

Warum Handel bleibt – und sich trotzdem neu erfinden muss

Nancy Wesemeier

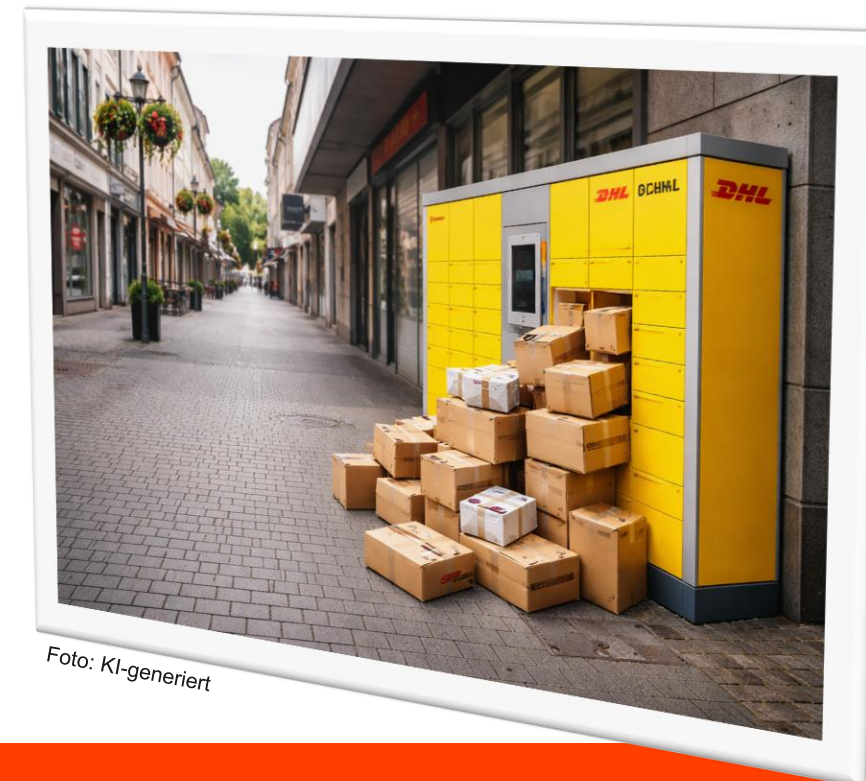
Leiterin Stadtmarketing, Tourismus, Kultur Halberstadt & Landesbeauftragte
Sachsen-Anhalt, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing

Ausgangspunkt: ein Bild der Realität

- Wandel im Einkaufsverhalten: mehr Onlineshopping, weniger Routinebesuche in der Innenstadt
- verändertes Konsumverhalten (Erlebnis statt Versorgung)
- Zunahme von Leerständen
- Handel ist wichtig – aber nicht mehr automatisch Frequenzbringer

Die Innenstadt ist kein Einkaufszentrum mehr, sondern ein Lebensraum.

Innenstädte funktionieren nicht mehr monofunktional und der Handel auch nicht.



Innenstadt neu denken: Rollenwandel des Handels

- Innenstadt als „Mehrzweckbühne“
 - Einkaufen
 - Gastronomie & Kultur
 - Arbeiten & Bildung
 - Wohnen & Verwaltung
- Handel ist ein wichtiger Baustein in diesem Nutzungsmix. Er bringt nicht mehr allein die Frequenz, verstärkt sie aber entscheidend.



Foto: KI-generiert

Innenstadt neu denken: Rollenwandel des Handels

Neue Funktionen des Handels

- vom Versorger zum Erlebnisanbieter
 - ✓ Aufenthaltsqualität, Inszenierung, Storytelling
- vom funktionalen zum emotionalen Ort
 - ✓ Begegnung, Beratung, Identifikation
- vom Einzelkämpfer zum Netzwerkpartner
 - ✓ Kooperation mit Gastronomie, Kultur, Dienstleistungen

Was können Kommunen tun?

- **Aktive Flächen- und Bodenpolitik:**
 - ✓ strategische Planung (ISEK) und Ansiedlungspolitik
 - ✓ Steuerung der Erdgeschosszonen
 - ✓ Zwischennutzungen ermöglichen (Pop-Up, Kultur, Start-ups)
- **Aufenthaltsqualität:**
 - ✓ Sauberkeit, Barrierefreiheit, Grün, Sitzgelegenheiten
 - ✓ Genehmigungen, z. B. für Außengastronomie vereinfachen
 - ✓ öffentliche Räume aktivieren
- **Erreichbarkeit:**
 - ✓ gutes ÖPNV-Angebot und zielgerichtete Parkraumpolitik
 - ✓ sichere Wege für Fuß- und Radverkehr



Kommune als Planer, Rahmengeber und Ermöglicher

Was kann Stadtmarketing tun?

- Kooperation stärken
 - ✓ Händlernetzwerke, Werbegemeinschaften
 - ✓ gemeinsame Aktionen
 - ✓ lokale Plattformen (Heimatshoppen, Stadtgutscheine)
- Citymanagement
 - ✓ Schnittstelle zwischen Kommune, Handel, Eigentümern, Kultur, Gastronomie
 - ✓ Aufgaben: Koordination, Kommunikation, Projektsteuerung
- gemeinsame Eventplanung
 - ✓ abgestimmter Jahreskalender
 - ✓ wiederkehrende Formate (z. B. Innenstadtfeite oder Thementage)

Stadtmarketing als Moderator, Kümmerer und Netzwerker

Was ist gemeinsam möglich?

Wir bauen Zukunft.

Der Breite Weg
wird zur grünen Oase in Halberstadt
– ein Ort für Menschen, Begegnungen
und schöne Momente.

H
Halberstadt
Ganz lebendig



Der Übersichtsplan dient der Anschauung. Alle Bilder sind Symbolbilder. Änderungen sind jederzeit möglich.

Hier gibt es alle wichtigen Neuigkeiten zum Umbau des Breiten Weges!



5. bis 7. Juni 2026 im Herzen Halberstadts



Visualisierung: KI-generiert

An aerial photograph of Halberstadt, Germany, taken at sunset. The sky is filled with dramatic, golden light breaking through dark clouds. The city's rooftops are visible in the foreground, and a large Gothic cathedral with two prominent spires is the central focus. A white arrow points upwards from the text 'Vielen Dank' towards the cathedral's spires.

Vielen Dank

16.04.2026



Halberstadt