25_FO0524a

Nürnberger City Kongress 2025

Sachverhaltsdarstellung:

Mit dem Nürnberger City Kongress am 27. Mai 2025 wurde ein starkes Signal für die gemeinsame Weiterentwicklung der Innenstadt gesetzt. An einem intensiven Kongresstag kamen rund 180 Vertreterinnen und Vertreter aus Bürgerschaft, Stadtverwaltung, Wirtschaft, Handel, Immobilienwirtschaft, Kultur und Politik zusammen, um zentrale Fragen zur Zukunft der Innenstadt gemeinsam zu diskutieren und neue Impulse zu setzen. Der Stab Innenstadt im Wirtschafts- und Wissenschaftsreferat organisierte den Kongress in enger Zusammenarbeit mit weiteren Geschäftsbereichen der Stadtverwaltung sowie dem Polizeipräsidium Mittelfranken und der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg.

Gemeinsam für die Innenstadt
Der Nürnberger City Kongress richtete sich an die Fachöffentlichkeit und bildet auch den Auftakt für einen breiten Beteiligungsprozess im Rahmen des integrierten Stadtentwicklungskonzepts (INSEK) für die Nürnberger Altstadt (vgl. AfS vom 15.5.2025).

Die Veranstaltung war zweigeteilt aufgebaut – mit einem Plenum am Vormittag und interaktiven Formaten am Nachmittag. Alle Geschäftsbereiche wurden von Beginn an einbezogen und hatten die Möglichkeit, sich entweder als Workshop-Geber oder durch die Entsendung von Mitarbeiterinnen oder Mitarbeitern in die Fachworkshops aktiv einzubringen. Die Ausgestaltung der Workshops lag vollständig in der Verantwortung der jeweiligen Geschäftsbereiche. Ziel war es, möglichst alle aktuell relevanten Innenstadt-Themen abzubilden.

Insgesamt wurden sieben fachliche Workshops sowie ein gesondertes Informationsformat umgesetzt. Die Themen waren:

- **Attraktive Innenstadt – öffentliche Räume neu denken**
  Themenmanagement: Stadtplanungsamt
- **Erreichbarkeit und Qualität in der Altstadt**
  Themenmanagement: Stab Stadtentwicklung im Bürgermeisteramt in Kooperation mit dem Verkehrsplanungsamt
- **Perspektiven für eine ökologisch-nachhaltige und klima-resiliente Innenstadt**
  Themenmanagement: Stab Ökologie und Gesundheit im Referat für Umwelt und Gesundheit
- **Tourismus als Impulsgeber für den Lebensraum Stadt**
  Themenmanagement: Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg
- **Tumo: Zukunfts(t)räume für die Innenstadt – Lernen, Entdecken, Bleiben**
  Themenmanagement: Referat für Schule und Sport in Zusammenarbeit mit dem Nürnberg Digital Festival
- **Wirtschaftsstandort Innenstadt – Erfolgreich und lebendig gestalten**
  Themenmanagement: Stab Innenstadt im Wirtschaft- und Wissenschaftsreferat
- **Zukunftsmusik oder die Rolle von Kunst und Kultur im öffentlichen Raum**
  Themenmanagement: Projektbüro im Geschäftsbereich Kultur
- **Informationsformat zum Thema „Sicherheit im Öffentlichen Raum als Standortfaktor“** Themenmanagement: Direktorium Bürgerservice, Digitales und Recht in Zusammenarbeit mit dem Polizeipräsidium Mittelfranken

Die Diskussionen waren intensiv, offen und konstruktiv. Deutlich wurde: Die Innenstadt bewegt – im doppelten Sinne. Sie ist nicht nur räumlicher Mittelpunkt, sondern auch ein Ort, an dem sich gesellschaftliche, wirtschaftliche und ökologische Entwicklungen bündeln. Umso

wichtiger ist es, dass die vielfältigen Perspektiven von Wirtschaft, Stadtgesellschaft und Verwaltung in die Entwicklung einer zukunftsfähigen Nürnberger Innenstadt einfließen.

Studie „Vitale Innenstädte 2024“ mit positiven Signalen

Ein wichtiger Bestandteil des City Kongresses war die Vorstellung der Nürnberger Ergebnisse der bundesweiten Studie „Vitale Innenstädte 2024“ des Marktforschungs- und Beratungsunternehmens IFH Köln. Die Studie präsentiert neue detaillierte Daten und Einschätzungen zur Situation und Entwicklungsperspektive der Nürnberger Innenstadt.

Besonders positiv schneidet Nürnberg in den Bereichen Fußgängerfreundlichkeit (1,9) und touristische Attraktivität (2,1) ab. Auch das Kultur- und Gastronomieangebot (jeweils 2,2) sowie die Lebendigkeit (2,3) kommen gut an. Das Einzelhandelsangebot erhält eine zwei minus (2,5). Natürlich gibt es auch Herausforderungen: Sauberkeit (3,1), Autofreundlichkeit (3,3), Grünflächenangebot (3,3) und Parkmöglichkeiten (3,6) bieten Verbesserungspotenzial.

Die Innenstadt wird von allen Altersgruppen besucht, das Durchschnittsalter ist im Vergleich mit anderen Städten aber etwas jünger. Der typische Besucher oder die typische Besucherin der Nürnberger Innenstadt ist 40 Jahre alt, nutzt öffentliche Verkehrsmittel, bleibt über zwei Stunden und kommt mindestens einmal pro Woche. Wichtigster Besuchsgrund ist nach wie vor das Einkaufen (66 %), gefolgt von Gastronomie (44 %) und Kultur- sowie Freizeitangeboten (25 %). Viele genießen zudem einfach die besondere Atmosphäre der Stadt.

Ein positiver Weiterempfehlungswert durch die Besucherinnen und Besucher unterstreicht: Die Nürnberger Innenstadt wird geschätzt – und sie hat Potenzial. Die IFH-Ergebnisse bestätigen und ergänzen die Erkenntnisse aus der bereits im Februar dieses Jahres veröffentlichten Konsumentenstudie des Nürnberg Instituts für Marktentscheidungen (NIM) (vgl. RWA vom 26.03.2025): Zentrale Erwartungen sind Verbesserung der Infrastruktur, aktives Leerstandsmanagement und vor allem Maßnahmen zur Aufenthaltsqualität.

Die Studienergebnisse von IFH und NIM bilden eine wichtige Grundlage für die nächsten Schritte und liefern wertvolle Anhaltspunkte zur Einschätzung bestehender Herausforderungen und Potenziale. Sie ermöglichen eine fundierte Priorisierung von Maßnahmen und helfen dabei, die zur Verfügung stehenden Ressourcen zielgerichtet einzusetzen.

Fazit:

Die Ergebnisse des Nürnberger City Kongresses zeigen, dass die Basis stimmt und die Nürnberger Innenstadt großes Potenzial hat. Die fachliche Grundlage ist tragfähig, und es besteht ein gemeinsames Ziel: eine Innenstadt, die lebendig, zukunftsfähig und offen für vielfältige Nutzungen ist. Die im Verlauf des Tages gesammelten Impulse stellen einen wichtigen Beitrag für die Weiterentwicklung des Innenstadtprozesses dar. Unter dem Motto „Konsum in der Innenstadt – Ein Blick auf die Konzepte der Zukunft“ plädierte die renommierte Handels-Zukunftsforscherin Theresa Schleicher dafür, mutige Glanzlichter zu setzen, ohne dabei den Blick für den gesellschaftlichen Mainstream zu verlieren. Selbst prämierte Projekte wie das Bikini Berlin scheitern, wenn sie zu spezialisiert ausgerichtet sind und keine breite Zielgruppe erreichen. Mut zu innovativen Ideen ist wichtig – aber ebenso wichtig ist ein tragfähiges Konzept mit breiter Nutzerbasis sowie die aktive Mitgestaltung durch alle relevanten Akteure.

Aktuell werden die Ergebnisse aller Workshops systematisch ausgewertet. Sie bilden eine wichtige Grundlage sowohl für die weitere Arbeit des Stabs Innenstadt, als auch den weiteren integrierten Stadtentwicklungsprozess (INSEK Altstadt, vgl. AfS vom 15.05.25). Ziel ist es, die Impulse aus dem Kongress konkret weiterzuverfolgen und in der Umsetzung spürbar werden zu lassen. Zentrale Grundlage für den Erfolg ist eine enge, koordinierte

Zusammenarbeit – sowohl innerhalb der Verwaltung als auch mit allen relevanten Akteuren vor Ort.

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.

Referat VII