



DER OBERBÜRGERMEISTER DER STADT NÜRNBERG  
BÜRGERMEISTERAMT

An den Vorsitzenden  
der Stadtratsfraktion der CSU  
Herrn Stadtrat Michael Frieser  
Rathaus

90317 Nürnberg

Nürnberg, 01. Dezember 2004

**Business Improvement District (BID) für die Nürnberger Innenstadt**

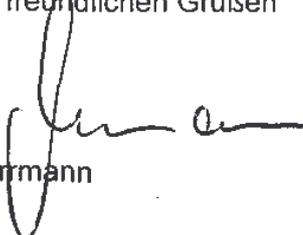
Sehr geehrter Herr Vorsitzender,

wir bestätigen den Eingang Ihres Schreibens vom 25.11.2004. Im Auftrag von Herrn Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly teilen wir Ihnen mit, dass er die Behandlung Ihres Antrages im

**Ausschuss für Recht, Wirtschaft und Arbeit**

veranlasst hat.

Mit freundlichen Grüßen

  
Murrmann

Nachrichtlich - mit Abdruck des Bezugsschreibens -

1. An den Vorsitzenden der Stadtratsfraktion der SPD
2. An die Vorsitzende der Stadtratsfraktion Bündnis 90/Die Grünen
3. Stadtratsgruppe Die Freien (FDP, FWN)
4. Herrn Stadtrat Beisig
5. Herrn Stadtrat Grosse-Grollmann
6. Herrn Stadtrat Ollert

II. abgesandt am 03.12.04  
III. Ref. VII mit der Bitte um weitere Veranlassung

IV. In Abdruck an:

Ref. VI  
SPD

CSU-Stadtratsfraktion Rathausplatz 2 90403 Nürnberg

Herrn Oberbürgermeister  
Dr. Ulrich Maly  
Rathausplatz 2  
90403 Nürnberg

RWA

OBERBÜRGERMEISTER		
2 6. NOV. 2004 / ..... Nr. ....		
VII	1 Zur Kts.	3 Zur Stellungnahme
	2 Zw.V.	4 Antwort vor Ab- sandung vorlegen
		5 Antwort zur Unter- schrift vorlegen

llm

Wolff'scher Bau des Rathauses  
Zimmer 58  
Rathausplatz 2, 90403 Nürnberg  
Telefon: 09 11 / 231 - 2907  
Telefax: 09 11 / 231 - 4051  
Mail: csu@stadt.nuernberg.de  
www.csu-stadtratsfraktion.nuernberg.de

ts/ 25.11.04  
Brehm

**Business Improvement District (BID)  
für die Nürnberger Innenstadt**

Kopie Ref VI, SRD

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,

für die CSU-Stadtratsfraktion stelle ich zur Behandlung im zuständigen Ausschuss folgenden

**Antrag:**

Die Verwaltung prüft die rechtlichen und wirtschaftlichen Voraussetzungen zur Genehmigung und Einführung eines Business Improvement District (BID) in der Nürnberger Innenstadt und berichtet darüber im zuständigen Ausschuss. Dabei wird gleichzeitig erläutert, ob ein BID insbesondere für die Zukunftsentwicklung der Nürnberger Altstadt ein zweckdienliches Instrument sein kann.

**Begründung:**

Die Nürnberger Altstadt steht als Herz des Einzelhandelsstandortes Nürnberg in einem intensiven Wettbewerb mit an Attraktivität gewinnenden Standorten in Deutschland und darüber hinaus. Bedingt durch die Konsumzurückhaltung des Verbrauchers haben sich die Bedingungen für den Einzelhandel in den letzten Jahren verschärft. Umso wichtiger ist die Stärkung der Innenstadt, beispielsweise auch durch Verbesserung der Stadtmöblierung.

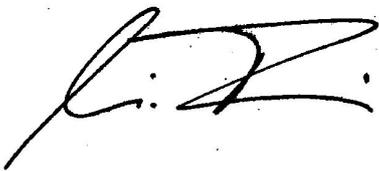
Auch die Ansprüche an Sicherheit und Sauberkeit in der Innenstadt lassen einige Wünsche offen, die aufgrund der Finanzsituation der Stadt Nürnberg kaum aus Haushaltsmitteln zu decken sind. Insofern gilt es, Initiativen anzustoßen, um die Innenstadt von Nürnberg noch attraktiver und kaufkraftstark werden zu lassen.

Die Idee des Business Improvement Districts (BID) wurde im kanadischen Toronto in den siebziger Jahren begründet und hat insbesondere in den Vereinigten Staaten von Amerika große Erfolge zu verzeichnen. So wurden einzelne Stadtquartiere durch den Zusammenschluss zu einem BID zu modernen, saubereren und anlockenden Zentren aufgewertet. Heute gibt es

über 1.200 BID's in den USA; auch in Deutschland wurden erste Zusammenschlüsse durch Kommunen angestoßen und vorbereitet (siehe hierzu Bericht im Magazin „Stern“ vom 14.10.2004 – Kopie des Artikels als Anlage anbei).

In Nürnberg könnte die Gründung eines BID in der Innenstadt durchaus positive Folgen haben. Gerade die zahlenden Mitglieder und Geschäftspartner werden ein gesteigertes Interesse daran haben, die Kaufkraft zu stärken und die notwendigen Maßnahmen zu Verbesserung der Einkaufsqualität zu ergreifen.

Mit freundlichen Grüßen



Michael Frieser  
Fraktionsvorsitzender

Anlagen:

- Anlage 1 / Bericht Nürnberger Zeitung vom 20.11.2004
- Anlage 2 / Bericht Stern vom 14.10.2004

Innenstadt

# Ohne Ideen und Konzepte

Nürnberg hat im Einzelhandel seit 1997 an Bedeutung verloren. Die Zentralitätskennziffer, das ist das Maß für die Attraktivität einer Stadt oder einer Region als Einkaufsort, hat nach einer neuen Untersuchung der Gesellschaft für Konsumforschung deutlich zurückgegangen: Sie sank von 143,6 (1997) auf 137,1 (2003).

Dieser Rückgang ist aber nicht nur konjunkturell zu begründen. Er ist auch auf hausgemachte Fehler zurückzuführen, denn in der Nachbarstadt Fürth stieg der Zentralitätsfaktor zwischen 2001 und 2003 um 4,68 Prozent auf 120,9 an. Der durchschnittliche Wert der deutschen Städte über 10.000 Einwohner liegt bei 100. Nürnberg ist mit einem Wert von 137,1 demnach immer noch überdurchschnittlich attraktiv, doch es hat vor allem bei den Einzelhandelsumsätzen deutliche Einbußen erlitten. Die Menschen kommen weniger gern nach Nürnberg und geben weniger Geld aus.

Wer einmal mit kritischem Blick von der Burgstraße am Rathaus vorbei über den Hauptmarkt und die Kaiserstraße läuft, sieht, dass Nürnbergs Stadtmöblierung ausgesprochen lieblos behandelt wird. Es fehlt an der nötigen Detail-, konzeptionellen Herangehensweise, manches ist überholt, manches ist gar nicht mehr zeitgemäß. Einige Beispiele:

► Wer die Burgstraße hinaufläuft, fällt kurz vor dem Farnbohaus über einen Fahrradständer, der mitten auf dem Gehweg geschraubt wurde. Es ist die touristische Hauptachse zur Burg. Das Fotomotiv Farnbohaus ist ohne Fahrradständer nicht mehr möglich.

► Unter der Regie des früheren Baureferenten Walter Andeile wurde in der Altstadt viel Pflaster verlegt. Allerdings zum größten Teil mit dem falschen System: Die Pflastersteine liegen in Zement, der durch Frost und Autovekehr bricht, und nicht in Bitumen. Wer sich die Pflasterflächen vor dem „Brauwerkshaus“, am Sebalder Platz, Hauptmarkt anschaut, wird viele lockere Steine entdecken, die oft wie Pilze aus dem Boden schießen und



Wie Pilze schießen die Pflastersteine in Nürnbergs Innenstadt aus dem Boden. Der Grund: Statt Bitumen wurde Zement verwendet, und der hält die Belastung nicht aus. Fotos: Gerullis

eine Stolpergefahr bilden. Außerdem gibt es viele Ausbesserungsstellen. Beim Tiefbauamt hieß es gestern, dass aus Denkmalschutzgründen Zement verwendet werden muss. Der schwarze Bitumen, obwohl technisch besser, weil flexibel, darf wegen der Farbe nicht verwendet werden. Allerdings ist Bitumen auch teuer.

► Direkt am Hauptmarkt gibt es viele tote Stellen, die für Touristen und Besucher wenig einladend sind: Die Überdachung an der Seite des Hauptmarkts und der Hinterhof zwischen Fleischbrücke und Flohmarktstraße sind an Trostlosigkeit kaum zu überbieten.

► Hinter der Stadtmöblierung steht in Nürnberg kein Konzept: Die Lampenreihe, die optisch von der Fleischbrücke zur Burg führen müsste, bricht einfach ab. Lampen, Müllimer und Bänke passen nicht zusammen, sind nicht auf Nürnberg abgestimmt. In der Kaiserstraße hat jeder Laden

unterschiedliche Blumentöpfe hingestellt. Die Lampen wirken wie Kleiderständer, die man seit den siebziger Jahren vergessen hat. Es entsteht der Eindruck der Beliebigkeit.

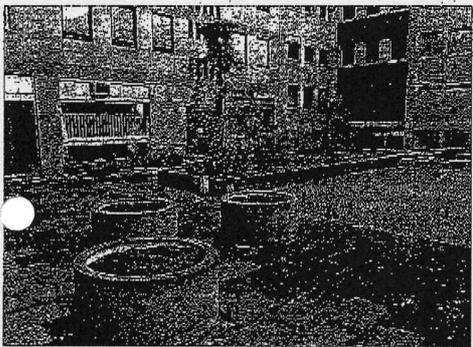
„Wenn etwas schief ist, dann fühlt man sich nicht wohl“, so die Innenarchitektin Christine Kayser, die auch im Verein „Beulust“ aktiv ist. Wer sich aber nicht wohl fühlt, kommt nicht gerne in eine Stadt und kann deshalb kein Geld ausgeben. „Wer ein gutes Umfeld schafft, betreibt Wirtschaftsförderung“, so Kayser. Der Hauptmarkt und die Einkaufsmellen dürfen nicht versäumen.

Dass es anders geht, zeigen die Städte Schwabisch Gmünd, Regensburg oder Wien, die alle ein auf die Kommune abgestimmtes Innenstadtkonzept haben: Von den Blumentöpfen bis zu den Lampen gibt es Regeln und Grundätze, um die charakteristische Identität einer Stadt zu erhalten. Spannend wird es in Hamburg, so Kay-

ser, denn die Hansestadt verfolgt einen völlig neuen Ansatz, um ihre Einkaufsstraßen in der Wertigkeit nicht weiter abrutschen zu lassen.

Unter dem Stichwort „Business Improvement District“ (BID) werden die Besitzer von Häusern entlang der Einkaufsstraßen zur Finanzierung einer Verjüngungskur herangezogen (siehe Kästchen unten). Das Konzept wird seit 1970 erfolgreich in Nordamerika durchgeführt: Der Vorteil ist, dass nicht einzelne überforderte Einzelhändler das Konzept tragen, sondern eben alle Anlieger, denn alle haben etwas von einer Aufwertung. Dazu muss aber auf Landesebene erst eine gesetzliche Grundlage geschaffen werden.

André Fischer



Einfach trostlos: Nur 20 Meter entfernt vom Hauptmarkt gibt es solche architektonischen Wüsten, die den Besucher der Innenstadt nicht gerade in Einkaufsstimmung versetzen.

**Verjüngung der Innenstadt**  
In den letzten Jahren haben sich in vielen Städten in Deutschland sogenannte Business Improvement Districts (BID) etabliert. Diese sind Gebiete, in denen die Eigentümer der Gebäude eine Art „Verein“ bilden, um die Qualität der Umgebung zu verbessern. Sie zahlen dafür eine Art „Gebühren“ an die Stadt, die dann für die Finanzierung von Maßnahmen wie Straßenaufwertung, Beleuchtung, Müllabfuhr etc. eingesetzt werden können. Das Konzept ist in den USA entstanden und hat sich in den letzten Jahren auch in Deutschland verbreitet. In Nürnberg gibt es bereits ein solches Gebiet in der Innenstadt.



Nürnberg's historische Innenstadt wird nicht richtig gewürdigt: Auf der touristischen Hauptachse vom Hauptmarkt bis zur Burg wurde mitten vor das Farnbohaus ein Fahrradständer gesetzt.

## Heute aus Nürnberg, Region und Bayern

Verkehrsstaus drohen am Sonntag im Bereich Ditzendorf (Seite 12)

München macht es vor: Sollen Raubmörder hier abgeschossen werden? (Seite 12)

Polizei geht gegen slovakische Bettler-Bände vor (Seite 13)

Hans Sachs und Melanchthon erhalten endlich neue Schulbücher (Seite 13)

US-Armee baut am Standort Illshelm ab (Seite 15)

Kindergarten-Bürgermeister des Amtes soll über (Seite 16)

Ein telekollas als Ziel: Auf dem Frankfurter Signalstein (Seite 17)

## chland

ihönes Theater, dessen Betrieb  
ziert wird.

sprach erscheint Schwerdfeger,  
vorsitzende des Siegener Stadt-  
ist, mit einem Papier, auf  
en Satz dick unterstrichen hat:  
chance.“ Er hat sich gut vorbe-  
Menschen suchten neben Ein-  
m, Aldi und E-Commerce nach  
„lokale Identität“. Einkaufen in  
tadt müsse wieder zum Erleb-  
Disziplin brauche man dafür,  
nungszeiten, gemeinsame Wer-  
rachen im Warenangebot. Ab-  
Schaufenster. Mehr Beleuch-  
ere eine Straßenbahn. Oder was



uela  
39.  
llschaft  
stadt-  
eting

erlin

Lustigeres. „Wir  
können die Ein-  
zelhändler dazu  
nicht zwingen“,  
sagt Schwerdfeger.  
„Aber das große  
Leiden zwingt sie,  
gemeinsam zu den-  
ken.“

Das Referat  
dauert drei Mi-  
nuten, dann legt  
Schwerdfeger das  
Papier zur Seite  
und putzt die Le-  
sebrille. Natürlich,  
so ein Wandel sei  
eine Sache von  
Jahren. Klar, die  
Siegener sind  
Dickköpfe. Für  
manchen Laden  
sei die Zeit ein-  
fach vorüber,  
auch wenn man  
das nicht laut  
sagen dürfe. Und

ker brächten oft auch nur Un-  
egrüsten es, dass nun ein Obi  
ein Gartencenter, eine neue  
fall namens Sieg-Carree und  
14 Industriebrachen in der  
gen von Discountern gebe-  
och alles Todesurteile für die  
Und wie es dort mit Karstadt  
„weiß in Wahrheit doch auch  
Es werde verdammt schwer,  
rdfeiger. Denn die gute alte  
für allemal vorbei. Die gute  
s für die Händler Siegen  
nen hieß.

MITARBEIT: FRANK GERSTENBERG,  
MERER, STEFAN ENDERS (LUFTBILD)

### STADTEPLANUNG

## Sogar die Abfalleimer sind bunt bemalt

Auch in Deutschland sollen jetzt so genannte BIDs entstehen, Distrikte, in denen Geschäftsleute ihr eigenes Viertel „aufmöbeln“ – und damit attraktiver, sauberer und sicherer machen

Die wenigsten Amerikaner  
werden wissen, was ein  
„Business Improvement Dis-  
trict“ (BID) ist. Es steht kein  
Schild am Eingang, man  
braucht keinen Passiersch-  
schein, muss nichts bezahlen.  
Nur den Effekt, den spüren  
sie, egal ob in Mobile, Alaba-  
ma, oder in Baltimore, Mary-  
land: Die einst verödete In-  
nenstadt ist plötzlich attrak-  
tiv, lädt zum Flanieren ein,  
das Gefühl von guter alter  
Zeit gibt's gratis.

Die Idee der BIDs entstand

1970, als sich Ladenbesitzer im kanadischen  
Toronto zusammenschlossen, um die Ansie-  
lung eines Einkaufszentrums zu verhindern.  
Das Prinzip hat sich seither wenig verändert:  
Fünf Jahre lang zahlen alle Grundeigentümer  
in dem betroffenen Gebiet einen vereinbarten  
Betrag. Der wird von der Kommune in vollem  
Umfang an die BID-Gesellschaft weitergelei-  
tet, die damit das Quartier aufmöbelt.

Heute gibt es in Nordamerika mehr als 1200  
BIDs, allein New York City hat 46. „BIDs sind  
ein integraler Bestandteil unserer Gemeinden  
geworden“, schreibt Jerry Mitchell, Städteplan-  
ner der City University of New York, der Hun-  
derte von BIDs untersucht hat, er spricht auch  
von „der Rückkehr des Bürgerstahls“.

Ein erster Erfolg zeigte sich Ende der 80er  
Jahre rund um den New Yorker Bryant Park,  
der zum Junkie-Treff verkommen war. Der BID  
sammelte Müll und pflanzte Blumen. Er enga-  
gierte Sozialarbeiter, die Obdachlose und  
psychisch Kranke betreuten. Heute ist der  
Park eine Yuppie-Oase, umgeben von Luxus-  
geschäften.

Dass New York nicht mehr die Kapitale der  
Angst ist, hat viel mit den BIDs zu tun. Zwar  
wird die Renaissance der Stadt vor allem Ex-  
Bürgermeister Rudy Giuliani und dessen Prin-  
zip der „Zero Tolerance“ zugeschrieben, aber  
dass die Crack-Röhrchen von den Straßen  
verschwanden, hatte deutlich vor seiner Zeit  
begonnen: mit den privaten Sicherheitsleuten  
der BIDs, die anfangen, all jene zu verscheu-  
chen, die auf den Bürgerstegen herumjun-  
gerten und Konsumenten verschreckten.  
Genau deshalb sind die BIDs durchaus um-  
stritten. Besonders in Manhattan sah man



Der Times Square  
in New York – heute  
Touristenmagnet

die Ersatzpolizisten, die Bett-  
ler und Süchtige in die Pam-  
pa verfrachteten, mit Arg-  
wohn, die „New York Times“  
fürchtete um die „New York-  
ness of New York“, um ihren  
rauen Charme.

Der Inbegriff der sauber ge-  
putzten Stadt ist der Times  
Square, jahrelang Symbol für  
den Niedergang Manhattans,  
des städtischen Verfalls. Der  
Times-Square-BID schloss  
sich 1992 zusammen, er ist  
einer der größten der Stadt  
und verfügt über ein Jahres-

budget von sechs Millionen Dollar. Er wurde  
mitbegründet von Arthur Sulzberger Jr., dem  
Verleger der „New York Times“. Ihm ist gelun-  
gen, dem Platz das Laster auszutreiben. Pornoläden  
und Sexclubs sind fast völlig  
verschwunden, die schrägen Gestalten auch.  
Heute schieben sich Touristen über die welt-  
berühmte Kreuzung, Männer in schicken Uni-  
formen sammeln Zigarettenstummel vom  
Asphalt, es gibt neue Straßenlampen, die Ab-  
falleimer wurden bemalt, getreu dem Motto  
des BID: „Saubere, sichere, freundlich.“ Musi-  
cals haben Pornoshows ersetzt, Besucher aus  
der Provinz, die sich noch vor 15 Jahren nicht  
einmal im Taxi hier langgetraut hätten, shop-  
pen bei Toys R Us und lassen sich vor den  
MTV-Studios und dem gigantischen Disney-  
Store fotografieren.

Auch deutsche Kommunalpolitiker haben hier  
gestanden und sich Gedanken gemacht über  
die Gründe des New Yorker Wunders. Nun soll  
Hamburg, als erste Stadt Deutschlands, einen  
BID bekommen. Ziel ist es, die Einkaufsstra-  
ße Neuer Wall mit ihren Luxusgeschäften –  
von Hermès über Jil Sander und Bulgari – zur  
Visitenkarte Hamburgs zu machen“, sagt Mi-  
chael Freytag (CDU), Senator für Stadtent-  
wicklung. Gerade hat der Senat die rechtliche  
Grundlage für das BID-Modell geschaffen.  
Unter anderem muss mindestens ein Drittel  
der Grundeigentümer dem Plan zustimmen.  
Noch muss die Bürgerschaft das Gesetz be-  
schließen. Freytag: „Vielleicht kommt es zum  
1. Januar 2005 durch. Dann könnte schon im  
Laufe des nächsten Jahres mit der Umgestal-  
tung begonnen werden.“

STEFFI KAMMERER