Bericht zur Innenstadt

Sachverhaltsdarstellung:

Stab Innenstadt

Im Rahmen der *Zukunftsinitiative Innenstadt* hat das Wirtschafts- und Wissenschaftsreferat den Stab Innenstadt ins Leben gerufen. Seit dem 1. Februar 2024 fungiert er als zentraler Ansprechpartner der Stadtverwaltung für alle Akteurinnen und Akteure der Innenstadt. Dabei agiert er als Impulsgeber für neue Projekte und Motor für laufende Prozesse im gesamten Innenstadtbereich. Der Stab erfüllt die wichtige Funktion als Koordinator und Schnittstelle zwischen der Stadtverwaltung und den Interessensgruppen der Innenstadt und ist somit der primäre Ansprechpartner für alle Belange im Stadtzentrum.

Das Team des Stabs ist aktiv im Stadtgebiet präsent. Ziel ist es, den Dialog mit Einzelhandel, Gastronomie, Vertretern der Bürgerschaft und den Eigentümern zu intensivieren. Durch diesen direkten Austausch sollen die Bedürfnisse und Anliegen der Innenstadt ermittelt und effektiv mit den Dienstleistungen der Stadtverwaltung verknüpft werden. Prozesse und Vorhaben der Innenstadtakteure sollen gezielt vorangetrieben und beschleunigt und dadurch Veränderungen in der Innenstadt gestalterisch und strategisch forciert werden.

Überblick der Aufgabenschwerpunkte
Der Stab Innenstadt hat sieben Bausteine zur strategischen Weiterentwicklung der *Zukunftsinitiative Innenstadt* definiert:

1. Betriebsbetreuung
Der Stab Innenstadt ist operative Schnittstelle und Lotse, um Bürger, Handel, Gastronomie und die Stadtverwaltung in allen Innenstadtangelegenheiten zu betreuen und zu beraten, um die Kommunikation zu erleichtern und schnell auf Entwicklungen agieren und reagieren zu können. Zu den Aufgaben gehören die Übermittlung relevanter städtischer Informationen wie aktuelle Baustellenmaßnahmen oder Regelungsanpassungen sowie regelmäßige Austausch- und Vor-Ort-Termine, um Anliegen zügig aufzunehmen und an die entsprechenden Stellen in der Stadtverwaltung zur Umsetzung und Genehmigungsprüfung geben zu können. Darüber hinaus liegt der Schwerpunkt auf der Begleitung und Sichtbarmachung von neuen oder außergewöhnlichen Ladenkonzepten, Einzelhandels- und Gastronomieprojekten sowie besonderen Ereignissen in der Nürnberger Innenstadt.

2. Leerstands- und Ansiedlungsmanagement
Der Fokus des Leerstands- und Ansiedlungsmanagements liegt auf Konzeptentwicklungen mit dem Ziel, leerstehende Objekte im Stadtgebiet zu revitalisieren. Dies beinhaltet die Vermarktung oder Umnutzung der Immobilien in Zusammenarbeit mit Eigentümern und der Stadtverwaltung. Zu den zentralen Aufgaben gehört das Leerstandsmonitoring sowie die Unterstützung des Matching-Prozesses zwischen an einer Anmietung Interessierten und Eigentümern. Der Stab Innenstadt spricht gezielt Eigentümer leerstehender Ladenlokale an, um auch mögliche Zwischennutzungen zu fördern, darunter Pop-Up-Stores oder kulturelle Nutzungen. Die Akquise neuer Marken als Schwerpunkt des Ansiedlungsmanagements wird Teil einer umfassenden Standort- und Vermarktungsstrategie (voraussichtlich in 2025). Dazu zählen fundierte Standort- und Rentabilitätsbewertungen, die Entwicklung einer geeigneten Vermietungsstrategie und eine individuelle Zielmieteransprache. Es sollen Flächenprofile erstellt werden, um langfristig eine gezielte Standortprägung zu erreichen und Aussagen über ihre Eignung für bestimmte Nutzungen treffen zu können. Ziel ist es, geschäftsbereichsübergreifend ein zukunftsfähiges Standortprofil für die Nürnberger Innenstadt zu entwickeln.

3. Öffentlichkeitsarbeit und Marketing
Das City-Marketing mit dem Ziel einer starken Sichtbarkeit und positiven Positionierung der Innenstadt erfolgt im Rahmen einer konstruktiven Zusammenarbeit mit dem Amt für Kommunikation und Stadtmarketing (KoM) und der Congress- und Tourismuszentrale (CTZ), die über große Expertise im Bereich Destinationsmarketing verfügt. Der Stab Innenstadt bündelt und kuratiert alle innenstadtrelevante Informationen, z.B. Infos zu Baustellenmaßnahmen, Stadtgestaltung, Förderprogramme oder Veranstaltungen, auf der Webseite. Ziel ist es, die Aktivitäten und Inhalte der Stadtverwaltung zielgruppengerecht und authentisch aufzubereiten sowie Projekte und Ereignisse in der Innenstadt auch in Zusammenarbeit mit Bloggern und Influencern vorzustellen. Es sind verschiedene Aktionen und Kommunikationsmaßnahmen geplant, um die Projekte und Innenstadtveranstaltungen, wie z.B. die lange Einkaufsnacht oder den verkaufsoffenen Sonntag, zu begleiten und ihre Sichtbarkeit zu stärken sowie spannende und kreative Geschichten aus der Innenstadt zu erzählen.

4. Netzwerkarbeit
Neben dem Handel und der Gastronomie, die nach wie vor eine dominierende Rolle in der Innenstadt einnehmen werden, prägen alternative Nutzungsarten, wie Freizeitnutzungen, Dienstleistungen, Kultur, Kreative, Tourismus oder die Nachtökonomie das Stadtbild – eine Vielfalt von Akteuren, die es zu vernetzen und in die Verwaltungsstrukturen einzubinden gilt. Dazu sollen gemeinsame Initiativen und neue Formate zur Weiterentwicklung der Innenstadt aufgebaut werden.

Ein Eigentümernetzwerk der Nürnberger Innenstadt ist bereits in Planung. Neben der gemeinsamen Vernetzung von privaten Eigentümern und Eigentümern gewerblicher Immobilien sollen Netzwerkveranstaltungen dazu dienen, ein gemeinsames Verständnis für die Innenstadt zu entwickeln und aktuelle Herausforderungen zu diskutieren. Es sollen gemeinsam Ideen und Lösungsansätze für zukunftsorientierte Nach- und Umnutzungen, nachhaltige Behebung von Leerständen und Impulse zur Attraktivitätssteigerung und Verbesserung des Standortimages erarbeitet werden. Themen wie Aufenthaltsqualität, Erreichbarkeit und Mobilität innerhalb der Innenstadt oder Zusammenarbeit bei Nutzungs- und Betriebskonzepten sollen im Rahmen des Netzwerks besprochen werden.

Für die Belebung der Innenstadt, z.B. mit kulturellen Veranstaltungen oder verkaufsoffenen Sonntagen, wird zudem eine Zusammenarbeit mit den Handels- und Gewerbevereinen unter dem Dach von Erlebnis Nürnberg e.V. angestrebt, die auch Projekte aus den jeweiligen Mitgliederkreisen heraus initiieren.

5. Projekte und Events
Die Nürnberger City Werkstatt, eine gemeinsame Initiative des Wirtschafts- und Wissenschaftsreferates der Stadt Nürnberg und der Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken (IHK) zur Umsetzung temporärer Ideen wird nach erfolgreicher Pilotphase der letzten Jahre als dauerhaftes Instrument im Rahmen der Zukunftsinitiative Innenstadt etabliert. Die Koordination und Organisation liegt zukünftig beim Stab Innenstadt in Zusammenarbeit mit der IHK und der CTZ.

Derzeit wird die Umsetzung eines neuen städtischen Pop-Up-Stores als Angebot für verschiedene Unternehmen geplant und vorbereitet. Hierbei wird derzeit geprüft, welche Immobilie sich eignet, um ein Pop-Up-Store mit wechselnden Mietern aus den unterschiedlichen Bereichen Fashion, Design, innovative Produkte und Services sowie kulturellen Komponenten zu etablieren.

Darüber hinaus wird die Umsetzung weiterer Veranstaltungsformate und Events zur Belebung der Innenstadt geprüft.

6. Stadtgestaltung
Neben der Beteiligung an Planungs- und Umsetzungsprozessen städtischer Baumaßnahmen im Rahmen von Instruktionsverfahren, derzeit beispielsweise bei den Umbau- und Sanierungsarbeiten der Lorenzer Passage sowie der Neugestaltung der Breiten Gasse und des Ludwigsplatzes, wird der Stab zukünftig dauerhafte Innenstadt-Maßnahmen unter Berücksichtigung der Belange ansässiger Geschäfte und Gastronomiebetriebe begleiten.

7. Erleichterung rechtlicher Rahmenbedingungen
Es erfolgt kontinuierlich eine gezielte Überprüfung bestehender rechtlicher städtischer Regelungen, um Anpassungs- und Erleichterungsmöglichkeiten für Ansiedlungen in der Innenstadt zu bewerten. Aktuell werden neben der Anpassung der Sondernutzungsrichtlinie auch Ansätze zur Anpassung der Stellplatzsatzung erarbeitet und mit Ref. VI/BoB diskutiert.

Erste Arbeitsergebnisse
Das erste Fazit des neu gegründeten Stabs Innenstadt zeigt eine äußerst positive Bilanz.
Es wurden bereits Gespräche mit zahlreichen Einzelhändlern und Unternehmen in der Innenstadt - überwiegend in der Straßengebieten der 1A-Lage (Breite Gasse, Karolinenstraße, Königstraße) - geführt, um Rolle und Funktion des neuen Stabs vorzustellen und einen gegenseitigen Austausch zu ermöglichen. Die Reaktionen der Innenstadtakteure auf die Zukunftsinitiative und den vom Stab angebotenen Service waren durchweg positiv. Das lässt sich auch an den zahlreichen Anfragen und Anliegen erkennen, die neben dem Austausch in der Innenstadt vor Ort über weitere Kanäle eingegangen sind, darunter insbesondere Gesuchs- und Objektanfragen von potenziellen Interessenten für Einzelhandels,- Freizeit- oder Gastronomievorhaben sowie Anfragen zur Unterstützung bei der Umsetzung von Projektideen, von der Eröffnung eines Pop-Up-Stores in der Winklerstraße bis hin zur Umgestaltung öffentlicher Flächen und Verschönerung von Fassaden im Weikertsgäßchen. Die Realisierungsmöglichkeiten der eingereichten Projektideen werden derzeit mit den dabei relevanten Dienststellen besprochen.

Darüber hinaus wurden gezielt Gespräche mit Eigentümern und Maklern von Leerstandsobjekten geführt, um potenzielle Interessenten zu vernetzen und Möglichkeiten zu Nach- und Umnutzungen in der Innenstadt zu bewerten. So unterstützt der Stab u.a. auch bei der Objektsuche für die von BgA/Stab Stadtentwicklung geplante jüdische Begegnungs- und Bildungsstätte. Sowohl im Sinne eines attraktiven Nutzungsmixes für die Nürnberger Innenstadt und zur Erweiterung des Waren- und Dienstleistungsangebots als auch zur Behebung von Leerständen wurden zudem erste Kontakte zu ausgewählten Brands und namhaften Markenherstellern aufgenommen, z.B. zu Orca-Bräu oder Ikea, die derzeit innerstädtische Konzepte und kleine Formate testen.

Ein besonderer Fokus liegt derzeit auf der Neugestaltung der Breiten Gasse. Dabei ist es Aufgabe des Stabs, die Planungen im Sinne der Einzelhandelsunternehmen und Gastronomen zu begleiten und dabei relevante Innenstadtaspekte und Bedürfnisse und Anforderungen der ansässigen Geschäfte und Gastronomiebetriebe einzubringen.

Zusätzlich übernimmt der Stab eine zentrale Rolle im Rahmen der Umbaumaßnahmen der Lorenzer Passage. Eine zentrale Aufgabe ist es, die aktuellen Ladenmieter zu beraten und bei der Suche nach temporären Standorten während des Umbaus zu unterstützen, um so einen reibungslosen Übergang zu gewährleisten. Darüber hinaus unterstützt und begleitet der Stab die Kommunikation und hat eine Informationsveranstaltung für alle Eigentümer und Mieter der Passage organisiert, um über den Baubeginn, den Ablauf der weiteren Bauphasen und deren Auswirkungen auf die notwendigen Schließzeiten der Passage zu informieren.

Ein besonderes Highlight war das neue City Werkstatt-Projekt - „Nürnbergs Mega Schoko-Eierlei“ auf Initiative von Martin Rößler, Geschäftsführer des Café Beer in der Breiten Gasse. Der Stab Innenstadt hat das Projektteam schon während der Planung aktiv unterstützt, die

dafür relevanten Genehmigungsprozesse in der Stadtverwaltung begleitet, die Innenstadtakteure vernetzt und die Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt.

Die Internetpräsenz des Stabs Innenstadt wurde mit der Einführung der neu gestalteten Webseite (www.innenstadt.nuernberg.de) Anfang März 2024 erfolgreich gestartet. Der Internetauftritt bietet allen Interessenten die Möglichkeit, sich über aktuelle Projekte, Serviceangebote, Veranstaltungshinweise und den Aktivitäten des Leerstands- und Ansiedlungsmanagements zu informieren.

Zu einer erfolgreichen Umsetzung aller Aufgabenschwerpunkte und Bausteine ist die Bereitstellung angemessener personeller und ausreichender finanzieller Ressourcen erforderlich.

GALERIA Karstadt Kaufhof

Seit Schließung der GALERIA Karstadt Kaufhof-Filiale an der Königstraße im Juni 2023 steht das Gebäude leer. Angesichts der Zentralität und augenfälligen Präsenz dieser Immobilie hat die Suche nach einer attraktiven und zukunftsweisenden Nachnutzung höchste Priorität. Dies gilt umso mehr, da durch den gleichzeitigen Leerstand des ehemaligen City-Point in der Pfannenschmiedsgasse eine „tote Transitzone“ mit negativer Strahlkraft bis weit in die Breite Gasse hinein entstanden ist. Gleichzeitig ist ein sehr sensibler Umgang mit dem ehemaligen GALERIA Karstadt Kaufhof-Standort und seiner herausgehobenen Bedeutung im Gefüge der Innenstadt zwingend erforderlich.

Seit Bekanntwerden des Schließungsbeschlusses für GALERIA Karstadt Kaufhof an der Königstraße wurden zahlreiche Ideen für die künftige Nutzung dieser Immobilie bzw. dieses Standorts an die Stadtverwaltung herangetragen. Um mögliche Nachnutzungsoptionen hinsichtlich ihrer Eignung für diesen Standort bzw. ihrer Rolle im Kontext der Nürnberger Innenstadt, ihrer Kompatibilität mit der bestehenden Immobilie, ihrer Zukunftsfähigkeit, aber auch mit Blick auf ihre jeweilige Wirtschaftlichkeit umfassend zu beleuchten, wird derzeit von der Wirtschaftsförderung Nürnberg eine Studie ausgeschrieben. Die Studie soll ergebnisoffen sein; gleichzeitig soll sie die Möglichkeiten und Restriktionen einer Nachnutzung durch ein Kongresszentrum verstärkt in den Blick nehmen. Für die Erstellung der Studie liegt bereits eine Förderzusage über Landesmittel aus dem Städtebauförderungsprogramm i.H.v. rd. 135.000 Euro vor.

Ergänzend zur Ermittlung langfristig tragfähiger und gleichzeitig möglichst rasch umsetzbarer Nachnutzungsoptionen stehen Maßnahmen für eine kurzfristige Belebung des unmittelbaren Kaufhof-Umfelds im Fokus. Der derzeit dominierende Eindruck der verwaisten Eingänge und Schaufensterfronten soll damit zurückgedrängt und durch positive Bilder und Eindrücke ersetzt werden, um so weiteren downgrading-Tendenzen entgegenzuwirken. Darauf zielt auch das ebenfalls aus dem Städtebauförderungsprogramm geförderte Projekt „Zukunftsmusik“ des Projektbüros im Geschäftsbereich Kultur ab. Die im Rahmen dieses Projekts geplanten Aktionen sollen ab Spätsommer/Herbst 2024 beginnen. Um aber bereits möglichst zeitnah und zudem dauerhaft - d.h. nicht nur punktuell bei Veranstaltungen - für eine Belebung des Umfelds des ehem. Kaufhofs zu sorgen, sollen ergänzend Angebote wie z.B. Streetfood-Trucks oder Verkaufsstände das Interesse der Passantinnen und Passanten wecken und zu einem Verweilen in diesem Bereich der Innenstadt einladen. Das Wirtschafts- und Wissenschaftsreferat steht diesbezüglich bereits mit entsprechenden Anbietern in Kontakt.

<u>Anmerkung zur Diversity-Relevanz</u>
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.

Referat VII