

Zukunftsinitiative Kaiserstraße

hier: "Gestaltungskonzept Kaiserstraße"

Anmeldung

zur Tagesordnung der Sitzung des Ausschusses für Recht, Wirtschaft und Arbeit

vom 02.02.2005

- öffentlich -

I. Sachverhalt:

Der Bereich Kaiserstraße/An der Fleischbrücke hat in den neunziger Jahren durch die verstärkte Ansiedlung von Fachgeschäften mit hochwertigen Bedarfsgütern eine Aufwertung erfahren. Dies ist insofern bemerkenswert, als die Kaiserstraße/An der Fleischbrücke keine A-Lage, sondern eine B-Lage innerhalb der insgesamt dreistufigen Einkaufslagen-Klassifizierung ist¹. Andererseits spiegelt sich in dieser Entwicklung der Prozess einer seit Jahren andauernden Aufwertung der gesamten Nürnberger City wieder.

Trotz der Aufwertung blieb der B-Lagen-Charakter der Kaiserstraße/An der Fleischbrücke erhalten, der durch das Fehlen frequenzstarker Magnetbetriebe und damit vergleichsweise geringerer Passantenfrequenzen gekennzeichnet ist. Die heterogene Eigentümerstruktur der Kaiserstraße/An der Fleischbrücke untermauert den B-Lagen-Charakter, weil - abgesehen von der recht stabilen Situation der Filialen bestimmter Weltmarken - eine vom Verlauf der Einzelhandelskonjunktur abhängige Mieterfluktuation zu beobachten ist. Die - bis auf wenige Ausnahmen - eher kleinteiligen Ladenflächen erschweren die Ansiedlung von großen Betrieben, die den Kundenstrom erhöhen könnten, machen allerdings auch den besonderen Reiz der Kaiserstraße aus.

¹ Die Haupteinkaufs- bzw. A-Lage umfasst in der Nürnberger City die Karolinenstraße, den Ludwigsplatz, die Breite Gasse, die Pfannenschmiedgasse und die Königstraße auf dem Abschnitt zwischen Lorenzkirche und Bankgasse. Haupteinkaufslagen zeichnen sich allgemein durch den dichtesten Geschäftsbesatz, die höchsten Passantenfrequenzen und die stärkste Konzentration von großflächigen Einzelhandelsbetrieben aus.

Zu den B-Lagen sind in der Nürnberger City neben der Kaiserstraße und An der Fleischbrücke noch die Färberstraße zwischen Hefnersplatz und Breite Gasse, die Königstraße zwischen Lorenzkirche und Hallplatz sowie die Königstraße auf dem Abschnitt zwischen Bankgasse und Hauptmarkt zu zählen. B-Lagen haben zwar auch noch einen dichten Geschäftsbesatz, doch treten bereits einzelne Unterbrechungen durch andere Nutzungen auf. Durch das Fehlen von Magnetbetrieben ist zumeist bereits ein deutlicher Abfall bei der Passantenfrequenz feststellbar.

Zu den C-Lagen in der Nürnberger City gehören die Königstraße zwischen Königstor und Hallplatz, die Vordere Stern gasse, die Färberstraße zwischen Breite Gasse und Dr.-Kurt-Schumacher-Straße, der südliche Bereich des Hauptmarktes und die Vordere Ledergasse. C-Lagen sind durch eine bereits deutliche Ausdünnung des Geschäftsbesatzes gekennzeichnet. Bei den Geschäften handelt es sich zumeist um Klein- und Mittelbetriebe mit einseitiger Sortimentsstruktur (Cityrandsortimente wie z. B. Einrichtungsbedarf, Heimtextilien etc.). Die Passantenfrequenz ist häufig nur noch gering und unregelmäßig. Zudem können verstärkt "unerwünschte" Nutzungen wie z. B. Spielotheken und Sex-Shops auftreten (*Quelle: Einzelhandelsgutachten Nürnberg, Nürnberg 2002, S. 96-98*).

Parallel erfolgte in den letzten Jahren eine Aufwertung der A-Lage Karolinenstraße durch Großinvestitionen (z.B. Breuninger), was in Teilbereichen zu einer zusätzlichen Konkurrenz und zu einer gewissen Umlenkung der Passantenströme weg von der Kaiserstraße geführt haben mag.

Durch das Zusammentreffen des Tiefpunkts der schlechten Einzelhandelskonjunktur in den letzten 5 Jahren, einzelner Betriebsinsolvenzen mittelständischer Firmen und auslaufender Mietverträge ohne unmittelbare Weitervermietung kam es insbesondere in 2003 zu verstärkten Ladenleerständen. Vor diesem Hintergrund griff das Wirtschaftsreferat der Stadt Nürnberg die Idee von "Erlebnis Nürnberg" auf, mit den Einzelhändlern und den Immobilieneigentümern gemeinsam geeignete Maßnahmen zum Erhalt der Position der Kaiserstraße/An der Fleischbrücke als Einkaufsstraße des gehobenen Genres zu entwickeln.

In zwei Auftaktveranstaltungen im Juli 2004, an denen auf Einladung des Wirtschaftsreferates der Stadt Nürnberg die Einzelhändler, die Gastronomen und die Immobilieneigentümer der Kaiserstraße/An der Fleischbrücke sowie Vertreter der Wirtschaftsverbände, Makler und der Stadtverwaltung teilnahmen, wurde das Spektrum der Meinungen und Einschätzungen zum Thema "Aufwertung der Kaiserstraße" eingeholt. Diese dienten als Anregung für die Entwicklung von Aufwertungsmaßnahmen. Entsprechende umfangreiche Vorarbeiten wurden in der Folgezeit von der Stadtverwaltung, insbesondere seitens des Wirtschafts- und des Baureferates, durchgeführt. Die Quintessenz dieser Vorarbeiten besteht in einem umfassenden Maßnahmenkatalog, aus dem ein Programm an Kernvorschlägen abgeleitet wurde.

Die wesentlichen Bestandteile des Maßnahmenkataloges sind ein neues Gestaltungskonzept für die Kaiserstraße, sowie gemeinsame Aktivitäten des Einzelhandels, der Gastronomie, der Immobilieneigentümer sowie der Stadt zur Imagestärkung der Kaiserstraße.

Gestaltungskonzept Kaiserstraße

Das "Gestaltungskonzept Kaiserstraße" wurde im vierten Quartal 2004 erarbeitet und beinhaltet in seinem Kern einen Bestandsplan bestehender Möblierungs- und Ausstattungselemente sowie der Nutzungs- und Sondernutzungsbereiche der Kaiserstraße/An der Fleischbrücke und, als eigentliches Hauptelement, einen Vorschlag zur Neugestaltung der Kaiserstraße. Dieser Neugestaltungsvorschlag würde eine optische Aufwertung der Kaiserstraße/An der Fleischbrücke schaffen und damit eine erhebliche Verbesserung des Umfeldes im Bereich des Einzelhandels, der Dienstleistungen mit Ladengeschäft und der Gastronomie erzielen.

Das "Maßnahmenpaket Kaiserstraße" wird am 25.01.2005 in einer großen Gemeinschaftsveranstaltung allen Beteiligten vorgestellt. Allen Maßnahmenvorschlägen ist eine Kostenschätzung beigefügt, denn die Umsetzbarkeit aller Maßnahmen hängt natürlich unmittelbar von ihrer Finanzierbarkeit ab. Zwar versucht auch die Stadt Nürnberg, einen Teil der Kosten zu übernehmen, doch müssen in erster Linie die privaten Akteure einen größeren Teil der Kosten schultern. Dies wurde bei den Kickoff-Terminen im Jahr 2004 bereits unmissverständlich kommuniziert. Somit ist es auch Ziel dieser Veranstaltung,

mit einem in den Grundzügen fertigen und ansprechenden Konzept die Bereitschaft bei den privaten Akteuren zu wecken, die notwendige Teilfinanzierung von Maßnahmen zu übernehmen.

Kooperationsverbund und Marketingaktivitäten Kaiserstraße

Die Verwaltung schlägt vor, ein Nutzungs-/Branchenkonzept zu entwickeln und durch gemeinsame Aktivitäten/Aktionen der Immobilieneigentümer und des Einzelhandels eine Imageaufwertung zu erreichen.

Weitere Maßnahmen zur Stärkung der Kaiserstraße wären z. B.

- ▷ ein gemeinsames Marketingkonzept für die Kaiserstraße sowie
- ▷ die Durchführung hochwertiger Events.

In Abhängigkeit vom Ergebnis der Veranstaltung werden die nächsten Schritte im Rahmen der unter dem Oberbegriff "Zukunftsinitiative Kaiserstraße" firmierenden Projektinitiative festgelegt.

Über die Ergebnisse der Gemeinschaftsveranstaltung wird in der RWA-Sitzung mündlich berichtet.

II. Beilagen: keine

III. Beschlussvorschlag: keiner, da Bericht

IV. Herrn OBM

V. Ref. VII

Am 14.01.2005

Referat VII

gez. Dr. Fleck