahme der Arbeit im Ladenlokal war ein mit vielen verschiedenen interessierten Akteursgruppen durchgeführter **Konzeptionsworkshop**, zur Herstellung von Perspektivenvielfalt und Integration von Erfahrungswissen und Bedarfen- als zentraler Aspekt des Co-Designs.

Weiterhin zeichnete sich die Zusammenarbeit dadurch aus, dass eine **regelmäßige Reflektion** im Team stattfand und die Zusammenarbeit auf Augenhöhe und mit hoher Offenheit erfolgte. Das führte zu einer aktiven Mitgestaltung und Einbindung in die Gesamtidee. Fortlaufend wurden zudem verschiedenste Interessengruppen eingebunden und das Angebot und die Formate des Ladenlokals flexibel an die Bedürfnisse und die Nachfrage angepasst.



„Wir haben erkannt: Der Erfolg von TauschRausch Schwentimental wurzelt in der Vielfalt unserer Partner. Durch die frühe Vernetzung von Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft haben wir das Projekt auf ein starkes Fundament gestellt. Mit der wertvollen Unterstützung der Stadtvertretung, lokaler Vereine, Institutionen und Unternehmen übertrafen wir unsere Erwartungen an das Pilotprojekt. Gemeinsam entwickelten wir ein lebendiges Konzept und meisterten Herausforderungen durch kontinuierlichen Austausch. Diese Allianz aus Ehrenamt, Verwaltung und Gewerbe beweist: Nur zusammen schaffen wir nachhaltige Veränderung.“

Kim-Kathrin Jebe, Fachkraft für Klimaschutz, Energie und Mobilität — TauschRausch

Pilotprojekte in drei deutschen Stadtzentren



3



Das Zukunftshaus Würzburg

Ausgangslage



Das Zukunftshaus ist ein Ladengeschäft, das **vier Bereiche des nachhaltigen Konsums** unter einem Dach in der Würzburger Innenstadt (1B-Lage) vereint. Die vier Bereiche, die im Zukunftshaus angeboten werden, sind das **Kaufen** von nachhaltig produzierten Produkten, das **Mieten** von (selten gebrauchten) Alltagsgegenständen, das **Reparieren** (lassen) von kleinen Elektrogeräten sowie das geldfreie **Tauschen** von Bekleidung und Gegenständen des Alltags. Das Zukunftshaus wurde 2022 eröffnet und wird von der Zukunftshaus eG (eingetragene Genossenschaft) betrieben.



Pilotidee



Der Pilot vom Zukunftshaus Würzburg besteht aus drei verschiedenen Komponenten, die innerhalb von einem Jahr umgesetzt wurden:

1. Der **Abhol- und Lieferservice für Reparaturgeräte und Mietartikel**: Die Kundschaft des Zukunftshaus konnte sich reparierte Produkte nach Hause liefern lassen und verwendete Mietgegenstände von zu Hause abholen lassen, alles klimaneutral mit einem Fahrradkurierservice. Dieser zusätzliche Service wurde in einem Testzeitraum von sechs Monaten angeboten (Juli bis Dezember 2024)⁶.
2. Das Zukunftshaus hat ein Handbuch „How to... Zukunftshaus?“ verfasst, eine Anleitung über den Aufbau des Zukunftshauses und die Funktion der einzelnen Bereiche. Interessierte Projektinitiativen können so mehr über die Hintergründe erfahren. Das Ziel hierbei ist, dass weitere Zukunftshäuser in Deutschland entstehen.
3. Es wurde ein virtueller Ladenrundgang erstellt und auf der Homepage zugänglich gemacht. Der 360° Rundgang beinhaltet Erklärvideos zu den einzelnen Bereichen des Zukunftshauses
4. (Mieten, Tauschen, Reparieren). Dank dieser Online-Vorabinformation wird die Kundschaft ermutigt, das Ladengeschäft zu besuchen und das vielfältige Angebot zu nutzen.



⁶ Dieser Teil des Piloten gehört zum Projekt „NiCE – From niche to centre“, welches vom UBA umgesetzt wird. Das NiCE Projekt wird gefördert vom Interreg Central Europe Programme mit Co-Finanzierung des European Regional Development Fund (ERDF). Weitere Informationen zum Projekt unter: www.interreg-central.eu/projects/nice

Wirkungspotential



Das Konzept des Zukunftshauses mit seinen vier Säulen des nachhaltigen Konsums ist bislang einzigartig. Mit dem Handbuch und dem virtuellen Ladenrundgang inspiriert es andere zur Nachahmung von ähnlich vielfältigen Konsumangeboten in der Innenstadt. Der **Abhol- und Lieferservice für Reparaturgeräte und Mietartikel** wurde in den sechs Monaten auf unterschiedliche Art und Weise beworben, traf aber letztendlich nicht auf das erhoffte Interesse der Kundschaft.

Der Service wurde aus mehreren Gründen nicht hinreichend genutzt:

- ▶ **Geringer Bedarf:** Durch die zentrale Lage des Zukunftshauses in der Innenstadt reduzierte sich der grundsätzliche Bedarf an Liefer- und Abholleistungen erheblich (Kundschaft häufiger in der Innenstadt).
- ▶ **Fehlender direkter Kontakt zur Kundschaft:** Der überwiegend online stattfindende Buchungsprozess (bei Mietkundschaft) minimierte die direkte Kundenansprache. Die Kundschaft für Reparaturartikel konnte persönlich angesprochen werden, und es bestand häufig kein Bedarf am Lieferservice bei dieser Kundengruppe. Falls Bedarf bestand, war der Preis das ausschlaggebende Ausschlusskriterium.
- ▶ **Logistische Hürden:** Eine Lieferung oder Abholung durch den Fahrradkurier „Radius“ konnte nur für den nächsten Tag angeboten werden. Dieser erforderliche „Puffertag“ machte den Service für Sponsanmieter unzugänglich.
- ▶ **Die Preisgestaltung:** Mit 10-33 Euro lag der Preis für Lieferung bzw. Abholung deutlich über der ermittelten **Zahlungsbereitschaft** der Kundschaft von etwa 5 Euro (ermittelt durch Vorab-Umfrage). Auch die Aktion „Lieferung / Abholung zum halben Preis“ zur Pilot-Halbzeit führte nicht dazu, dass der Service häufiger genutzt wurde.
- ▶ **Der komplexe Buchungsvorgang:** Im Vergleich zu Käufen in Online-shops war das Buchen einer Abholung für Mietartikel eher komplex. Für die Buchung „Abholung eines Mietartikels“ gab es keine einfache „Ein-Klick-Lösung“. Stattdessen waren zusätzliche Schritte notwendig, um den Service zu buchen: ein Anruf im Zukunftshaus, eine E-Mail oder die Nutzung des Kommentarfeld bei der Buchung. Durch diese zusätzliche Hürde litt die Attraktivität des Service zusätzlich.

Das Zukunftshaus ist allerdings dank der zentralen Lage in der Innenstadt auch ein Ort der Begegnung. Es gewann im Mai 2024 den Wettbewerb „**Gutes Beispiel 2024**“⁷, der vom Radiosender Bayern 2 ausgerichtet wurde. Zudem gab es eine **Berichterstattung in der ARD-Abendschau**⁸.

Weitere Informationen

„How to Zukunftshaus?“: www.zukunftshaus-wuerzburg.de

360° Rundgang durch das Zukunftshaus Würzburg: www.zukunftshaus-wuerzburg.de



⁷ www.br.de/nachrichten/bayern/gutes-beispiel-2024-zukunftshaus-gewinnt-bayern-2-wettbewerb.TLRtix5

⁸ Der Beitrag in der ARD-Abendschau ist online abrufbar unter: www.ardmediathek.de/video/abendschau/zukunftshaus-ist-das-gute-beispiel/br-fernsehen/Y3lpZDovL2lyLmRlL2lyb-2FkY2FzdFNjaGVkdWxlu2xvdC80MTA2MzU-zNDM4MTNFRjllwMiNXtZAxNjQ5N0FwL3NlY3Rpb24vZjQ0NjVhMDctNGM5ZC00M2Y1WllyOWUjNzc4ZWlyMDc2NTYz

TauschRausch Schwentinental

Ausgangslage



Die Stadt Schwentinental ist im Jahre 2008 aus der Fusion der zwei ehemaligen Gemeinden Raisdorf und Klausdorf entstanden. Aufgrund der überregionalen Verkehrslinien, die das Stadtgebiet durchziehen, wurde die Stadt aufgespalten und die ehemaligen Einkaufsstrassen in den beiden Stadtkernen mitsamt ihrer traditionellen Dorfmitte von den neu entstandenen Gewerbegebieten in den Wohn- und Siedlungsbereich verdrängt. Diese traditionellen Ladenzeilen sind noch immer sichtbare und, aufgrund der kurzen Wege und lokalen Verbundenheit, regelmäßig frequentierte Einkaufsorte für die Bürger*innen vor Ort. Dabei bieten die zumeist kleineren, inhabergeführten Läden ein hohes Identifikationspotenzial und diverse Möglichkeiten für eine flexible (Misch-)Nutzung, die als eine Art Ersatz für die im Stadtgebiet bislang nur wenigen Anlaufstellen und Möglichkeiten für soziale Interaktion fungieren können. In einem solchen bis dato leerstehenden Ladenlokal fand das Pilotprojekt „TauschRausch“ statt.



Pilotidee



„TauschRausch“ Schwentinental war eine Kleidertauschbörse im Format eines Pop-Up-Stores mit Vorträgen und Workshops zum Thema Klima, Nachhaltigkeit und Ressourcen und fand zwischen Februar und Oktober 2024 statt. Eine Kleidertauschbörse bietet die Möglichkeit, kostenlos eigene Kleidungsstücke gegen andere gebrauchte Kleidungsstücke zu tauschen. Ziel von TauschRausch war es, den Tauschladen als Anlaufstelle für nachhaltiges (Konsum-)Bewusstsein und soziale Begegnung in der Stadt zu erproben und daraus Impulse für den weiteren Stadtentwicklungsprozess in Schwentinental zu gewinnen.

Das Projekt wurde federführend von der Fachkraft für Klimaschutz, Energie und Mobilität der Stadt Schwentinental in Zusammenarbeit mit dem Ehrenamtsbüro der Stadt Schwentinental geleitet und in Kooperation mit dem DRK Raisdorf, der Förder-vhs und der BUND Umwelt- und Abfallberatung Schwentinental durchgeführt. Der 360° Rundgang beinhaltet Erklärvideos zu den einzelnen Bereichen des Zukunftshauses

Weitere Informationen

www.schwentinental.de/detail/kleidertauschboerse-schwentinental-tauschen-teilen-fuer-mehr-nachhaltigkeit

Wirkungspotential



Die Kleiderbörse hat dabei geholfen, die Bürger*innen für das Tauschprinzip und ein nachhaltiges Ressourcenverständnis zu begeistern. Es ist ein Ort der Gemeinschaft entstanden, der ein generationen- und kulturübergreifendes Miteinander ermöglichte und Aufenthaltsqualität bot. Dieser beginnende Bewusstseinswandel für Nachhaltigkeit wirkt als Impuls für die konkrete Revitalisierung von leerstehenden Ladenflächen in den Stadtteilkernen weiter, um hier Orte nachhaltigen Konsums entstehen zu lassen.

Nachhaltig Made by Duisburg

Ausgangslage



Duisburg ist eine Stadt im Ruhrgebiet, die im letzten Jahrhundert einschneidende Erfahrungen mit dem Strukturwandel gemacht hat und in der heute noch die Spuren dieser ökonomischen Einschnitte sichtbar sind. Duisburgs Bevölkerung hat eine vergleichsweise geringe Kaufkraft und erlebt bereits heute ein deutlich sichtbares Leerstandsproblem in der Innenstadt. Besonders eindrücklich wird dies beim Besuch von zentral gelegenen Einkaufszentren wie der Königsgallerie oder dem Averdunk Centrum, in denen die Mehrheit der Ladengeschäfte leer stehen. Die Kommune und die Duisburg Business & Innovation GmbH (DBI, kommunale Wirtschaftsförderung) arbeiten unermüdlich für eine qualitativ hochwertige Wiederbelebung der zentralen Handelslagen. Gleichzeitig sehen sie sich einer fragmentierten, teils anonymen Gruppe an Immobilienbesitzenden und ungünstigen schwierigen Standortfaktoren für Handeltreibende gegenüber.



Pilotidee



Mit einem Pop-up Store, in dem ausschließlich nachhaltige Produkte “made by Duisburg” verkauft werden, wurde einer leerstehenden Ladenfläche in der Kuhstraße neues Leben eingehaucht und ein nachhaltiges Konsumangebot in der zentralen Einkaufsstraße geschaffen. Die Gewerbefläche wird multifunktional genutzt: Sie ist Büro des HUBs Citymanagement & Quartiersentwicklung der DBI und Ort für kleinere Veranstaltungen sowie Beratungen. Nicht zuletzt können Kleinstunternehmer*innen, die bisher keine eigene Ladenfläche hatten, hier nachhaltige Produkte anbieten. Durch die multifunktionale Nutzung wurden viele Fragen zur Finanzierung und zur Betreuung der Ladenfläche effizient gelöst.

Wirkungspotential



“Nachhaltig made by Duisburg” hat bisher – jenseits des im Rahmen der Pilotierung entstandenen, multifunktional genutzten Ladengeschäfts – keine weitere, beobachtbare Auswirkung auf die Leerstandsentwicklung in der Innenstadt. Der Pilot ist zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Handlungsleitfadens aufgrund von Verzögerungen bei der Umsetzung noch nicht abgeschlossen: Gleich zu Beginn des Piloten ist der Immobilienbesitzer abgesprungen, mit dem zuvor gute Konditionen für die Nutzung einer großen Ladenfläche im Erdgeschoss eines Einkaufszentrums ausgehandelt worden waren. Der Beharrlichkeit und konzeptionellen Flexibilität der Mitarbeitenden der DBI ist es zu verdanken, dass im Rahmen der Pilotierung dennoch eine angepasste Umsetzung des Pop-up-Stores möglich war. Dieses Beispiel illustriert, wie wichtig die Beharrlichkeit und konzeptionelle Flexibilität von Initiativen bei der Umsetzung von Pilotprojekten ist. Denn das Ladenkonzept wird gut angenommen und die DBI verzeichnet sowohl zufriedene Kund*innen, die sich über lokale und nachhaltige Produkte in der Innenstadt freuen, als auch zufriedene Kleinstproduzierende, die ansonsten ausschließlich auf den Online-Handel angewiesen wären. Nicht zuletzt entfaltet “Nachhaltig made by Duisburg” wichtige Wirkungen in die kommunale Wirtschaftsförderung als Institution, in der Nachhaltigkeit zuvor vor allem als Frage der Industrietransformation diskutiert wurde. Mittel- und langfristige Wirkungen der Pilotierung auf die Nutzung von Gewerbeflächen und damit auf die Leerstandsproblematik in der Innenstadt sind damit nicht ausgeschlossen, sondern liegen im Bereich des Möglichen.

4

Faktoren für eine erfolgreiche Umsetzung von Innenstadt- Projekten zu nachhaltigem Konsum



Faktoren für eine erfolgreiche Umsetzung von Innenstadt-Projekten zu nachhaltigem Konsum

Kultur des Experimentierens etablieren: Pilotprojekte als Zwischenetappen für die Innenstadtentwicklung nutzen

Pop-up

Die Attraktivität von Innenstädten und Einkaufsstraßen zu erhöhen ist ein großes Vorhaben, insbesondere in den Städten, die heute schon Verödungstendenzen erleben. Viele Städte haben umfassende Konzepte, mit denen sie durch bauliche Eingriffe und langfristige Maßnahmen große Wirkungen erzielen wollen. Zwischennutzungen – gemeint sind konkret befristete Nutzungen von leerstehenden Gewerbeflächen zu vergünstigten Konditionen – können hier vor allem Inkubator- und Überbrückungsfunktionen haben: Bürger*innen, Händler*innen und Produzent*innen können auf kleineren oder größeren Flächen bereits heute Innenstadterlebnisse der Zukunft erfahren und ausprobieren. Sie können in Pop-up oder Concept Stores nachhaltige Produkte entdecken oder Orte mit weniger oder komplett ohne Konsumzwang (z. B. Gemeinschaftszentren, soziokulturelle Zentren, Stadtteilwohnzimmer, Pausenräume, etc.) besuchen. Klug eingesetzt, können Zwischennutzungen durch eine kreative und gemeinwohl- sowie gemeinschaftsorientierte Wiederbelebung von Leerständen eine Art Stopfen für die gefürchtete Verödung von Einkaufsstraßen und Innenstädten sein.

Offene Räume

Ein zentrales Konzept für Orte außerhalb von Konsum und Kommerz ist das der „Dritten Orte“ unter anderem begrifflich auch mit **„Orte der Gemeinschaft“** oder **„Orte der Begegnung“** gefasst. Projekte, die die Entstehung von Dritten Orten in den Vordergrund stellen, legen ihren Fokus auf die Stärkung der Selbstwirksamkeit und des Gemeinsinns der Bürger*innen. Oftmals sind sie in lokalen, identitätsstiftenden, aber leerstehenden, Orten (z. B. Stadtbibliothek, alte Schuhfabrik, ehemalige Dorfschulen oder Filmtheater o. ä.) zu finden. Als einladende Treffpunkte für die lokale Gemeinschaft werden sie geschätzt als **urbane Wohnzimmer**, als Freiraum für Engagement, als Anlaufstellen für lokale Initiativen, denen sie Bühnen und Plattformen bieten für Projekte, Kreativität und Austausch.

Zurückzuführen im engeren Sinne ist der Dritte Ort auf den amerikanischen Stadtsoziologe Ray Oldenburg mit seinem Buch „The Great Good Place“ (1989). Dabei unterschied er zwischen dem Zuhause als dem Ersten und dem Arbeitsort als dem Zweiten Ort und für ihn waren davon abgeleitet Cafés, Restaurants, Buchläden, Friseursalons und andere Treffpunkte zentral für die Gemeinschaft einer Stadt.

Heute wird der Begriff in der Wissenschaft und Praxis **weiter gefasst** mit einem geteilten Verständnis davon, dass Dritte Orte Häuser, Räume, Institutionen oder Plätze sein können, die es Besucherinnen und Besuchern jeden Alters und kulturellen Hintergrunds ermöglichen, sich dort zwanglos zu begegnen und auszutauschen, ohne festes Programm und Konsumzwang. Ein wichtiges Merkmal von Dritten Orten ist es auch, dass sie gut erreichbar sind. Oftmals entstehen Dritte Orte eher bottom-up, anlässlich einer spezifischen Situation vor Ort, orientiert an lokalen Bedarfen und Ressourcen und/oder durch engagierte Personen bzw. Einrichtungen.

Die Relevanz für die Innenstadtbelebung zeigt sich auch in den bestehenden und neu entstehenden Förderlinien, die die Entwicklung von Dritten Orten unterstützen sollen, siehe z.B. die Förderlinie des Ministeriums für Kultur und Wissenschaft in Nordrhein-Westfalen, welches bereits das zweite Mal Dritte Orte fördert⁹.

⁹ Siehe: www.mkw.nrw/themen/kultur/kunst-und-kulturforderung/dritte-orte



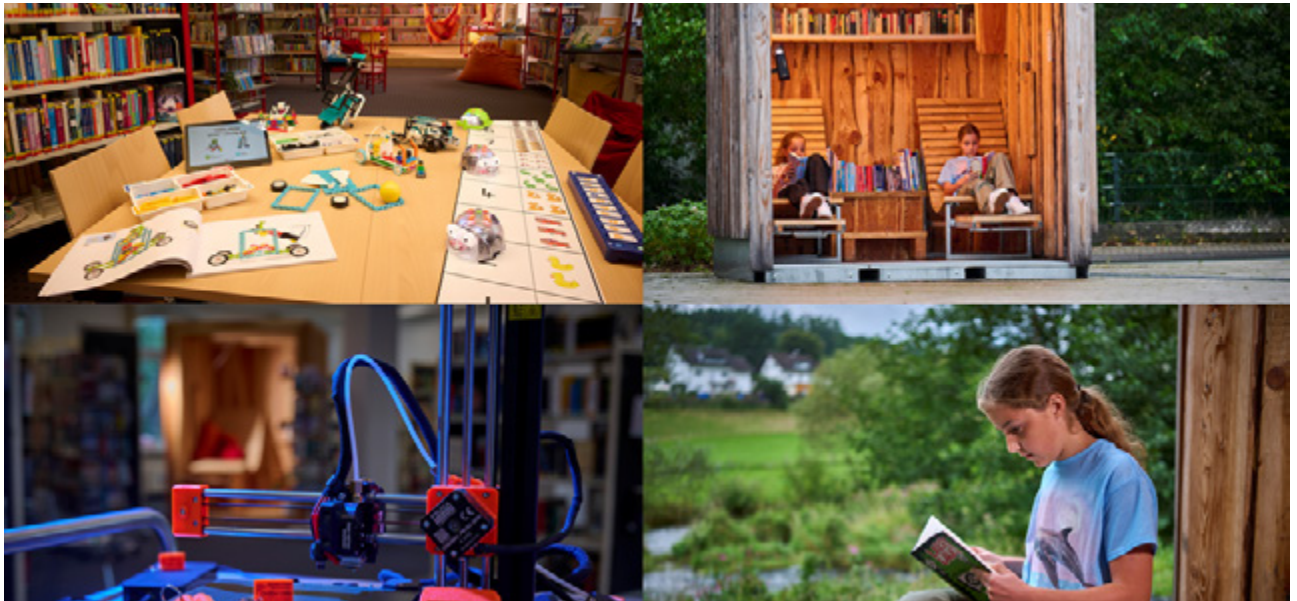
Aus der Praxis – Bücherei der Zukunft in Bad Berleburg

In Bad Berleburg wurde im Rahmen eines Beteiligungsprozesses ein Konzept für eine multifunktional nutzbare Stadtbücherei entwickelt: Es gibt digitale Kanäle wie die Onleihe aber auch eine interaktive Leser-Plattform. Neben einem zentralen Gebäude in der Innenstadt gibt es dezentrale Bücherschränke, Lesekörbe und Bücher-Boten. Die Bücherei selbst versteht sich als Treffpunkt für alle, generationsübergreifend mit analogen und digitalen Angeboten und auch für Veranstaltungen. Der Dritte Ort basiert auf einem Netzwerk aus Ehrenamtlichen, Schulen, KiTas, Vereinen, Institutionen und Unternehmen und entwickelt nach Bedarf neue Angebote. Es wurde eine Wohlfühlatmosphäre aufgebaut, die zum Verweilen und „einfach Da sein“ ohne Konsumzwang einlädt.

Um dies möglich zu machen, bedarf es experimenteller Ansätze in der Praxis. Abgesehen von finanziellen und rechtlichen Rahmenbedingungen brauchen wir als Gesellschaft mehr Mut zum Ausprobieren und damit auch unweigerlich den Mut, sich hartnäckig und optimistisch einer Vielzahl von größeren und kleineren Herausforderungen entgegenzustellen. Es bedarf einer **Kultur des Experimentierens** auf unterschiedlichen Ebenen und bei allen Beteiligten¹⁰, die nicht zuletzt auch in den Kommunalverwaltungen anerkannt und unterstützt werden muss (siehe dazu Kapitel „Effektive Beteiligung und Kommunikation“). Eine Kultur des Experimentierens erfordert

allerdings nicht nur Mut. Erfahrungsgemäß machen Zwischennutzungen, Realexperimente, Pilotierungen Mut für anstehende Veränderungen. Diese Formate entfalten ihr Potential für die notwendige Nachhaltigkeitstransformation besonders dann, wenn sie Menschen vernetzen, deren Interessen berücksichtigen und partizipativ gestaltet werden (siehe auch Kapitel „Co-Design als Chance Innenstädte neu zu denken“). Auf diese Weise werden Lernumgebungen geschaffen, in denen alle Beteiligte Veränderungsprozesse aktiv mitgestalten, Selbstwirksamkeit erleben und nachhaltige Praktiken entwickeln können.

¹⁰ www.reallabor-netzwerk.de/downloads/gaia_4-2023_stellungnahme-reallabore-ges.pdf und zu www.bundestag.de/resource/blob/937516/c25c2242080e70b431da58d349a03df8/A-Drs_20-18-103a-data.pdf



Bleibende Herausforderung: Zugang zu Leerständen erhalten

Unsere **drei Praxisprojekte** fanden nicht im Straßenraum oder auf öffentlichen Plätzen in der Innenstadt statt, sondern fokussierten die Bewirtschaftung von (teils leerstehenden) Gewerbeflächen in zentralen Einkaufsstraßen und Innenstädten. Wir untersuchten, ob nachhaltige Konsumangebote eine Antwort auf die Verödungstendenzen vieler Innenstädte und Einkaufsstraßen sein können. Hierzu hatten wir zu einem Ideenwettbewerb aufgerufen, bei dem sich lokale Initiativen bewerben konnten (siehe Kapitel zu Pilotprojekten). Den Zugang zu einer leerstehenden Gewerbefläche sollten die Bewerber*innen bereits mit der Bewerbung plausibel beschreiben. Daher haben wir eine der größeren Herausforderungen (Zugang zu Räumen) für die Ansiedlung nachhaltiger Konsumangebote in Innenstädten beziehungsweise zentralen Einkaufsstraßen nicht in den Fokus der Pilotierungen genommen.

Wie herausfordernd und relevant dieses Thema dennoch ist, zeigte sich in einem der drei Pilotprojekte deutlich: Die informelle Zusage einer geeigneten, leerstehenden Gewerbefläche wurde mit wesentlich weniger Verbindlichkeit durch den Besitzer verbunden, als alle Projektbeteiligten erwartet hatten. Der Kontakt wurde mit Beginn des Pilotprojekts so unzuverlässig, dass sich die Initiative nach einigen Monaten gezwungen sah, sich nach einer anderen Immobilie umzuschauen. In diesem Prozess wurde sehr deutlich, dass es selbst in Kommunen mit einer großen Leerstandsproblematik in zentralen Einkaufsstraßen nicht einfach ist, diese Leerstände zu erschwinglichen Konditionen für eine Zwischennutzung anzumieten. Denn die Innenstädte gehören nicht den Kommunen und ihre Gebäude sind vielfach auch nicht im Besitz lokal ansässiger Personen, sondern im Besitz von profitorientierten Immobilienunternehmen.

„Bei nicht-städtischen Immobilien sind wir natürlich auch abhängig davon, ob die Immobilienbesitzenden Interesse an einer Zusammenarbeit und positiven Stadtentwicklung haben.“

Gianna Reich, Projektmanagerin Citymanagement & Quartiersentwicklung – Duisburg Business & Innovation GmbH

Während wenige Städte in Deutschland sehr erfolgreich mit einem kommunalen Vorkaufsrecht im Innenstadtbereich Einfluss auf die Gebäudenutzung in Innenstädten und Einkaufsstraßen ausüben, steht dieses Instrument in den meisten Städten nicht zur Verfügung. Es gilt also mit Fingerspitzengefühl und kluger Ansprache im konstanten Kontakt zu

Immobilienbesitzenden zu stehen, um Möglichkeitsfenster für nachhaltige Konsumangebote zu finden und nutzen zu können. Eine intensive und vertrauensvolle **Kooperation zwischen lokalen Initiativen, der kommunalen Wirtschaftsförderung und der Kommunalverwaltung** ist daher Voraussetzung für eine nachhaltige Mobilisierung von

Gewerbeflächen in den Innenstädten. Unerlässlich ist es allerdings auch, die Immobilienwirtschaft für eine nachhaltige Transformation der Innenstädte zu mobilisieren.

Ist die Hürde des grundsätzlichen Zugangs zu leerstehenden Gewerbeflächen überwunden, gibt es aus unserer Sicht **zwei zentrale Instrumente** bzw. Strategien, die Initiativen in vielen Städten bei der Realisierung ihrer Idee unterstützen:

- **Anmietungsfonds** in Kommunen unterstützen neue Gewerbe mit einem hohen Anteil an den Mietkosten, indem sie typischerweise die Flächen selbst anmieten und dann zu einer reduzierten Miete an die Gewerbetreibenden weitervermieten. In NRW beispielsweise lehnen sich die Bedingungen an das Sofortprogramm Innenstadt der Landesregierung an, aus dem viele Kommunen die Finanzmittel für ihre Anmietungsfonds bezogen

haben. Sie subventionieren dann typischerweise 80 % der Kaltmiete einer Gewerbefläche unter 300 Quadratmetern für zwei Jahre, sofern die Gewerbetreibenden eine Reihe von Bedingungen erfüllen.

- Die Idee des **Space-Sharings** – die multifunktionale Nutzung von Gewerbeflächen durch unterschiedliche Initiativen – reduziert Einzelkosten und sorgt für Ressourceneffizienz, wie etwa bei Concept Stores, wo lokale Kleinstproduzent*innen gemeinsam eine Ladenfläche betreiben und sich dabei nicht nur die Kosten für Miete und Betrieb teilen, sondern auch organisatorisch gegenseitig unterstützen. Space Sharing kann aber auch als zeitlich differenzierte Mehrfachnutzung realisiert werden: Eisdiele im Sommer und Weihnachtsgebäck im Winter, Bürofläche unter der Woche bzw. tagsüber und Veranstaltungsort am Wochenende bzw. abends.

Aus der Praxis – das kommunale Vorkaufsrecht

Die Stadt Hanau, die mit dem Innenstadtprojekt [HANAUaufLADEN](#) auffällige Erfolge in der Innenstadtbelebung verzeichnet (u.a. Space Sharing), ist eine Kommune, die erfolgreich ein kommunales Vorkaufsrecht für die Innen- und Altstadt ausführen konnte¹¹. Seit 2019 geltend, wird die Vorkaufsrechtssatzung als das wichtigste Steuerungsinstrument für eine stärker am Gemeinwohl orientierte Innenstadtentwicklung verstanden. Die Kommune müsse, so wurde es uns beschrieben, dabei gar nicht zwangsläufig von ihrem Vorkaufsrecht Gebrauch machen. Vielmehr erzwingen allein die Existenz dieses Instruments einen direkten Dialog zwischen Kommune und Immobilienwirtschaft.

Effektive Partizipation und Kommunikation

Einbindung von interessierten Gruppen und Personen

Projekte zur Schaffung nachhaltiger Konsumangebote in Innenstädten können theoretisch von sehr unterschiedlichen Akteursgruppen initiiert werden. Betrachtet man die drei Pilotprojekte im Rahmen von SONa, so wurde ein Projekt aus der Stadtverwaltung heraus, ein Projekt aus der kommunalen Wirtschaftsförderung und ein Projekt aus der Zivilgesellschaft

heraus initiiert. Je nachdem, von wo die Initiierung gestartet wird, gestalten sich die Beteiligungsnotwendigkeiten unterschiedlich. Vor allem für Initiativen aus der Zivilgesellschaft kann das Navigieren in der Kommunalverwaltung eine besondere Herausforderung sein. Dabei könnten kommunale Verwaltungen durch die Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen (z. B. Anmietungsfonds) die Umsetzung unterstützen (siehe Kapitel Verstetigung). Kommunen können Initiativen auch unterstützen, indem sie eine zentrale Ansprechperson innerhalb der Kommune definieren.

¹¹ Im Vorhaben „Stadtzentren als Orte für nachhaltigen Konsum“ wurden zwei Policy Paper „Dritte Orte“ und „Kommunale Instrumente: Vorkaufsrecht und Anmietungsfonds“ entwickelt. Bei Fertigstellung dieses Handlungsleitfadens befanden sich diese Dokumente noch in der Abstimmungsphase und lagen noch nicht in ihrer endgültigen Fassung vor. Alle Dokumente werden auf der Website des Umweltbundesamts verfügbar sein.

Für Initiativen aus Kommunalverwaltungen ist – nicht zuletzt bei knappen Haushalten – vor allem das politische Commitment der Stadträte und Senate und eine gute intrakommunale Zusammenarbeit wichtig, also kurze Wege innerhalb der Verwaltung. Dies kann durch amtsübergreifende Austauschrunden oder eine zentrale Platzierung der Innenstadtprojekte in der Organisationsstruktur erreicht werden.

Kommunale Wirtschaftsförderungen konzentrieren sich auftragsgemäß auf die zentrale Frage der finanziellen Tragfähigkeit bei der Bewertung von Pilotprojekten. Hier könnte es förderlich sein, mit lokalen Unternehmen zusammenzuarbeiten. Dazu gehören insbesondere die Immobilienwirtschaft, sowie der lokale Einzelhandel und dessen organisierte Vertretungen wie Verbände und Industrie- und Handelskammern.

Die Identifikation von relevanten Akteursgruppen für das jeweilige Projekt sollte von Anfang an stattfinden und die tatsächliche Einbindung dieser Gruppen sollte frühzeitig und kontinuierlich erfolgen, um sicherzustellen, dass die Projekte langfristig Unterstützung erfahren. Die Kommunikation mit relevanten Interessensgruppen und der Stadtgesellschaft ist aufwändig und erfordert ausreichende personelle Kapazitäten für Koordination und Steuerung. Ein regelmäßiger Austausch kann etwa über runde Tische oder Steuerungsgruppen organisiert werden. Hier lohnt es sich eine feste Person innerhalb des Projektes zu definieren, die für die fortlaufende Organisation der Steuerungsgruppen verantwortlich ist (siehe „Aus der Praxis – Begleitkreis Zukunftshaus Würzburg“).

Partizipation: Wann und wie?

Projekte, die Bürgerpartizipation durch Werkstätten oder Befragungen ermöglichen, erfahren oft höhere Akzeptanz, da sie die Bedürfnisse und Ansprüche der Einwohner*innen berücksichtigen und dadurch Konflikte minimieren¹². Dabei sollte zu Beginn geklärt werden, ob es um eine gemeinsame Lösungsfindung oder um konkrete Umsetzungen geht. Werden die

Bürger*innen an temporären Aktivitäten beteiligt oder geht es um eine langfristige Zusammenarbeit? Ein eindeutiges Rollenverständnis trägt zu einer realistischen Erwartungshaltung bei. Es gibt viele mögliche Formate, zum Beispiel öffentliche Informationsveranstaltungen, Workshops, Umfragen und digitale Beteiligungsplattformen, die den Interessierten und engagierten Personen ermöglichen, ihre Meinungen und Ideen einzubringen. Sinnvoll ist es dabei, bereits etablierte Organisationen zu berücksichtigen, denn unter Umständen gibt es schon Akteure in der Nachbarschaft, die auf Partizipation spezialisiert sind.

Transparenz in der Kommunikation

Eine gute Öffentlichkeitsarbeit ist entscheidend, um Vertrauen aufzubauen und die Akzeptanz der Projekte zu erhöhen sowie die Erlebbarkeit der Projekte zu gewährleisten und die Veränderungen im Stadtraum sichtbar und erfahrbar zu machen. Um Transparenz zu gewährleisten, sollten relevante Informationen **zielgruppenspezifisch, verständlich und zeitnah** bereitgestellt werden.



¹² BBSR – Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) (Hrsg.), 2024. Multi-funktionale Innenstadtentwicklung und Partizipationskultur. BBSR-Online-Publikation 102/2024, Bonn.

Die Kommunikation kann dabei über verschiedene **Kanäle und Medien** erfolgen:

- ▶ Websites
- ▶ soziale Medien
- ▶ Newsletter
- ▶ öffentliche Veranstaltungen

Ein offener Dialog fördert nicht nur das Verständnis, sondern ermöglicht auch die Anpassung von Projekten an sich ändernde Bedingungen und Bedürfnisse. Eine effektive Kommunikation, die auch über die Stadtgrenzen hinausgeht, kann zudem als Standortfaktor wirken und das Ansehen der Stadt steigern.

Nicht zu unterschätzen sind dabei auch die **Mund-zu-Mund-Propaganda** und persönliche Empfehlungen sowie die Kommunikation über bekannte und niedrigschwellige Kanäle wie das **Stadtmagazin**. Wegweiser und Aufsteller für Spontanbesucher*innen können ebenfalls sehr hilfreich sein.

Aus der Praxis – Begleitkreis Zukunftshaus Würzburg

Der im Rahmen des Lieferservice-Piloten in Würzburg eingerichtete Begleitkreis¹³ bestand aus 10 Personen aus unterschiedlichen Akteursgruppen: der Zukunftshaus Genossenschaft, der Fahrradkurierdienst Radius, die Stadt Würzburg, das Nachhaltigkeitslabor (WueLAB) der Uni Würzburg, die Umweltstation Würzburg, das Zukunftswerk e. V., der memo Stiftung und das Umweltbundesamt. Damit waren verschiedene zentrale Interessengruppen vertreten. Das Ziel war es, den Piloten in ein größeres Netzwerk zu integrieren, die Verbreitung des Projekts voranzutreiben und die Vernetzung der Mitglieder des Begleitkreises zu stärken. Der Begleitkreis unterstützte die Umsetzung des Piloten und bot ein Forum zur **Beratung bei Herausforderungen** und überlegte unter anderem, wie es gelingen könnte, noch mehr Kundschaft für den Liefer- und Abholservice zu gewinnen. Auch ein lokales Abschlussevent wurde mit großem Engagement vom Begleitkreis organisiert. Die regelmäßigen Treffen (alle 2 Monate in Würzburg für zwei Stunden, hybrid oder vor Ort) schafften einen gelungenen Rahmen, in dem die verschiedenen Interessensgruppen zusammenkamen, Erfahrungen austauschten und die Pilotierung verbesserten.

Stabile Strukturen: Von der Umsetzung zur festen Institution

Die Revitalisierung von Innenstädten durch nachhaltige Konsumangebote ist ein vielversprechender Ansatz für eine zukunftsfähige Stadtentwicklung. Doch wie können solche Initiativen dauerhaft erfolgreich sein?

Nachhaltige Konsumoptionen in Innenstädten gedeihen langfristig durch die **sympiotische Zusammenarbeit** von Initiative und Kommunalverwaltung. Ihr **dauerhafter Erfolg** wird durch ein ausgewogenes Zusammenspiel aus **wirtschaftlicher Rentabilität, gesellschaftlicher Verankerung und innovativem Potenzial** gesichert.

13 Dieser Teil des Piloten gehört zum Projekt „NiCE – From niche to centre“, welches vom UBA umgesetzt wird. Das NiCE Projekt wird gefördert vom Interreg Central Europe Programme mit Co-Finanzierung des European Regional Development Fund (ERDF). Weitere Informationen zum Projekt unter: www.interreg-central.eu/projects/nice



Finanzielle Stabilität: Diversifizierte Einnahmen und kommunale Fördermodelle

Nachhaltige Konsumangebote benötigen eine solide finanzielle Basis. Dies erfordert diversifizierte Einnahmequellen und gezielte kommunale Unterstützung. Städte können durch Förderprogramme, Mikrokredite oder vergünstigte Räumlichkeiten unterstützen. Auch alternative Finanzierungsmöglichkeiten wie Crowdfunding sind für eine Anschubfinanzierung gut geeignet. Im Idealfall setzen Initiativen auf verschiedene Einnahmequellen wie Mitgliedsbeiträge, Dienstleistungsgebühren, Unternehmenskooperationen oder auch Spenden. Diese Mischung schafft eine robuste Grundlage für nachhaltiges Wachstum.



Gemeinschaftliche Verankerung und Netzworkebildung: Synergie zwischen "Initiative" und städtischen Strukturen

Ein Schlüssel zum Erfolg hängt von der Verankerung in der lokalen Gemeinschaft ab. Kommunen können als Vermittler agieren, Netzwerke fördern und Austauschplattformen schaffen (z.B. Runde Tische mit den örtlichen Handels- und Gewerbevereinen, der Wirtschaftsförderung und Start-up Netzwerken). Die Integration in städtische Entwicklungskonzepte und Entscheidungsprozesse stärkt die Akzeptanz und fördert eine nachhaltige Veränderung der urbanen Konsumkultur.



Kontinuierliche Innovation und Weiterbildung: Kommunale Unterstützung für Wissenstransfer

Kommunen können Weiterbildungen anbieten und Wissenstransfer durch Workshops, Seminare und Konferenzen in städtischen Einrichtungen unterstützen. Städtische Innovationslabore oder Kooperationen mit Hochschulen oder Forschungseinrichtungen können helfen, dass Angebote am Puls der Zeit bleiben und sich an verändernde Bedürfnisse anpassen. Auch der Austausch von Best Practices und neuen Ideen aus anderen Städten kann gefördert werden.



Professionalisierung und Qualitätssicherung: Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit

Städte können die Professionalisierung des Geschäftsmodells durch Leitfäden und Beratungsangebote zu Themen wie Management, Recht oder Marketing unterstützen. Die Nutzung kommunaler Expertise hilft, Qualität und Effizienz zu steigern.



Bewusstseinsbildung und Wirkungsmessung: Basis für zielgerichtete Optimierung und Bindung der Kundschaft

Bewusstseinsbildung schafft ein tieferes Verständnis für nachhaltige Konsummuster und deren gesellschaftliche Bedeutung (z.B. Visualisierung von Wasserverbrauch und Transportweg eines Produkts und Vorschlag für nachhaltige Alternativen), während Wirkungsmessung deren Effekte transparent macht (siehe auch nächstes Kapitel: Lernende Wirkungsmessung).



Infrastrukturelle Unterstützung: Nutzung städtischer Räumlichkeiten

Kommunen können städtische Räumlichkeiten für nachhaltige Konsumangebote bereitstellen, z.B. leerstehende Gebäude für Pop-up-Stores oder Flächen für Urban Gardening. Digitale Infrastrukturen wie städtische Online-Plattformen verbessern Vernetzung und Zugänglichkeit. Durch ein kommunales Vorkaufsrecht sichern Städte gezielt leerstehende Immobilien für nachhaltige Nutzungen (siehe „Aus der Praxis - Das kommunale Vorkaufsrecht“). So beeinflussen sie frühzeitig die Gebäudenutzung und reservieren in Kooperation mit lokalen Initiativen strategische Flächen zur Innenstadtrevitalisierung.



Digitalisierung: Erweiterung der Reichweite und Zugänglichkeit

Durch die Entwicklung einer Omnichannel-Strategie¹³ können Projektinitiativen online und offline nahtlos miteinander verknüpft werden. Städtische digitale Plattformen (wie z.B. nebenan.de), mobile Apps (z.B. Too Good To Go) und Social-Media-Präsenzen ermöglichen es, ein breiteres Publikum zu erreichen und Echtzeitinformationen über verfügbare Angebote zu teilen. Online-Buchungssysteme für Sharing-Dienste, virtuelle Marktplätze für lokale, nachhaltige Produkte und digitale communities für Repair-Cafés erweitern die Nutzungsmöglichkeiten.

Lernende Wirkungsmessung

Bei der Konzeption der Wirkungsmessung von Pilotprojekten kann die **kollaborative Erstellung einer Theory of Change** einen passenden Ausgangspunkt bilden. Eine solche Theory of Change enthält neben einer gemeinsamen Vision als erwünschtes Ziel für das Pilotprojekt auch weitere Bausteine wie die eingeflossenen Ressourcen, die erbrachten Leistungen und deren Auswirkungen. Das Zusammenspiel dieser Bausteine wird mittels Pfeile miteinander verbunden und bildet insgesamt die Wirkungspfade des Projektes ab. Dabei können sowohl positive als auch negative Zusammenhänge in der Theory of Change notiert werden und auch das Festhalten von Rückkopplungen ist möglich.

Eine Theory of Change ist eine **Ausformulierung und visuelle Darstellung von miteinander verbundenen Aktivitäten**, entwickelten Produkten und erzielten und mittelfristig erwarteten Ergebnissen, die zu einer erwünschten **langfristigen Vision** hinführen.

Bei den beabsichtigten und möglichen **Wirkungen** wird zwischen drei verschiedenen Ebenen unterschieden¹⁴:

- ▶ direkte Wirkungen, die innerhalb der Dauer oder des räumlichen Kontexts des Projekts erwartet werden;
- ▶ mittelfristige Wirkungen, die nach Abschluss des Projekts erwartet werden, aber im engen, zeitlichen Zusammenhang oder räumlichen Kontext des Projektes stehen;
- ▶ langfristige Wirkungen, die außerhalb des zeitlichen und räumlichen Kontextes des Projekts möglicherweise auftreten könnten

Eine solche Unterscheidung ist wichtig, da Pilotprojekte nur bedingt Einfluss auf mittel- und langfristige Wirkungen (z. B. die Leerstandsentwicklung der Innenstadt) haben.

Natürlich ist zu bedenken, dass sich die Auswirkungen von Pilotprojekten naturgemäß nur begrenzt planen oder vorhersagen lassen. Eine kontinuierliche

¹⁴ Eine Omnichannel-Strategie bezeichnet einen integrierten Marketingansatz, bei dem alle Verkaufs- und Kommunikationskanäle (z.B. stationär, online, Soziale Medien) eines Unternehmens nahtlos miteinander verbunden werden (Gabler Wirtschaftslexikon).

¹⁵ nach Schäfer, Bergmann & Theiler, 2021

Anpassung des Vorgehens und damit auch der Theory of Change ist daher notwendig und sinnvoll.

Um die Wirkungsmessung in der Praxis anzugehen, müssen passende Kriterien und dazugehörige Messgrößen entwickelt und diese im Kernteam des Projektes miteinander abgestimmt werden. Dies könnten beispielsweise die Folgenden sein:

- ▶ für den Bereich der Prozessqualität:
 - **Teilhabe und Partizipation:** Durchführung regelmäßiger Austauschtermine im Team
- ▶ für den Bereich Projektergebnisse:
 - **Veranstaltungen:** Anzahl der organisierten Veranstaltungen und Anzahl Teilnehmende
- ▶ für den Bereich Wirkungen:

- **Aufbau von Netzwerken:** Ausbau der Zusammenarbeit mit relevanten Stakeholder*innen

- **Lernen und Aufbau von Kapazitäten:** Die Projektbeteiligten äußern, dass sie Erfahrungen gesammelt haben, die sie für ähnliche zukünftige Projekte befähigen

- **Verstetigung:** Das Pilotprojekt oder das Projekt wird fortgeführt

Die Datenerhebung zur Feststellung der Erreichung der Kriterien kann mittels **Leitfadengestützter Interviews, Durchsicht von Pressemitteilungen**, oder auch mit einer **Befragung der Kundschaft** erfolgen.

Auf Basis der Auswertungsergebnisse kann eine Aktualisierung der Wirkungspfade der Theory of Change stattfinden, um ein Gesamtbild zu erzeugen. Im Rahmen einer Co-Evaluation wird dann das Gesamtbild gemeinsam im Projektteam aus Praxis und Wissenschaft gesichtet, reflektiert und überarbeitet.

Aus der Praxis – Fazit aus der Perspektive der Stadt Schwentinental

„TauschRausch“ Schwentinental endete planmäßig am 31.10.2024, nach einem 6-monatigen Förderzeitraum durch das Projekt SONa und einer anschließenden dreimonatigen Verlängerung durch die Stadt Schwentinental. Mit Ablauf der Laufzeit endet zugleich das befristete Mietverhältnis für die Ladenfläche im Ortsteil Raisdorf.

Das Projekt wird durch die Stadt Schwentinental als erfolgreich bewertet. Dank der Unterstützung des Projektes durch die Stadtvertretung sowie durch ortsansässige Vereine, Institutionen und Unternehmen konnte das Pilotprojekt die anfänglich formulierten Erwartungen weitgehend erfüllen. Die dreimonatige Projektverlängerung untermauert eindrucksvoll die positive Zwischenbewertung: sie bestätigte sowohl die hohe Akzeptanz des Angebots bei der Zielgruppe als auch den erfolgreichen Ausbau strategischer Kooperationen.

Wenngleich es sich in der Gesamtbetrachtung um ein vergleichsweise kleines Projekt mit begrenzter Reichweite handelt, gab es doch eine regionale Kenntnisnahme über die Stadt hinaus (z.B. in Lokalzeitungen, Nachbarstädten und auf Kreisebene). Somit dürfen zwei wesentlichen Projektziele als erreicht gelten:

Der Tauschladen konnte sich über die Projektlaufzeit als eine Art Treffpunkt im Ortsteil Raisdorf etablieren und verschiedene Akteure im Stadtgebiet thematisch vernetzen.

Das Pilotprojekt hat Menschen auf vielfältige Weise miteinander ins Gespräch gebracht und als ein neuartiges Angebot in Schwentinental ein Zeichen für Nachhaltigkeit gesetzt, an das weitere Projekte zukünftig anknüpfen können.

Hilfreiche Tools und Links

Projektwebsites

Stadtzentren als Orte nachhaltigen Konsums gestalten (SONa)

<https://www.umweltbundesamt.de/themen/nachhaltigkeit-strategien-internationales/raum-siedlungsentwicklung/stadtzentren-als-orte-nachhaltigen-konsums>

Nachhaltige Lebensstile: Von der Nische in die Stadtzentren (NiCE) Projektwebsite:

<https://www.umweltbundesamt.de/themen/nachhaltigkeit-strategien-internationales/raum-siedlungsentwicklung/nachhaltige-lebensstile-von-der-nische-in-die>

Praxis-Guides und Best Practices

Leitfaden: Zusammendenken, was zusammengehört: Kommunalen Klimaschutz und nachhaltiger Konsum. Ideen für Kommunen und Landkreise

<https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/zusammendenken-was-zusammengehoert-kommunaler>

Virtuelle Ausstellung zu guten Beispielen:

<https://www.cike.sk/en/virtual-exhibition-of-good-practices/>

Leitfaden für Projektkonzeption Mercator Stiftung Schweiz

<https://www.projekte-mit-wirkung.ch/>

Gute Beispiele geförderter Projekte in der kommunalen Entwicklungspolitik

<https://skew.engagement-global.de/im-fokus-detail/gute-beispiele-gefoerderter-projekte-in-der-kommunalen-entwicklungspolitik.html>

Leitfaden: Stadtexperimente: Von der Idee bis zur Umsetzung Leitfaden des Zukunftsnetz Mobilität NRW

<https://www.zukunftsnetz-mobilitaet.nrw.de/media/2022/5/16/db49cf12f84e697f50c9232a1cbb25d1/znm-leitfaden-stadtexperimente.pdf>

Bündnis für lebendige Innenstädte

<https://lebendige-innenstaedte.de/>

Veröffentlichungen und Ratgeber

Bundesinstitut für Bau-, Stadt und Raumforschung (BBSR) (2021). Neue Leipzig-Charta. Die transformative Kraft der Städte für das Gemeinwohl.

https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/sonderveroeffentlichungen/2021/neue-leipzig-charta-pocket-dl.pdf?__blob=publicationFile&v=3

Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e.V. (vhw). (2018). Stadtmacherinnen und Stadtmacher Eine Positionsbestimmung – Stadtentwicklungs-Initiativen als stadgesellschaftliche Ressource.

https://www.vhw.de/fileadmin/user_upload/06_forschung/Stadtmacher/PDF/Stadtmacher_Positionspapier_21_Februar_2018.pdf

Veröffentlichung: Die Kultur des Experimentierens. In Reallaboren Nachhaltigkeit gemeinsam schaffen

http://www.r-n-m.net/wp-content/uploads/2017/12/die_kultur_des_experimentierens_2017_rnm.pdf

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR): Förderprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren (ZIZ)“

<https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/bbsr-online/2024/bbsr-online-126-2024.html>

<https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/bbsr-online/2024/bbsr-online-100-2024.html>

<https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/exwost/54/exwost-54-2.html>

Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen: Beirat Innenstadt und Innenstadtstrategie

<https://www.bmwbsb.bund.de/Webs/BMWBSB/DE/themen/stadt-wohnen/beirat-innenstadt/beirat-innenstadt-node.html>

Das Magazin zu den Pilotprojekten der Nationalen Stadtentwicklungspolitik

[Nationale Stadtentwicklungspolitik - stadt:pilot 22](#)

Programmstrategie: Lebendige Zentren – Erhalt und Entwicklung der Stadt- und Ortskerne

https://www.staedtebauforderung.info/SharedDocs/downloads/DE/Programme/LebendigeZentren/Programmstrategie_Lebendige_Zentren.pdf

Alternative Finanzierungsmethoden

Praxis-Guide: Crowdfunding für nachhaltige Projekte

https://www.leuphana.de/fileadmin/user_upload/fakultaet3/files/CSM/Leuphana_Praxisguide_Crowdfunding_nachhaltiger_Projekte.pdf

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR): Förderprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren (ZIZ)“

<https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/forschung/programme/ziz/zukunftsfaeheige-innenstaedte-zentren-node.html>

Adalbert Raps Stiftung: Mikrofonds zur Unterstützung von Kleinstprojekten

<https://www.raps-stiftung.de/aktuelles/mikrofonds-der-adalbert-raps-stiftung-in-bayreuth>

Wissens- und Lern-Plattformen

Plattform für soziale Innovationen & gemeinwohlorientierte Unternehmen

<https://sigu-plattform.de/>

Lernplattform für unkonventionelle Beteiligungsformate

<https://urbane-liga.de/>

Urbane Experimente als Instrument der Stadtentwicklung

<https://www.transforming-cities.de/denksalon-stadt-auf-probe/>

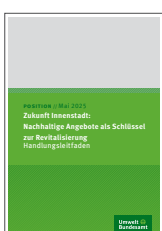
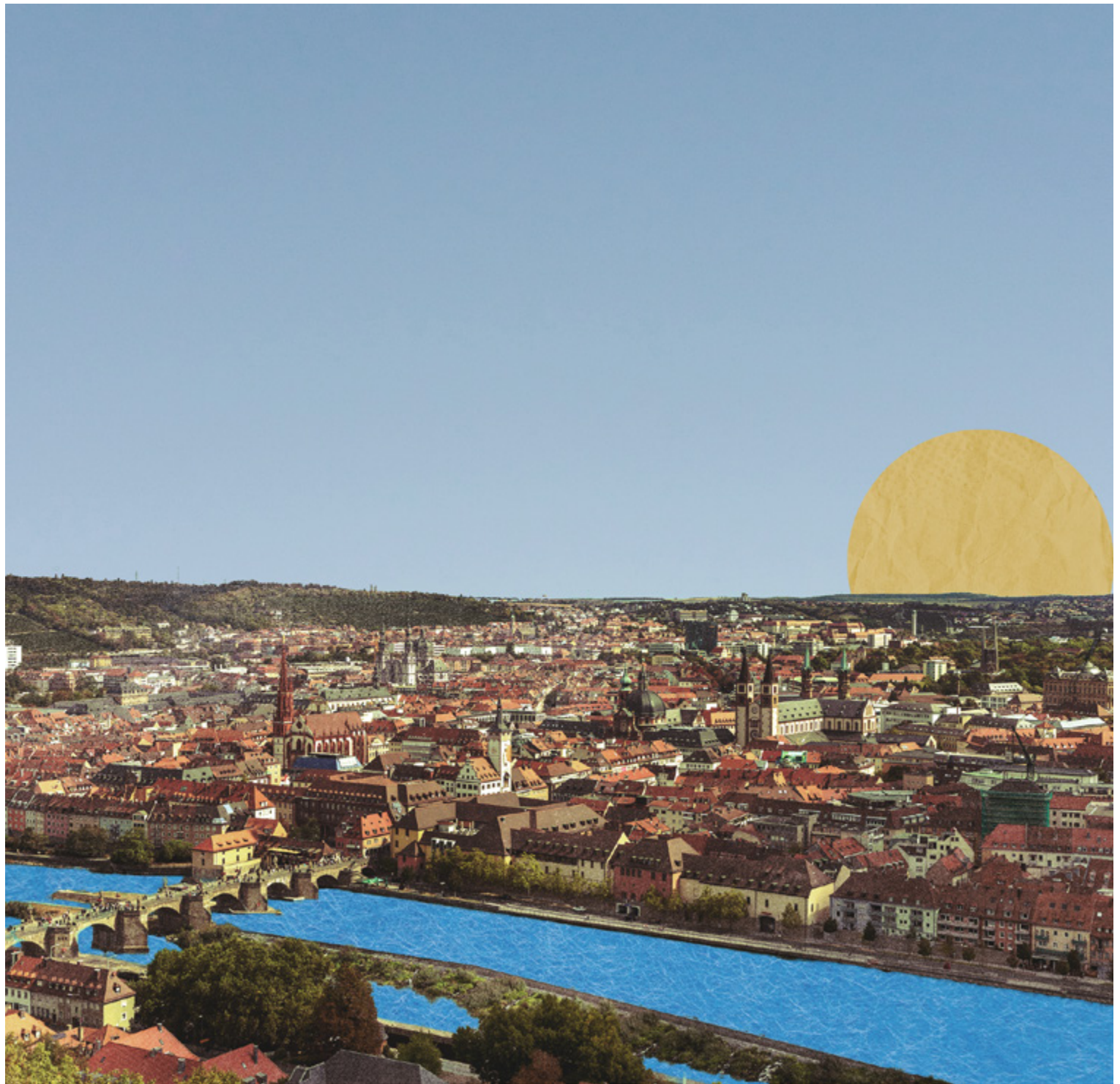
Dritte Orte / Orte der Gemeinschaft

Dritte Orte: Häuser für Kultur und Begegnung im ländlichen Raum

https://www.mkw.nrw/system/files/media/document/file/broschuere_dritte_orte_onlineversion_einzelseiten.pdf

Dritte Orte Begegnungsräume in der altersfreundlichen Stadt https://koerber-stiftung.de/site/assets/files/34668/spotlight_demografie_dritte_orte.pdf

Netzwerk Innenstadt NRW https://www.innenstadt-nrw.de/fileadmin/user_upload/Service/Veroeffentlichungen/Magazin_Innenstadt/202101_Dritte_Orte/Mag01_21_Dritte_Orte_final_web.pdf



► **Unsere Broschüren als Download**

Kurzlink: bit.ly/2dowYYI