

Eingeworbene Fördermittel für Innenstadtaktivitäten und -projekte der Wirtschaftsförderung Nürnberg

Sachverhaltsdarstellung:

1. Grundlagen

a) Konzeptionelles

Die vom Wirtschafts- und Wissenschaftsreferat (Ref. VII) und der Wirtschaftsförderung Nürnberg (WiF) erarbeitete Zukunftsstrategie „Handelsstandort Nürnberg 2030“ richtet umsetzungsorientiert den Fokus nicht nur auf den Einzelhandel, sondern auf die multifunktionale Nürnberger Altstadt, deren Zukunftschancen gerade in der Nutzungsmischung u.a. aus Handel, Gastronomie, Wohnen, Kultur, Tourismus, Bildungseinrichtungen, Verwaltung etc. bestehen (vgl. RWA 16.10.2019). Das Leitprinzip der Strategie lautet „Alle Macht geht vom Besucher aus“. Alle Maßnahmenempfehlungen orientieren sich an der sogenannten „Visitor Journey“, einem Phasenmodell, das beschreibt, welche Berührungspunkte ein/-e Besucher/-in (visitor) vor, während und nach dem Stadtbesuch hat: Besuchsimpuls, Information, Besuch, Angebot, Bindung.

Richtschnur für alle Zielvorstellungen zur Altstadt und damit auch für die Zukunftsstrategie „Handelsstandort Nürnberg 2030“ ist das Integrierte Stadtentwicklungskonzept (INSEK) Altstadt, das von der Multifunktionalität der Altstadt ausgeht und dessen Leitthema Qualität ist (vgl. Stadtrat vom 27.06.2012 und Stadtratsvorlage „Zukunft Altstadt“ vom 21.07.2021).

Bei den hieraus abgeleiteten Aktivitäten stehen vor allem die Verbesserung der Rahmenbedingungen, Community Building und Management sowie Projekte im Vordergrund, die der Altstadt als ganzes bzw. einzelnen ihrer Quartiere dienen.

b) Nürnberger City Werkstatt

Im Sommer 2020 wurde die Nürnberger City Werkstatt ins Leben gerufen, eine gemeinsame Initiative des Wirtschaftsreferats der Stadt Nürnberg und des Handelsausschusses der IHK. Ziel der City Werkstatt ist die Weiterentwicklung und Stärkung der Nürnberger Altstadt (vgl. RWA vom 14.04.2021 und Stadtrat vom 21.07.2021). Gemeinsam mit zahlreichen Innenstadt-Akteurinnen und -Akteure u.a. aus Einzelhandel, Gastronomie, Hotellerie, Tourismus, Kultur, Immobilienwirtschaft und Stadtverwaltung werden dabei konkrete Projekte erarbeitet. Dabei stehen die Machbarkeit, die Schaffung von Prototypen und ein umsetzungsorientiertes Ausprobieren im Vordergrund.

Projekt-Beispiele aus dem Jahr 2021 sind u.a. die temporäre Begrünung und kulturelle Bespielung des nördlichen Lorenzer Platzes, eine „Summer Street“ in der Adlerstraße, die Vermittlung leerstehender Ladenlokale für Pop-up-Stores oder für kulturelle Zwischennutzungen, eine digitale Kampagne für die Altstadt-Quartiere (hieraus entstand die digitale Kampagne „Nürnberger Quartiere“ der Congress- und Tourismuszentrale, s.u.) und die Einrichtung eines lokalen Lieferdienstes.

Weitere Informationen zur City Werkstatt unter <https://www.nuernberger-city-werkstatt.de>

Die Aktivitäten der Nürnberger City Werkstatt erwiesen sich auch als Zugpferd bei der Einwerbung von Innenstadt-Fördermitteln und werden vom Freistaat Bayern als Best Practice-Beispiel gelobt: <https://www.innenstaedte-beleben.bayern.de/bestpractice/index.php>

Die Nürnberger City Werkstatt wird im Jahr 2022 fortgesetzt (s.u.).

c) Zentren-Management

Im Jahr 2021 wurde das Zentren-Management für die Innenstadt und die Stadtteilzentren neu aufgestellt und um weitere Funktionen ergänzt (vgl. RWA vom 07.07.2021). Seitdem wird das im Jahr 2016 geschaffene (und damals zunächst extern vergebene) City-Management wieder von der Wirtschaftsförderung Nürnberg selbst wahrgenommen und zwar als „City Management 2.0“. Das City Marketing erfolgt durch die Congress- und Tourismuszentrale (ctz), zum Beispiel mit der in der Nürnberger City Werkstatt entstandenen

digitalen Kampagne „Nürnberger Quartiere“ (s.u.). Die Handels- und Gewerbevereine agieren als Kümmerer vor Ort.

Die Wirtschaftsförderung Nürnberg agiert im Rahmen des City Management 2.0 auch als Ansprechpartnerin für die Innenstadtbelange insbesondere von Handel, Gastronomie, Hotellerie, Tourismus, Tagungs- und Kongresswesen. Das City Management 2.0 begreift die Innenstadt als multifunktionalen Raum und hat das Aufgabenportfolio z.B. um die Themen des aktiven Leerstandsmanagements, der City Logistik und des Community Building erweitert.

2. Überblick über die eingeworbenen Innenstadt-Fördermittel mit Bezug zu Ref. VII/WiF

Um den Herausforderungen der Innenstädte zu begegnen, wurden im Jahr 2021 mehrere - größtenteils städtebauliche - Förderprogramme auf Ebene der EU, des Bundes und des Freistaats Bayern aufgelegt. Ein Beispiel ist der Sonderfonds „Innenstädte beleben“ des Bayer. Staatsministeriums für Wohnen, Bau und Verkehr (vgl. StR vom 21.07.2021 und AfS vom 10.06.2021). Teils weisen die einzelnen Programme große Schnittmengen in Zielsetzung und bei den Förderbedingungen auf, teils haben sie unterschiedliche Themen in Blick.

Ref. VII/WiF konnte mit seinen Aktivitäten zum Thema Innenstadtbelebung und -entwicklung, insbesondere der Nürnberger City Werkstatt, zur Einwerbung der Fördermittel vor allem mit Wirtschaftsbezug beitragen.

Übersicht über die Förderprogramme:

	EU-Innenstadt-Förderinitiative/ REACT-EU	„Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“	Stadtlabore für Deutschland: Leerstand und Ansiedlung	Sonderfonds „Innenstädte beleben“
Fördermittelgeber	Europäische Union	Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat	Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz	Bayerisches Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr
Fördervolumen in Mio. €	36	250	11,9	100
Förderquote in %	85 – 90	75	100	80
Laufzeit	- 06/2023	- 2025	- 2022	2024
Inhaltlicher Fokus	<ul style="list-style-type: none"> • Städtebau/ Multifunktionalität • kurzfristige Maßnahmen zur Belebung der Innenstadt • Aktivierung der Akteure/ Projektmanagement • digitaler Zwilling der Innenstadt • Personalkosten • keine investiven Maßnahmen 	<ul style="list-style-type: none"> • Städtebau/ Multifunktionalität • Aktivierung der Akteure • Partizipation • Immobilienwirtschaft • temporäre Impulse • keine Personalkosten • keine investiven Maßnahmen 	<ul style="list-style-type: none"> • Multifunktionalität • digitales Leerstands- und Ansiedlungstool für Kommunen • Aktivierung der Akteure/ Immobilienwirtschaft • keine Personalkosten • keine investiven Maßnahmen 	<ul style="list-style-type: none"> • Städtebau/ Multifunktionalität • Aktivierung der Akteure • Partizipation • Immobilienwirtschaft • temporäre Impulse • investive Maßnahmen • keine Personalkosten
durch die Stadt Nürnberg/ eingeworbene Fördersumme in €	<p style="text-align: center;">✓</p> <p>600.000 (in Aussicht gestellt)</p>	--	<p style="text-align: center;">✓</p> <p>300.000 (bewilligt)</p>	<p style="text-align: center;">✓</p> <p>1,9 Mio. (bewilligt)</p>
davon Anteil Projekte Ref. VII/WiF in €	<p style="text-align: center;">✓</p> <p>410.000</p>	--	<p style="text-align: center;">✓</p> <p>300.000</p>	<p style="text-align: center;">✓</p> <p>290.000</p>

3. Geförderte Innenstadtprojekte aus dem Bereich Ref. VII/WiF im Einzelnen

EU-Innenstadt-Förderinitiative/REACT-EU

1) *Innenstadtmanagement*

Im Rahmen dieses Projekts wurde in Aussicht gestellt, für Innenstadt-Themen eine Personalstelle bei der Wirtschaftsförderung Nürnberg für eineinhalb Jahre zu finanzieren. Der bzw. die Stelleninhaber/-in als zentrale Ansprechperson und Netzwerk-Manager für an der City Werkstatt Mitwirkenden agieren, Kooperationen zwischen den Projektteams unterstützen, neue Projektideen aus der Community aufnehmen, Erstberatung geben und regelmäßige Austausch- oder Wissenstransferformate organisieren. Zudem sollen gemeinsam mit der Community der City Werkstatt ein digitales Projekt- und Netzwerkmanagementtool erarbeitet werden. Die Stelle ist auch nach Ablauf des Förderzeitraums bis Ende 2024 gesichert und kann somit eine langfristig wirkende Organisationsunterstützung beim Community Management für die Innenstadt vorbereiten und aufbauen.

Die in Aussicht gestellten Zuschüsse für dieses Projekt betragen bis Juni 2023 ca. 110.000 €.

2) *twi.N City*

Mit den in Aussicht gestellten Fördermitteln soll ein interaktives 3D-Stadtmodell (digitaler Zwilling) der Innenstadt, basierend auf dem vorhandenen Geoinformationssystem der Stadt, aufgebaut werden. Dieses Modell erlaubt die Einbindung unterschiedlichster Daten, auch Echtzeitdaten, die beispielsweise über Sensoren erfasst werden. Im geplanten Anwendungsfall werden sogenannte Heatmaps Besucherströme visualisieren, die dann mit weiteren Daten verknüpft werden. Dies ermöglicht die evidenzbasierte Evaluation von Maßnahmen und Projekten der City Werkstatt Nürnberg.

Der digitale Zwilling „twi.N City“ ist eine Kooperation der Wirtschaftsförderung Nürnberg mit dem Amt für Digitalisierung und Prozessorganisation (Federführung) und dem Amt für Geoinformation und Bodenordnung.

Stadtlabore für Deutschland: Leerstand und Ansiedlung

Ziel des Projekts „Stadtlabore für Deutschland: Leerstand und Ansiedlung“ unter Federführung des IFH Köln ist es, die Stadtzentren durch ein aktives Ansiedlungsmanagement zu vitalisieren. Dazu wird ein digitales Tool zur Leerstandserfassung entwickelt, mit dessen Hilfe Kommunen einfach und schnell einen ganzheitlichen Überblick über Leerstände, Immobilienstruktur und die angebotenen Verkaufsflächen bekommen. Mit diesem Wissen soll u.a. ein intensiver Dialog mit der Immobilienwirtschaft angestoßen werden, um Eigentümerinnen und Eigentümer bei der Nachvermietung zu unterstützen. Nürnberg ist eine von 14 Modellkommunen in ganz Deutschland. Im Rahmen des Projekts hat die Wirtschaftsförderung Nürnberg bereits eine vollständige Kartierung der Geschäftslagen in der Innenstadt sowie zwei Immobiliendialoge beauftragt. Die Dialoge haben das Ziel v. a. mit den Immobilieneigentümerinnen und -eigentümern zu alternativen Nutzungskonzepten in Kontakt zu treten. Außerdem werden der Stadt Nürnberg über das Projekt drei Laser zur Passantenfrequenzmessung in der Nürnberger Innenstadt für ein Jahr finanziert. Für dieses Projekt konnten bis Ende 2022 300.000 € eingeworben werden.

Sonderfonds „Innenstädte beleben“

1) *Pop-up-Center „Das Dürer“ (Arbeitstitel)*

Mit den Fördermitteln in Höhe von 40.000 € wird eine technische und wirtschaftliche Machbarkeitsstudie inkl. einem Betreiberkonzept für ein Pop-up-Center erstellt. Hierbei handelt es sich um eine gemischt genutzte Immobilie mit wechselnden Mieterinnen und Mietern. In einem Pop-up-Center können sich Läden, Gastronomie, Bildungseinrichtungen,

Kultur, Kunst, aber auch Coworking Spaces einmieten. Das Angebot ändert sich durch die kurzfristigen Mietverträge im Zeitablauf und bietet damit immer wieder Neues und Überraschendes. Zudem besteht die Chance, dass auch junge Label oder Startups ihren Platz in einem solchen Konzept finden können.

2) *Pop-up-Stores*

Mit den Fördermitteln in Höhe von 40.000 € erhält die Stadt Mittel, um leerstehende Immobilien für einen begrenzten Zeitraum (drei bis maximal 24 Monate) anzumieten und stark vergünstigt weiterzuvermieten. Damit kann die Stadt die Nutzung bestimmen und sowohl kleinen, inhabergeführten Einzelhändlern als auch Kunst- und Kulturschaffenden, gemeinwohlorientierten Nutzerinnen und Nutzern, aber auch Startups temporär Sichtbarkeit in der Innenstadt verschaffen. Diese können in zentraler Lage ihr Geschäftsmodell testen, die Stadt vermeidet einen Leerstand über einen längeren Zeitraum und kommt mit den Immobilieneigentümerinnen und -eigentümern ins Gespräch, auch was eine evtl. Nachnutzung angeht.

3) *Summer Street Adlerstraße*

Mit den Fördermitteln in Höhe von 60.000 € soll sich die Adlerstraße von April bis Oktober 2022 wieder in eine sog. Summer Street verwandeln. Ziel dieses City Werkstatt-Projekts ist es aufzuzeigen, ob sich die Adlerstraße beleben lässt und die städtebauliche Aufwertung angenommen wird, wenn der öffentliche Raum, der durch die Verkehrsreduzierung gewonnen wird, anderen Nutzungen verfügbar gemacht wird. Bereits im Jahr 2021 konnte in einer ersten Testphase gezeigt werden, dass durch Aufwertung des öffentlichen Raumes und Reduzierung des Parksuchverkehrs hier erhebliche Verbesserungen erzielt werden können. Auf Grundlage der Evaluation dieser Testphase soll die Summer Street Adlerstraße auch im Jahr 2022 weiter ihr Potenzial entfalten. Mobile Grünelemente, attraktive, auch konsumfreie Sitzgelegenheiten sowie erweiterte Flächen für die Außengastronomie und Freizeitangebote sollen hier Lebensqualität und Frequenz zusammenbringen.

4) *Innenstadtbelebungsfonds*

Der Innenstadtbelebungsfonds zielt auf die Umsetzung neuer Projekte bis Ende 2024. Der Werkstatt-Charakter ermöglicht temporäre Projekte mit städtebaulichem Bezug in Form von Prototypen, die die Akteure vor Ort selbstverantwortlich anstoßen und mithilfe der Stadtverwaltung umsetzen. Insgesamt fließen 360.000 € Zuschüsse in diesen Fonds, der von mehreren städtischen Dienststellen beantragt wurde. 150.000 € des Budgets verantwortet die Wirtschaftsförderung Nürnberg.

Da der größte Teil der verfügbaren Förderprogramme aus der Städtebauförderung kommt und somit die zur Förderung vorgeschlagenen Projekte einen direkten städtebaulichen Bezug nachweisen müssen, war für Projekte ohne einen solchen Bezug leider keine Förderung möglich. Dies betraf zum Beispiel eine Kooperation mit dem offenen Innovationslabor JOSEPHS (im Augustinerhof), um Innenstadt-Akteurinnen und -Akteuren systematisch und methodisch bei der Erarbeitung von Innovationen mit Innenstadt-Bezug zu unterstützen. Auch ohne spezifische Fördermittel kooperiert nun die Wirtschaftsförderung Nürnberg im Rahmen ihrer Möglichkeiten mit dem JOSEPHS zu Innenstadtthemen und konnte z.B. einen Retail Pitch Jam (ein Event, das Innovationen für den Einzelhandel präsentierte) und einen Experten-Workshop zum Thema „Handel in einer smarten Stadt“ durchführen. Gerade die Innovationsgenerierung und die Befähigung des inhabergeführten Einzelhandels zur Weiterentwicklung und Neuerfindung stellt für die Wirtschaftsförderung Nürnberg ein wichtiges Werkzeug zur Sicherung individueller Shopperlebnisse und zur Zukunftsfähigkeit des Handelsstandortes dar.

4. Exkurs: Digitale Kampagne „Nürnberger Quartiere“

Auch wenn mangels städtebaulichen Bezugs keine Fördermittel hierfür akquirierbar waren (s.o.), soll die digitale Kampagne „Nürnberger Quartiere“ der Congress- und Tourismuszentrale (ctz) hervorgehoben werden - als Beispiel für innovatives City Marketing und ein erfolgreiches Projekt der Nürnberger City Werkstatt.

Mittels der Web-App <https://quartiere-nuernberg.de> werden einzelne Quartiere der Nürnberger Altstadt vorgestellt. Dies erfolgt vor allem mit Bildern, Texten, Kurzfilmen und Audiodateien. Die Quartiere Weinmarkt, Augustinerhof und Jakobsmarkt sind bereits „online“. Es folgen die Quartiere Handwerkerhof, Burgviertel und Lorenzer Platz.

Ziel der Kampagne ist es, für die Gäste, aber auch die Menschen aus Stadt und Region, ein attraktives Erlebnis zu schaffen, sie an neue Orte zu lenken und spannende Geschichten zu erzählen.

Die Idee entstand im Rahmen der Nürnberger City Werkstatt und zwar vor dem Hintergrund, dass Orte wie die Kaiserburg, der Hauptmarkt, das Albrecht Dürer-Haus oder die großen Einkaufslagen in der Fußgängerzone allgemein bekannt sind. Hingegen gibt es in der Altstadt auch Ecken mit kleinen Läden, Bars, Cafés Galerien und kulinarische Highlights, die oft versteckt in den Gassen der Altstadt zu finden sind. Hier verbergen sich wahre Schätze, auf die mit der digitalen Kampagne wieder aufmerksam gemacht werden soll – sowohl bei den Gästen, als auch bei den Nürnbergerinnen und Nürnbergern.

Kommuniziert wird die Web-App über die Social-Media-Kanäle der CTZ, der beteiligten Akteurinnen und Akteure der City Werkstatt sowie über den Content Creator Kristof Göttling. Die lokalen Blogger Isabel Pyc von "Coucoubonheur" und Nina Soentgerath von "Reisehappen" haben bereits zwei Quartiere auf ihren Instagram-Kanälen vorgestellt. Eine feste Kolumne im Stadtmagazin "curt" begleitet die Kampagne im Print- und Online-Bereich. In den Betrieben vor Ort verweisen Plakate und Postkarten auf den digitalen Quartiersguide.

5. Fazit und Ausblick

Die Wirtschaftsförderung Nürnberg kann auf eine deutliche Steigerung ihrer Innenstadtaktivitäten in den letzten beiden Jahren zurückblicken, die Aufmerksamkeit und Anerkennung erfahren hat. Neben der Ausweitung der fachlichen Arbeit konnten auch umfangreiche Fördermittel eingeworben werden.

Vor allem im Rahmen der Nürnberger City Werkstatt sollen auch im Jahr 2022 neue Projekte angegangen werden. Dazu hofft Ref. VII/WiF weiterhin auf engagierte Akteurinnen und Akteure aus allen Branchen und Aktivitätsfeldern der Altstadt. Die Nürnberger City Werkstatt lebt von den Ideen und dem Engagement der Nürnberger Altstadt-Akteurinnen und -Akteure.

Anmerkung zur Diversity-Relevanz

Es bestehen keine Anhaltspunkte, dass diese Maßnahme bestimmte Personengruppen, beispielsweise unterschiedlichen Geschlechts, verschiedener ethnischer Herkunft, mit Behinderungen, unterschiedlichen Alters, sozialer Lage bevorteilt oder benachteiligt. Das Vorhaben ist damit nicht Diversity-relevant. Die Maßnahme hat weder diskriminierende Auswirkungen noch erschließt sie Potenziale für Gleichberechtigung bzw. Gleichstellung und Chancengleichheit.