

Einführung der Aktion „Nette Toilette“
Konzept für eine Probephase in der Altstadt

Bericht

1. Arbeitsauftrag aus dem RWA vom 10.04.2013

Im RWA-Bericht vom 10.04.2013 wurde vorgeschlagen, als ersten Schritt der Einführung der Aktion „Nette Toilette“ ein Pilotprojekt in dem Stadterneuerungsgebiet „Nördliche Altstadt“ zu starten und hierfür ein Konzept zu erstellen. Es soll eine Befragung potentieller Anbieter sowie eine detaillierte Aufstellung der Entschädigungsforderungen der teilnehmenden Betriebe bzw. öffentlicher Gebäude beinhalten.

Nach Abklärung aller Rahmenbedingungen soll das Pilotprojekt unter den im Folgenden dargestellten Bedingungen gestartet werden:

2. Befragung potentieller Anbieter

2.1 Gastronomische Betriebe

Sowohl von dem Bayerische Hotel- und Gaststättenverband Nürnberg (HOGA) als auch von der Congress- und Tourismuszentrale wurden Betriebe gezielt angesprochen, wobei die folgenden Konditionen abgefragt wurden:

- Teilnahme an der Probephase und Nutzung der offiziellen Plakette „Nette Toilette“
- öffentliche Darstellung / Nennung
- finanzieller Ausgleich für Aufwendungen

Das Ergebnis der Befragung sieht wie folgt aus:

- 8 Betriebe in zentraler touristisch attraktiver Lage wollen sich an der Probephase beteiligen und die Plakette „Nette Toilette“ in ihrem Eingangsbereich anbringen.
- Eine öffentliche Darstellung / Nennung der Betriebe wird von diesen nicht gewünscht.
- Ein finanzieller Ausgleich für mögliche Aufwendungen wird von diesen Gastronomiebetrieben nicht als wichtig erachtet.

Zusätzlich zu den gastronomischen Betrieben wurden weitere Einrichtungen auf ihr Interesse an einer Teilnahme an der Probephase abgefragt:

2.2 Dienstgebäude der Stadt

Bei OrgA/ZD wurde angefragt, ob eine Nutzung der vorhandenen Publikums-WCs für die Aktion „Nette Toilette“ in den folgenden Dienstgebäuden genutzt werden kann:

- Hans-Sachs-Platz 2 (Heilig-Geist-Haus)
- Burgstraße 4 (Gesundheitsamt)
- Theresienstraße 7 (Steueramt)
- Rathausplatz 2 / Fünferplatz 1 (Rathaus)
- Hauptmarkt 18 (Rathaus)

Die Anfrage ergab folgendes Ergebnis:

Eine Nutzung ist möglich, aber bis auf das Heilig-Geist-Haus auf die Zeiten der Publikumsöffnung Montag bis Freitag bis spätestens 15:30 Uhr beschränkt. Eine Nutzung an Wochenenden und Feiertagen ist zudem nicht möglich, was eine Eignung für Gäste und Touristen reduziert.

Der zusätzliche Reinigungsbedarf wird von OrgA/ZD auf jährlich ca. 2.300 Euro pro Toilettenanlage geschätzt. Hinzu würden jährliche Mehrkosten für erhöhten Material- und Wasserver-

brauch in Höhe von insgesamt ca. 5.000 Euro pro Toilettenanlage kommen. Weitere Kosten für erhöhte Instandhaltung können hinzukommen. Für diese zusätzlichen Kosten stehen bei OrgAZD keine finanziellen Mittel zur Verfügung.

Bei einer Einbindung der ausgewählten städtischen Dienstgebäude muss darauf hingewiesen werden, dass durch die zusätzliche Bewerbung der kostenlosen Nutzung der Publikumstoiletten eine direkte Konkurrenz zu der bewirtschafteten öffentlichen Toilette im Rathaus entsteht. Die Folge können Einnahmeverluste bei einem bereits jetzt defizitären Betrieb sein.

2.3 IHK

Der Umbau der Gebäude in der Winklerstraße lässt eine Teilnahme nicht zu.

2.4 Parkhäuser und Tiefgaragen

Seitens der öffentlichen Altstadt-Parkhäuser- und –Tiefgaragen wird eine Nutzung der Toilettenanlagen durch Fremdpublikum vor allem wegen der Haftungsproblematik nicht gewünscht. Aus diesem Grund sind weitgehend elektronische Zugangsregelungen eingerichtet worden.

3. Konzept für eine Probephase

Die Bandbreite der Bedarfseinschätzung reicht von offensichtlich ausreichenden Toiletten aus touristischer Sicht bis hin zu der Feststellung eines dringenden Bedarfs etwa aus Sicht des Einzelhandels. Neben der unterschiedlichen Versorgung von Lorenzer und Sebalder Altstadt mit nutzbaren Toiletten in Gaststätten und Kaufhäusern bestehen auch Versorgungslücken in den Abendstunden und an Wochenenden und Feiertagen. Dieses Defizit konnte durch eine Verbesserung des Angebots der öffentlichen Toiletten in der Altstadt (längere Öffnungszeiten, Toiletten-Pläne) seit Ende 2013 reduziert werden. Auch angesichts des Wunsches der Gastronomiebetriebe, keine Werbung für ihre Standorte zu veranlassen, wird die Einführung der Aktion „Nette Toilette“ eher als eine Ergänzungsmaßnahme zu den bisherigen Aktivitäten bezüglich der öffentlichen Toiletten angesehen.

3.1 Umgriff der Pilotphase

Um die Zielgruppe der Nutzer einer „Netten Toilette“, insbesondere Altstadtbesucher und Touristen, effektiv anzusprechen, werden die Standorte in den touristisch interessanten Zonen der gesamten Altstadt liegen. Angebote können dann vom Hauptbahnhof bis zur Burg vorgesehen werden. Eine Eingrenzung auf das Stadterneuerungsgebiet „Nördliche Altstadt“ lässt sich dem Ortsfremden nicht vermitteln und würde auch nur einen Teilbereich des Bedarfs abdecken.

3.2 Teilnehmer

Von ihrer Lage, Öffnungszeiten und niedrigschwelligem Zugang her stellen die Gastronomiebetriebe die geeignetsten Einrichtungen für die Probephase dar. Aus diesem Grund sollen die in der Befragung ermittelten Betriebe das Kernangebot für die Aktion darstellen.

Die Betriebe, die sich an der Pilotphase beteiligen, müssen folgende Kriterien erfüllen:

- Die Toilettenbenutzung muss kostenlos zugelassen werden.
- Die Betriebe werden an gut sichtbarer Stelle mit dem offiziellen Logo der „Netten Toilette“ markiert.

3.3 Markennutzung

Es ist vorgesehen, die Marke „Nette Toilette“ der STUDIOO GmbH zu verwenden, da sie als eingeführte Marke mit großer Verbreitung und entsprechendem Wiedererkennungswert verbunden ist. Hierfür werden die Nutzungsrechte für die Marke sowie Originalaufkleber des Rechteinhabers eingekauft.

3.4 Informationsmaterialien und Werbung

Da die teilnehmenden Betriebe eine öffentliche namentliche Nennung und Standortdarstellung ablehnen, wird ein Hinweis auf die Durchführung der Aktion als gästefreundliche Geste in die Druckwerke der Congress- und Tourismuszentrale aufgenommen werden, ohne dabei einzelne Standorte anzusprechen.

Im Zuge der Verlängerung der Öffnungszeiten öffentlicher Toiletten in der Altstadt seit Dezember 2013 steht ein Standortplan dieser Einrichtungen in deutsch und englisch zur Verfügung.

3.5 Kosten

Für die Pilotphase sind durch die Nutzung von Markenrechten und Plakettenherstellung Kosten in Höhe von ca. 2.000 Euro zu erwarten.

3.6 Weiteres Vorgehen

Nach der Probephase von einem Jahr ist vorgesehen, den Pilotversuch im Hinblick auf eine allgemeine Übertragbarkeit auszuwerten. In Abhängigkeit vom Ergebnis kann dann gegebenenfalls versucht werden, weitere Gastronomiebetriebe für die Teilnahme an der Aktion zu gewinnen.