



Fitnessprogramm „Starke Zentren“ Bayern



VORWORT



Die COVID-19-Pandemie hat die Zentren unserer bayrischen Städte und Gemeinden schwer getroffen. Nachdem wir unsere Innenstädte und -orte zuvor regelmäßig und völlig selbstverständlich zum Arbeiten und Einkaufen, für den Restaurant- oder Cafésbesuch, zu Kulturveranstaltungen oder zum touristischen Stadtbummel aufgesucht und als Treffpunkte und Plätze zum Verweilen geschätzt haben, kamen all diese Funktionen durch Lockdowns und Kontaktbeschränkungen ab März 2020 weitgehend zum Erliegen.

Zwei Jahre später wissen wir noch nicht, wann es die Pandemie erlauben wird, die letzten Restriktionen aufzuheben. Noch weniger wissen wir, welche Bereiche des innerstädtischen Lebens sich wieder vollständig erholen werden und welche Veränderungen dauerhaft sein werden. Die in der Pandemie aufgegebenen Einzelhandelsgeschäfte werden nicht wiedereröffnen, und mancher langjährige Theaterbesucher wird nicht wiederkommen.

Zur Wahrheit gehört allerdings, dass sich unsere Zentren schon seit längerem mit Problemlagen konfrontiert sahen, die nun im Zuge der COVID-19-Pandemie noch offensichtlicher zu Tage getreten sind. Verdrängung des stationären Einzelhandels durch Onlineangebote, Home-Office und mobiles Arbeiten statt täglichem Weg ins Büro, Heimkino per Streaming statt Kinobesuch haben zu innerstädtischen Leerständen und verändertem Mobilitätsverhalten geführt. Für all diese Themen brauchen wir umfassende Lösungsansätze und die Bereitschaft, jahrzehntelang Gewohntes zu hinterfragen – etwa die Nutzungs- und Funktionsaufteilung in unseren Zentren. Nur so können wir unsere zentralen Lagen zukunftsfähig und krisensicher weiterentwickeln, damit sie auch künftig ihren Versorgungsauftrag nicht nur für die jeweilige Kommune, sondern für das ganze regionale Einzugsgebiet erfüllen können.

Hierfür haben wir das Fitnessprogramm „Starke Zentren“ konzipiert, das einen multifunktionalen Ansatz verfolgt. Es geht weder allein um Stärkung des Einzelhandels noch speziell um Stadtbildverschönerung – es geht um eine Gesamtschau. Im Rahmen des Programms haben fünf bayerische Modellkommunen, jeweils mit Unterstützung eines externen, vom Bayerischen Wirtschaftsministerium beauftragten und bezahlten Gutachterbüros, innovative Projekte zur Stärkung ihrer zentralen Lagen und zur krisensicheren Gewährleistung ihres überörtlichen Versorgungsauftrages entwickelt. Das Projekt ist im Juni 2021 gestartet und findet – nach zahlreichen Arbeitstreffen, einem erfolgreichen Projektsymposium sowie vielfältigen regionalen Beteiligungsformaten – mit dem vorliegenden Handbuch seinen offiziellen Abschluss.

Das Handbuch stellt den Beitrag starker Zentren zur Herstellung gleichwertiger Lebens- und Arbeitsbedingungen im gesamten Freistaat dar und beschreibt zugleich die dabei bestehenden Herausforderungen. Es gibt Einblicke in den Projektablauf, die Einbeziehung einer möglichst breiten Öffentlichkeit sowie die Ausarbeitung von innovativen Schlüssel- und Modellprojekten in Beilngries, Coburg, Kempten, Rothenburg ob der Tauber und Schwandorf.

Das vorliegende Handbuch soll aber nicht nur der Dokumentation der in den fünf Kommunen entwickelten Maßnahmen dienen. Vielmehr soll es möglichst viele bayerische Städte und Gemeinden zur Nachahmung animieren. Über das künftige Gesicht unserer Innenstädte und -orte wird – ungeachtet aller staatlichen Hilfen – nicht in Ministerien in Berlin und München, sondern in Kommunalparlamenten und -verwaltungen entschieden. So wünsche ich den Verantwortlichen in den bayerischen Kommunen, aber auch allen anderen Interessierten eine im wahrsten Sinne des Wortes inspirierende Lektüre des Handbuchs. Möge es einen Beitrag dazu leisten, dass der attraktive, lebendige und vielfältige Charakter der bayerischen Zentren und Regionen erhalten und weiter gesteigert werden kann.



Hubert Aiwanger

Bayerischer Staatsminister für Wirtschaft,
Landesentwicklung und Energie

INHALT

1	Ausgangslage	6
1.1	Zentren im Wandel.....	7
1.2	Starke Zentren als Garanten gleichwertiger Lebens- und Arbeitsbedingungen und nachhaltiger Entwicklung.....	8
1.3	Herausforderungen der Zentren: Globale Megatrends, regionale Besonderheiten.....	9
1.4	Die COVID-19-Pandemie als Katalysator: Resilienz steigern, Transformation als Chance begreifen	11
1.5	Integrierte Entwicklung von Zentrum und Region.....	12
2	Das Fitnessprogramm „Starke Zentren“ in Bayern	14
2.1	Programmziele und -struktur	16
2.2	Projekttablauf – Stationen zu neuen Maßnahmenkonzepten.....	20
3	Fitnesscheck und Fitnessplan – ein Streifzug durch die Modellkommunen	22
3.1	Modellkommune Beilngries	24
3.2	Modellkommune Coburg.....	37
3.3	Modellkommune Kempten.....	52
3.4	Modellkommune Rothenburg ob der Tauber.....	70
3.5	Modellkommune Schwandorf	86
4	Modellprojekte: Inspiration für „Starke Zentren“	100
4.1	Modellprojekt 1 (Beilngries): Immobilien-Qualifizierungsoffensive.....	102
4.2	Modellprojekt 2: Weiterentwicklung der Plattform „bewusst-beilngries.de“	105
4.3	Modellprojekt 3 (Beilngries): Einrichtung eines innovativen Handwerkerhofes mit Existenzgründungsunterstützung und Coworkingmöglichkeiten	109

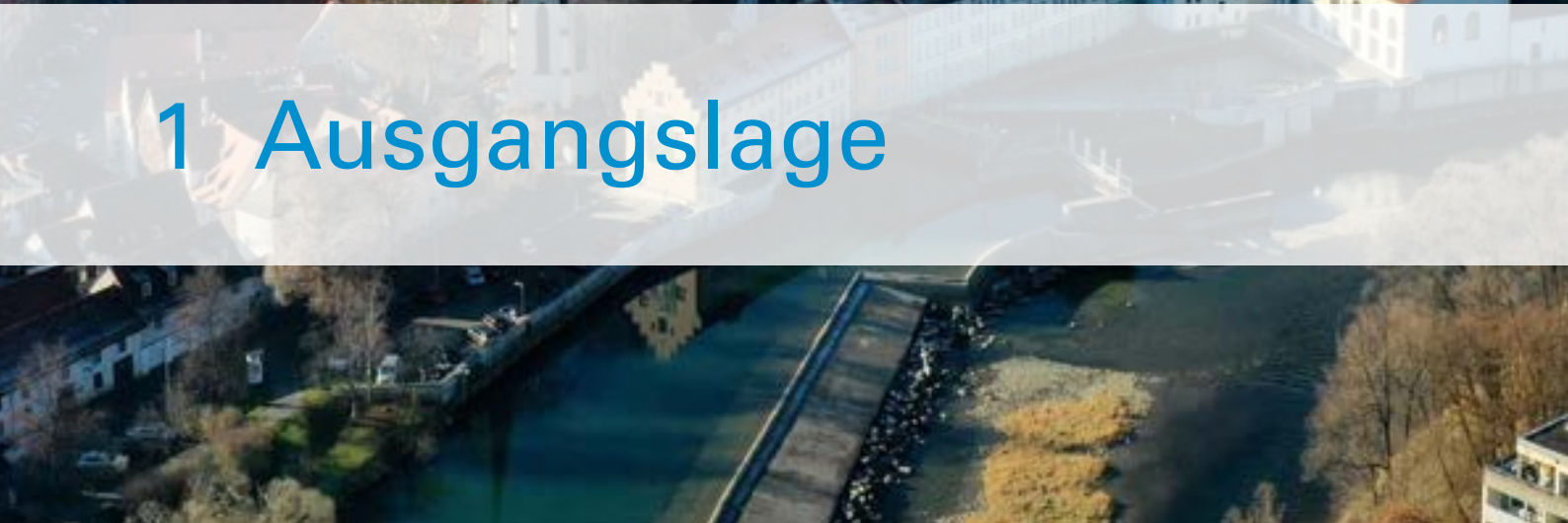
4.4	Modellprojekt 4 (Coburg): Integriertes Innenstadtmanagement – Projektgruppe Stadtmacher.....	113
4.5	Modellprojekt 5 (Coburg): Zwischenzeit Steinweg.....	116
4.6	Modellprojekt 6: PinaCOtheca – Offenes Atelier für Coburg	120
4.7	Modellprojekt 7 (Kempten): Illerstrand – den jungen Menschen Raum geben	123
4.8	Modellprojekt 8 (Kempten): St.-Mang-Platz – Innenstadtlabor für den öffentlichen Raum	126
4.9	Modellprojekt 9 (Kempten): Stadtmarke – Region und Stadt zusammenbringen	130
4.10	Modellprojekt 10: Modernisierung und Nutzungskonzept des RothenburgMuseums als „Museums Lab“	133
4.11	Modellprojekt 11: Aufbau von Studiengängen mit konkretem Bezug zur Stadt Rothenburg	136
4.12	Modellprojekt 12 (Rothenburg): Etablierung eines Regionalmarkts in der Schrannenscheune	139
4.13	Modellprojekt 13 (Schwandorf): Grüninitiative (Pocket Parks)	142
4.14	Modellprojekt 14 (Schwandorf): Digitales Leerstandsmanagement.....	146
4.15	Modellprojekt 15 (Schwandorf): Event- und Freizeitflächen Naab Parkhaus	149

5 Zusammenfassung und Ausblick 152

Abbildungsverzeichnis	155
Literaturverzeichnis.....	156
Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner	157
Bildnachweis.....	158



1 Ausgangslage



1.1 Zentren im Wandel

Die Zentren unserer Städte und Orte sind einem kontinuierlichen Wandlungsprozess unterworfen. Waren diese noch bis zum Beginn des 20. Jahrhunderts durch eine ausgewogene Mischung und ein engräumliches Nebeneinander von unterschiedlichen Nutzungen wie Handel und Versorgung, Wohnen, Arbeit, politische Repräsentation, Verwaltung, Bildung, Freizeit und Kultur, Gastronomie und Beherbergung gekennzeichnet – ein Umstand, der maßgeblich zur Vitalität, Vielfalt und Attraktivität von Innenstädten beigetragen hat –, so ist bis zur Jahrtausendwende diese Funktionsvielfalt der Innenstädte weitgehend zugunsten einer einseitigen Fokussierung auf den Handel verloren gegangen.

Diese funktionale Einseitigkeit hat die Innenstädte verletzlich und wehrlos gemacht gegenüber den schnellen Strukturveränderungen im Handel in den letzten Jahren. Der Trend zur Filialisierung, das Etablieren neuer Einzelhandelskonzepte auf der grünen Wiese oder die voranschreitende Digitalisierung und damit verbunden das Aufkommen neuer Online-Wettbewerber und onlinebasierter Geschäftsmodelle sind nur einige Ursachen, die die Innenstädte vor gewaltige Herausforderungen stellen und die Notwendigkeit zur Erneuerung begründen. Hinzu kommen oftmals endogene Ursachen wie beispielsweise die ungeklärte Nachfolge inhabergeführter Geschäfte oder kommunikative Defizite und die daraus resultierende fehlende Zusammenarbeit innenstadtrelevanter Akteurinnen und Akteure. Im äußeren Erscheinungsbild der Innenstädte zeigt sich dieser Umbruchprozess insbesondere in einer Abnahme der Angebotsqualität und des Warenbesatzes sowie in der Zunahme von Leerständen. Die ehemals für Innenstädte charakteristische Funktionsvielfalt und Individualität ist vielerorts – in anderen Teilen Deutschlands stärker als in Bayern – einer Monotonie, Uniformität und Austauschbarkeit gewichen. Mit diesem funktionalen und visuellen Abwertungsprozess gehen auch Veränderungen auf der atmosphärischen Ebene einher. So wird vielfach ein Verlust der Erlebnis- und Aufenthaltsqualität der Innenstädte empfunden, was erheblich zur Schwächung der Innenstädte als Orte der Begegnung, des Austauschs und der Interaktion beiträgt. Denn es gilt: Wo man sich nicht wohlfühlt, dort möchte man auch nicht verweilen.

Mit diesen Entwicklungsprozessen waren die Innenstädte in Bayern bereits vor der COVID-19-Pandemie konfrontiert. Die Pandemie und die monatelangen Lockdown-Maßnahmen haben sie allerdings beschleunigt. Eine breite Masse von Bürgerinnen und Bürgern hat sich notgedrungen mit dem Onlinehandel vertraut gemacht, der nun seinen Marktanteil in noch größerem Tempo zu Lasten des stationären Einzelhandels erhöht. Wichtige „Magnete“ der Innenstädte wie Gastronomie oder Kulturveranstaltungen waren und sind überproportional von den zur Pandemiebekämpfung ergriffenen Maßnahmen betroffen. Nach dem Ende der Restriktionen ist ein Teil des Publikums nicht mehr in die Theater und Konzertsäle zurückgekehrt.

Der Kurzabriss zu den Entwicklungsprozessen in den Zentren zeigt deutlich: Der Handlungsdruck wächst. Zentrale Orte müssen nicht nur deshalb zukunftsfähig und krisensicher ertüchtigt werden, um für sich selbst funktional und attraktiv zu bleiben, sondern um ihren überörtlichen Versorgungsauftrag weiterhin erfüllen zu können. Die Erneuerung ist nicht nur für die Zentren selbst von entscheidender Bedeutung, sondern auch für die Regionen, die die Zentren umgeben.

1.2 Starke Zentren als Garanten gleichwertiger Lebens- und Arbeitsbedingungen und nachhaltiger Entwicklung

Leitziele der bayerischen Landesentwicklung sind die Gleichwertigkeit der Lebens- und Arbeitsbedingungen in allen Teilräumen des Freistaats und die Nachhaltigkeit der Raumentwicklung, bei der die ökonomischen, ökologischen und sozialen Ansprüche an den Raum gleichrangig behandelt und so gestaltet werden, dass sie dauerhaft miteinander vereinbar sind (Landesentwicklungsprogramm Bayern – LEP –, Stand 01.01.2020, Abschnitt 1.1). Diese Ziele können mit einer räumlich ausgewogenen, polyzentralen Raum- und Siedlungsstruktur am besten erreicht werden.

Funktionsfähige Zentrale Orte sind eine wesentliche Voraussetzung ausgewogener und nachhaltiger Raumentwicklung. Das Zentrale-Orte-System ist daher ein Herzstück des Bayerischen Landesentwicklungsprogramms wie auch der Programme und Pläne der Raumordnung in ganz Deutschland. Die Zentralen Orte „sollen überörtliche Versorgungsfunktionen für sich und andere Gemeinden wahrnehmen. In ihnen sollen überörtliche Einrichtungen der Daseinsvorsorge gebündelt werden“ (LEP, 2.1.1). Damit soll eine flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit Einrichtungen und Leistungen in zumutbarer Erreichbarkeit sichergestellt werden, die aus Gründen der Wirtschaftlichkeit und/oder Tragfähigkeit nicht in jeder Gemeinde vorgehalten werden können. Ihre räumliche Bündelung in den Siedlungs- und Versorgungskernen der Zentralen Orte, verbunden mit einer guten Erreichbarkeit, bietet allen Vorteile: den Bürgerinnen und Bürgern durch kurze Wege bei Nutzung mehrerer Einrichtungen, den Anbietern der Einrichtungen durch erhöhte Attraktivität und Effizienz, den ÖPNV-Betreibern durch Bündelung des Nachfragepotenzials und nicht zuletzt der Umwelt durch weniger Verkehr und geringere Freiflächeninanspruchnahme.

Starke Zentrale Orte sind damit Garanten einer nachhaltigen Landesentwicklung, übernehmen sie doch gerade die Versorgungsaufgaben, die über die örtliche Grundversorgung und teilweise über die Regionsgrenzen hinausgehen. Deshalb ist es wichtig, die Entwicklungsdynamiken in Innenstädten nicht isoliert für sich zu betrachten, sondern im Kontext der regionalen Gegebenheiten zu begreifen und zu entwickeln. Entscheidend ist hierbei, die Verflechtungsbeziehungen zwischen Zentrum und Region zu kennen und zu berücksichtigen. Nur im Rahmen von optimal in der Region vernetzten Zentren können die vollen Attraktivitätspotenziale gehoben und das Nachhaltigkeitsziel erreicht werden. Durch ein starkes Zentrum werden Beschäftigungs- und Versorgungsmöglichkeiten in der ganzen Region gesichert.

1.3 Herausforderungen der Zentren: Globale Megatrends, regionale Besonderheiten

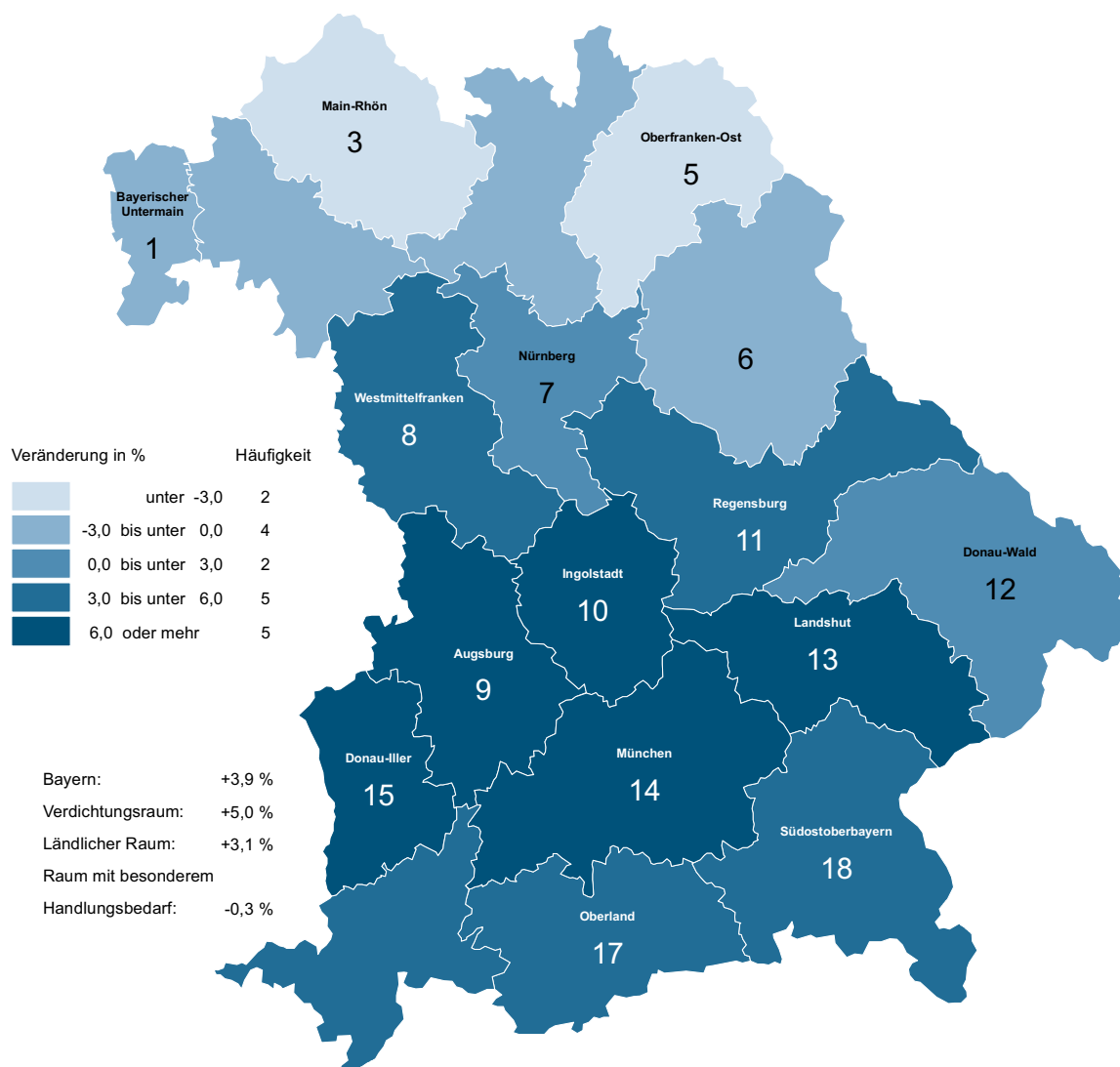
Die Zentren sehen sich einerseits globalen, andererseits individuellen Herausforderungen gegenübergestellt. Wie jedes Individuum, jedes Unternehmen und jede politische Körperschaft müssen die Zentren mit den globalen „Megatrends“ umgehen, sie erkennen, die mit ihnen verbundenen Chancen nutzen und Vorsorge gegen die mit ihnen verbundenen Gefahren treffen.

Gleichermaßen Chancen und Risiken birgt der Megatrend **Digitalisierung**. Mittels der Digitalisierung wird nicht nur die globale Vernetzung vorangetrieben, sondern es werden auch neue und räumlich unabhängige Geschäftsmodelle etabliert. Hierzu zählen beispielsweise (digitale) Dienstleistungsangebote wie große Onlineversandhändler, Lieferdienste im Allgemeinen oder auch Musik- und Videoplattformen. Die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Freistaat Bayern, seine Raumstruktur und viele Grunddaseinsfunktionen wie Arbeiten, Handel, Freizeit oder Wohnen sind dabei weitreichend. Betriebe und Beschäftigte profitieren von neuen Arbeitsmodellen mit Homeoffice, Mobile Office, Desk Sharing, Co-Working-Spaces usw. Dank der Digitalisierung können Arbeitnehmer ihre Arbeit ortsunabhängig erledigen, was einerseits zur Verkehrsentlastung und einer besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie, andererseits zu einem verstärkten Siedlungsdruck in der äußeren Peripherie der Metropolen führen kann. Gleichzeitig gewinnen im Zuge der Digitalisierung neue Themen wie digitale Aus- und Fortbildung, Kommunikation und Beteiligung durch soziale Medien, Sharing Economy etc. verstärkt an Relevanz, was viele neue Entwicklungspfade, auch für die ländlichen Räume, eröffnen kann. Folgerichtig hebt die Vision Bayern 2035 im Entwurf der LEP-Teilfortschreibung (Stand Dezember 2021) die Chancen der Digitalisierung hervor, „(...) um z.B. räumliche Versorgungslücken in dünn besiedelten Räumen zu schließen oder um flexible und nachfrageorientierte Angebotsstrukturen zu ermöglichen.“ Digitale Dienste sollen Standortnachteile ein Stück weit ausgleichen und die Lebensqualität vor Ort steigern.

Beim Megatrend **Klimawandel** überwiegen die Gefahren: durch den generellen Anstieg der Temperaturen, durch katastrophale Extremwetterereignisse, aber auch durch Einschränkungen der wirtschaftlichen Aktivität (z.B. im Wintertourismus). Auch in den Städten zeigen sich verstärkt die negativen, z.T. gesundheitsschädlichen Folgen des Klimawandels. Eine an den Klimawandel angepasste Innenstadtentwicklung kann eine Vielzahl von Maßnahmen von Freiraum- und Grünflächensicherung bis zu klimaangepassten Bauweisen umfassen. Zugleich müssen auch die Innenstädte einen Beitrag zum Klimaschutz durch eine Erhöhung der Energieeffizienz und die Reduzierung klimaschädlicher Emissionen leisten. So verlangt das LEP (Abschnitt 1.3.2), die räumlichen Auswirkungen des Klimawandels bei allen raumbedeutsamen Planungen und Maßnahmen zu berücksichtigen.

Der **demographische Wandel** zeigt sich an einer sinkenden Geburtenrate und einem stetigen Ansteigen des Durchschnittsalters. Zeitgleich wächst die Bevölkerung in Bayern kontinuierlich durch Migration sowohl aus anderen Teilen Deutschlands als auch aus dem Ausland. Die Bevölkerungsentwicklung verläuft in den Regionen Bayerns dabei sehr unterschiedlich, wie die nachfolgende Abbildung 1 zur erwarteten Bevölkerungsentwicklung bis 2040 für die einzelnen Regionen in Bayern zeigt. Besonders starken Bevölkerungszuwachs wird demnach vor allem die Metropolregion München erfahren, während vor allem die Regionen Oberfranken-Ost und Main-Rhön Bevölkerungsanteile verlieren werden.

Abbildung 1 Bevölkerungsentwicklung 2020 bis 2040 nach Regionen



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2021)

In Regionen mit starkem Bevölkerungswachstum sind eine Zunahme des Verkehrsaufkommens, eine erhöhte Nachfrage nach Daseinsvorsorgeleistungen und Engpässe bei der Wohnungsverorgung zu bewältigen; in Regionen mit Bevölkerungsrückgang kann die Gewährleistung der Daseinsvorsorge in erreichbarer Nähe erhebliche Anstrengungen erfordern. Das LEP Bayern (Abschnitt 1.2.1) enthält das Ziel, den Megatrend Demographischer Wandel bei allen raumbedeutsamen Planungen und Maßnahmen zu berücksichtigen.

Über die Bevölkerungsentwicklung hinaus bestehen im Flächenland starke Unterschiede zwischen den Regionen. Dies gilt beispielsweise in Bezug auf die Wirtschaftsstruktur, die soziodemographische Zusammensetzung, die naturräumlichen Gegebenheiten oder die kulturelle Prägung der einzelnen Regionen. Der Blick auf die Teilräume Bayerns zeigt dabei, dass diese raumstrukturellen Unterschiede nicht nur zwischen den einzelnen Regionen zu beobachten sind, sondern sich auch kleinräumig innerhalb einer Region und damit auf mikrogeographischer Ebene abspielen können.

Die Ertüchtigung der Zentren muss daher sowohl die geschilderten Megatrends als auch die besonderen regionalen Einflussfaktoren berücksichtigen. Lösungsansätze, die im Grundsatz in allen bayerischen Zentren

erfolgsversprechend sind, müssen durch individuelle Antworten auf besondere regionale und lokale Herausforderungen ergänzt werden, die von einer ungünstigen Verkehrsanbindung bis zu einer einseitigen wirtschaftlichen Abhängigkeit von einzelnen Branchen oder Betrieben reichen können.

Bei aller Verschiedenheit möglicher Ansätze zeichnet sich jedoch eine Zielsetzung ab, die für die langfristige Stärkung der Funktionalität, Vitalität und Attraktivität der Zentren in jedem Fall Erfolg verspricht: die (Wieder-)Herstellung einer größeren Nutzungs- und Funktionsvielfalt der Innenstadt.

1.4 Die COVID-19-Pandemie als Katalysator: Resilienz steigern, Transformation als Chance begreifen

Vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie wird in der politischen und wissenschaftlichen Diskussion gefordert, die Resilienz von Staat und Gesellschaft zu steigern. Resilienz bedeutet die Fähigkeit, krisenhaften Ereignissen zu widerstehen bzw. sich flexibel daran anzupassen und Funktionsfähigkeiten zu erhalten.

Die Ministerkonferenz für Raumordnung des Bundes und der Länder (MKRO) hat in ihrem Beschluss vom 29.11.2021 zu den „Lehren aus der Corona-Pandemie“ festgestellt, dass es „Aufgabe der räumlichen Planung sein wird, noch besser als bisher zu resilienten Raumstrukturen beizutragen.“ Dabei müssten „nicht nur belastbare und anpassungsfähige Raumstrukturen gewährleistet, sondern auch kontinuierliche Lern- und Transformationsprozesse initiiert werden.“ Nach Auffassung der MKRO „werden durch die Corona-Krise räumliche Transformationsprozesse beschleunigt und verstärkt, die schon vor der Pandemie festzustellen waren, etwa bei der Digitalisierung der Arbeitswelt und des Bildungssystems, der wachsenden Bedeutung mobiler Arbeit oder der Zunahme des Onlinehandels.“ Die MKRO „bekräftigt die Zielsetzungen „Gleichwertige Lebensverhältnisse“, „Nachhaltige Raumentwicklung“ sowie das Zentrale-Orte-System, da sie wesentlich zu resilienten Raumstrukturen beitragen.“

Was die Forderung der Ministerinnen und Minister nach mehr Resilienz speziell für die Zentren bedeutet, formuliert der Beirat für Raumentwicklung beim Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat in seiner Empfehlung vom 17.09.2021 anschaulich: „Durch die Pandemie wurde für viele Menschen der Wert funktionsorientierter Stadtmitten und Ortszentren besonders deutlich. Diese müssen deswegen zukunftstauglich gemacht werden – mit einer guten Mischung aus Einzelhandel, Arbeiten, Wohnen, Bildung, Kultur und Freizeitangeboten sowie attraktiven grünen Infrastrukturen.“

Unzweifelhaft verschärfen die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie die eingangs beschriebenen Problemlagen und legen die Handlungsnotwendigkeiten schonungslos offen. Zugleich zwingt die COVID-19-Pandemie dazu, über die Funktion und Gestaltung von Zentren neu nachzudenken. Um die Funktionsfähigkeit und Attraktivität der Innenstädte und -orte zu erhalten, reichen bauliche Verschönerungsmaßnahmen für sich genommen ebenso wenig aus wie die „vorschriftsmäßige“ Bereitstellung eines Mindestangebots an Daseinsvorsorgeleistungen. In vielen bayerischen Kommunen und Regionen ist das schon erkannt worden. Engagierte Akteurinnen und Akteure in Politik und Verwaltung, Wirtschaft und Gesellschaft, Ehrenamt und Vereinen arbeiten schon seit Jahren gemeinsam daran, dass die Zentren trotz aller wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Umbrüche attraktiv bleiben oder sogar an Anziehungskraft und Aufenthaltsqualität gewinnen.

Die COVID-19-Pandemie hat das Bewusstsein für die Problemlagen der Zentren indes nicht nur bei Fachleuten und Interessierten, sondern auch in weiten Teilen der Bevölkerung gesteigert. Leerstände haben die Probleme für viele Menschen greifbarer gemacht. Parallel hierzu lässt sich eine gestiegene Experimentierbereitschaft und Offenheit für neue innerstädtische Entwicklungspfade erkennen. Nicht zuletzt sind im Zusammenhang mit der Pandemie von EU, Bund und Freistaat erhebliche zusätzliche Mittel bereitgestellt worden, die zur Erüchtigung der Zentren eingesetzt werden können.

Die COVID-19-Pandemie und der damit noch beschleunigte Strukturwandel können also auch eine Chance für die Zentren und die sie umgebenden Regionen bieten – hin zu multifunktionaleren, lebendigeren, grüneren und inklusiveren Standorten mit einer zeitgemäßen Mischung und Vernetzung unterschiedlichster Funktionen.

1.5 Integrierte Entwicklung von Zentrum und Region

Dass Zentren Versorgungsfunktionen für das Umland übernehmen, liegt auf der Hand. Umgekehrt bestehen zahlreiche Abhängigkeiten des Zentrums von seinem Umland. Das Beispiel West-Berlins während der deutschen Teilung zeigt, dass eine von ihrer Region künstlich abgeschnittene Stadt nur mit größten politischen, finanziellen und logistischen Anstrengungen überleben kann.

Die Zentrumsfunktion der Städte und die Qualität ihrer Angebote sind nicht ohne die Beschäftigten und Verbraucher, die Zulieferungen und Dienstleistungen aus der gesamten Region denkbar. Ohne die Besucherinnen und Besucher aus der Region wäre das Stadttheater stets halbleer. Ohne die Patientinnen und Patienten aus dem Umland könnte die Facharztpraxis ihre teure medizintechnische Ausstattung nicht finanzieren, und ohne die Einpendlerinnen und Einpendler aus der Umlandgemeinde würde ihr die Sprechstundenhilfe fehlen.

Flächen für Verkehr, Logistik, Ver- und Entsorgung, aber auch für Wohnen und Gewerbe werden häufig nicht innerhalb der Stadtgrenzen bereitgestellt, sondern finden sich außerhalb der Städte in ihren jeweiligen Regionen. Die Region sorgt für Frischluftzufuhr und Erholungsmöglichkeiten für alle. Sie leistet so einen nicht zu unterschätzenden Beitrag zur Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit der Region als Ganzes, aber gerade auch des Zentrums. Vereinfacht ausgedrückt: „Die Region braucht das Zentrum, und das Zentrum braucht die Nachbarn in der Region!“ (Prof. Axel Priebts im Rahmen des Projektsummits „Starke Zentren“).

Verflechtungen und gegenseitige Abhängigkeiten zwischen Stadt und Umland, Zentrum und Region, die es schon immer gab, sind in den letzten Jahrzehnten noch gewachsen. So wurden gerade in den ländlichen Räumen im Zuge des Strukturwandels in der Landwirtschaft viele weggefallene landwirtschaftliche Arbeitsplätze durch neu geschaffene Stellen in den (Innen-)Städten kompensiert. Umgekehrt wurden immissionsintensive Produktionen aus den Zentren in die Peripherie verlagert. Die Intensivierung der Verflechtungsbeziehungen zwischen Zentren und Regionen wird an den angewachsenen Pendlerströmen offensichtlich. Die für die Attraktivität und Funktionsfähigkeit der Innenstädte entscheidende Verkehrserschließung erfordert eine zwischen Zentrum und Region koordinierte Bereitstellung von Infrastruktur und Mobilitätsangeboten.

Für die (Re-)Vitalisierung der Zentren nach der COVID-19-Pandemie ist daher Erfolgsvoraussetzung, dass die Verflechtungen zwischen Zentrum und Region berücksichtigt werden und die Kooperation der politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Akteurinnen und Akteure intensiviert wird.

Die durch die COVID-19-Pandemie beschleunigte Digitalisierung mit Onlinehandel, Homeoffice, digitaler statt physischer Kommunikation usw. wirkt sich auch auf die Zentrum-Umland-Verflechtungen stark aus. Möglicherweise werden gerade Mittel- und Oberzentren außerhalb oder am äußeren Rand der großen

Verdichtungsräume von den Veränderungen profitieren, vorausgesetzt, sie können mit guter Verkehrserschließung, leistungsfähiger infrastruktureller Ausstattung, einem ansprechenden Mix aus Funktionen der Daseinsvorsorge und hoher Aufenthaltsqualität Menschen unterschiedlichen Alters und mit unterschiedlichen Interessen und Bedürfnissen überzeugen. Denn wer verstärkt aus dem Homeoffice außerhalb der großen urbanen Verdichtungsräume arbeitet, der wird auch mehr (Frei-)Zeit in seiner näheren Umgebung verbringen und die Angebote seines Zentrums beziehungsweise seiner Region verstärkt nutzen. Auch vor diesem Hintergrund wird es entscheidend sein, Innenstädte und Zentren zukünftig stärker in die Region zu denken und im Verbund Zentrum-Region zu entwickeln.



2 Das Fitnessprogramm „Starke Zentren“ in Bayern

Die Herausforderungen vor denen Zentren und Regionen aktuell stehen waren Motiv des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (StMWi), das Fitnessprogramm „Starke Zentren“ ins Leben zu rufen. Das Programm soll dazu beitragen, die Attraktivität von Innenstädten langfristig zu sichern und ihre Ausstrahlung in die Regionen dauerhaft zu erhalten. Hierfür bedarf es neuer räumlicher Lesarten, querschnittsorientierter Herangehensweisen und innovativer Lösungsansätze. Dabei wurde das Augenmerk nicht ausschließlich auf die Innenstädte gelegt, sondern auch über diese hinausgeblickt; die zentralen Lagen wurden in ihrem größeren räumlichen bzw. landesplanerischen Zusammenhang betrachtet.

2.1 Programmziele und -struktur

Übergeordnetes **Programmziel** des Fitnessprogramms „Starke Zentren“ war die Entwicklung innovativer Maßnahmen zur Bewältigung der durch die COVID-19-Pandemie verstärkten Herausforderungen von Innenstädten und Ortszentren. Die zu erarbeitenden Maßnahmenkonzepte zielten auf unterschiedliche Zeiträume ab: Einerseits standen die akute Problemlage und damit die unmittelbare Bewältigung der vielfältigen Herausforderungen im Fokus, wobei es im Sinne einer Stabilisierung wichtiger Ankerfunktionen die Funktionsfähigkeit der Zentren kurzfristig zu sichern galt (Sofortmaßnahmen). Andererseits war der dauerhafte Erhalt und Ausbau der Funktionsfähigkeit von Innenstädten und Ortskernen langfristiges Programmziel (strategische Maßnahmen zur Risikovorsorge).

Da auch die nachhaltige Entwicklung von Ortszentren eine Querschnittsaufgabe darstellt, lag ein weiteres Programmziel in der Stärkung und Verbesserung örtlicher beziehungsweise überörtlicher Zusammenarbeit und der Vernetzung zentrenrelevanter Akteure. Ausgangspunkt für die Etablierung eines solchen Netzwerks „Starke Zentren“ waren regelmäßige Austauschformate im Projektverlauf sowohl auf Ebene des Gesamtprojekts als auch in den einzelnen Modellkommunen mit lokal und regional relevanten Akteuren.

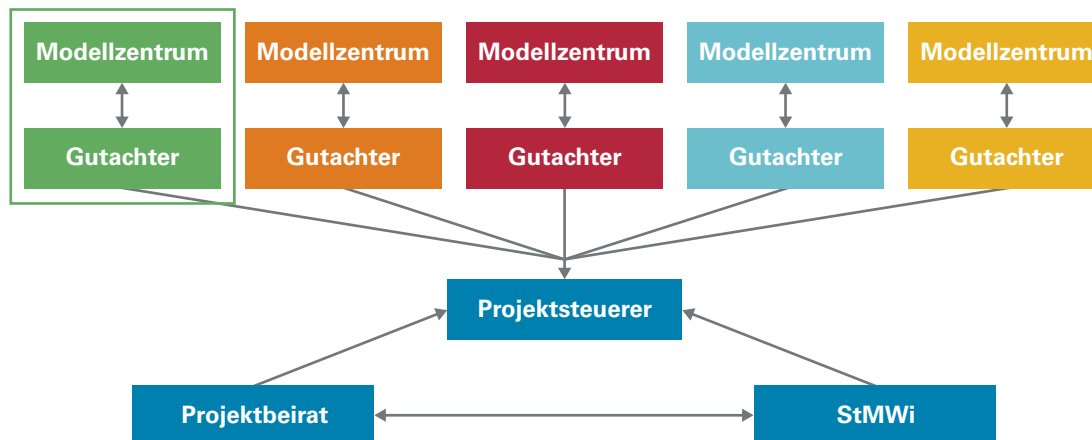
Ein abschließendes Programmziel bestand in der transparenten und nachvollziehbaren Dokumentation des Projektablaufs, der daran beteiligten Akteure sowie der ausgearbeiteten Maßnahmenkonzepte. Diesem wird mit dem vorliegenden Handbuch Rechnung getragen. Gleichzeitig soll es andere Kommunen, die sich mit ähnlichen Herausforderungen konfrontiert sehen, zur Entwicklung eigener, innovativer Projekte anregen.

Die **Struktur des Fitnessprogramms** basierte auf einem „Bottom-up-Ansatz“: Die Modellzentren erhielten die Möglichkeit ausgehend von ihren örtlichen Problemstellungen und Handlungsansätzen selbstständig individuelle, tragfähige Maßnahmenkonzepte zu entwickeln. Dabei wurden sie durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie unterstützt. So konnte dem Umstand Rechnung getragen werden, dass die Akteure vor Ort die Ausgangslage ihrer Kommunen am besten kennen und bewerten können.

Um den strukturellen Veränderungen und Herausforderungen der Zentren bestmöglich begegnen zu können, verfolgte das Programm einen multifunktionalen Projektansatz: Neben einer möglichst verbrauchernahen Einzelhandelsstruktur waren auch die Themen Mobilität, Wohnen, digitales und mobiles Arbeiten, Freizeit und Kultur sowie Aufenthaltsqualität von hoher Relevanz. Der Ansatz beschäftigte sich mit der Frage, wie durch eine neue, kreativ gedachte funktionale Mischung unvermeidbare Funktionsverluste bestmöglich ausgeglichen werden können. Im Rahmen des Fitnessprogramms wurden Innenstädte in ihrem regionalen Kontext neu gedacht und Ortskerne als regionale Begegnungs- und Versorgungsräume für die unterschiedlichen Altersgruppen stärker in den Blick genommen. Bei der Maßnahmenentwicklung bildeten die im LEP festgelegten landesplanerischen Erfordernisse stets die Richtschnur. Damit leistet das Fitnessprogramm einen wesentlichen Beitrag zur nachhaltigen und zielgerichteten Umsetzung der Landesplanung.

Um vergleichbare und zeitnahe Ergebnisse zu garantieren, wurde auf eine Gesamtprojektsteuerung (vgl. Pkt. 2.1.2) zurückgegriffen. Die wesentliche Aufgabe der Projektsteuerung lag in der Abstimmung zwischen den Gutachterbüros (vgl. Pkt. 2.1.1), den Modellkommunen (vgl. Pkt. 2.1.1), einem Projektbeirat (vgl. Pkt. 2.1.2) sowie dem Bayerischen Wirtschaftsministerium, welches als Projektleitung fungierte und inhaltliche wie organisatorische Vorgaben machte (vgl. Abb. 2).

Abbildung 2 Organigramm – Grundstruktur



Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (2021)

2.1.1 Auswahlprozess der Modellkommunen und Gutachterbüros

Im März 2021 lud das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie alle bayerischen Mittel- und Oberzentren ein, sich als Modellkommune im Rahmen des Fitnessprogramms „Starke Zentren“ zu bewerben. Bis zum Bewerbungsschluss am 30. April 2021 gingen 81 Bewerbungen ein.

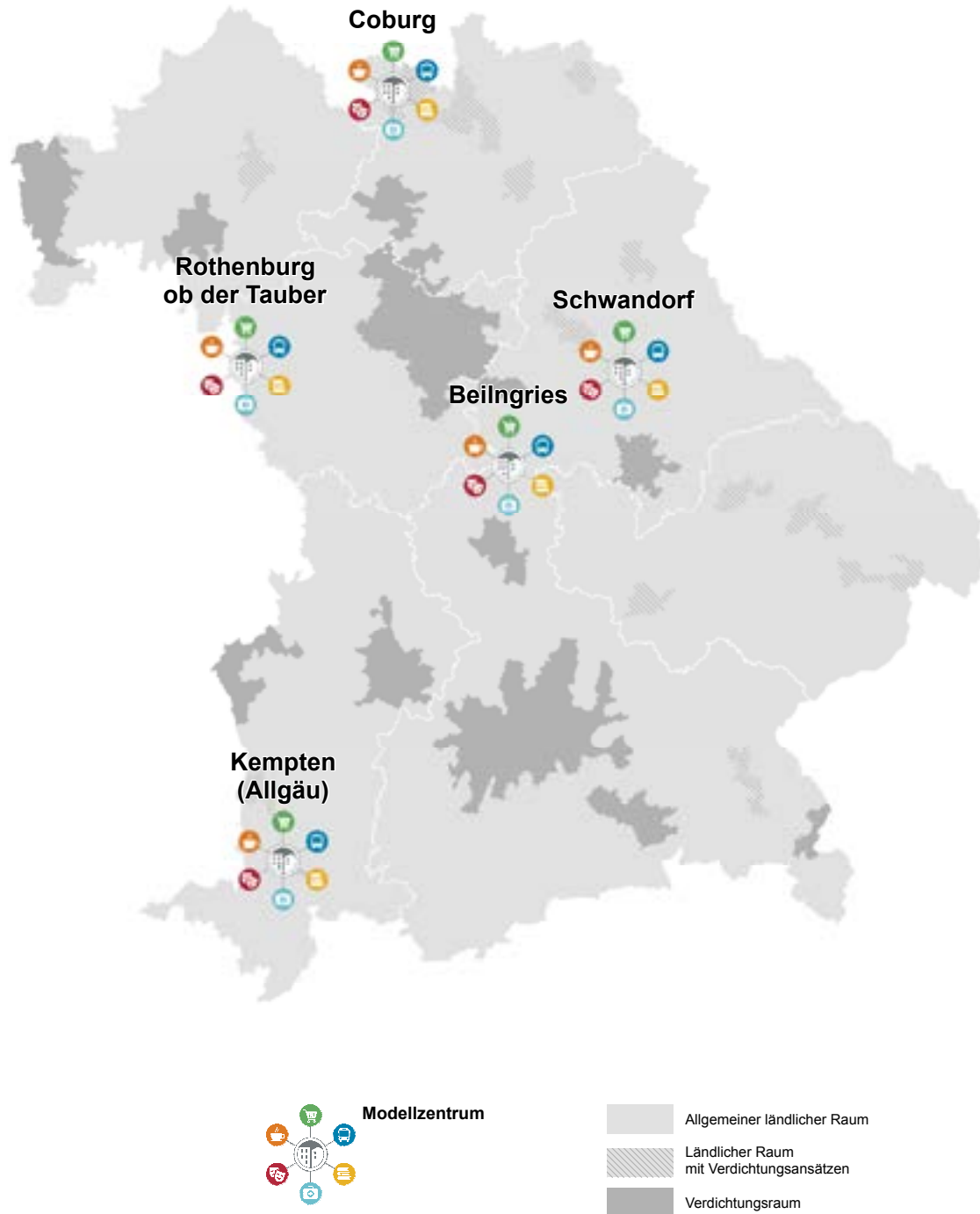
Übergeordnetes Ziel der von der Abteilung Landesentwicklung des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie getroffenen Auswahl war es, einen repräsentativen Querschnitt durch die bayerischen Mittel- und Oberzentren und der jeweiligen Problemlagen zu erhalten. Dem Auswahlverfahren lag dabei kein wettbewerblicher Gedanke zu Grunde; entscheidungsrelevant waren ausschließlich Aspekte der Repräsentativität, Übertragbarkeit und Qualität. Die fünf auszuwählenden Modellkommunen sollten:

- in fünf unterschiedlichen bayerischen Regierungsbezirken liegen,
- drei Mittel- und zwei Oberzentren umfassen,
- zwei Kommunen im Verdichtungsraum oder im ländlichen Raum mit Verdichtungsansätzen und drei Kommunen im ländlichen Raum umfassen, davon mindestens eine Kommune im Raum mit besonderem Handlungsbedarf (LEP-Gebietskategorien),
- eine rückläufige oder stagnierende (mindestens zwei Kommunen) bzw. eine zunehmende (mindestens zwei Kommunen) Bevölkerungsentwicklung aufweisen,
- mindestens eine in einer Grenzregion gelegene und mindestens eine touristisch geprägte Kommune umfassen.

Zugleich sollte sich aus den mit der Bewerbung übermittelten Angaben ergeben, dass die Durchführung des Programms in der auszuwählenden Kommune innovative, qualitätvolle und auf andere bayerische Kommunen übertragbare Ergebnisse erwarten lässt. Indizien hierfür waren neben einer realistischen Selbsteinschätzung bereits vorhandene Ideen für die Stärkung des Zentrums und nicht zuletzt etablierte, schlagkräftige Organisationsstrukturen.

Folgende Kommunen wurden ausgewählt:

Abbildung 3 Ausgewählte Modellkommunen und ihre Lage in Bayern



Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (2021)

Abbildung 4 Ausgewählte Modellkommunen im Überblick

Kommune	Regierungsbezirk	Raumkategorie	Art des Zentrums	Demographische Entwicklung
Beilngries	Oberbayern	Ländlicher Raum	Mittelzentrum	Bevölkerung zunehmend, Prognose zunehmend
Coburg	Oberfranken	Ländlicher Raum mit Verdichtungsansätzen	Oberzentrum	Bevölkerung stagnierend, Prognose abnehmend
Kempten	Schwaben	Ländlicher Raum mit Verdichtungsansätzen	Oberzentrum	Bevölkerung zunehmend, Prognose zunehmend
Rothenburg o.d. Tauber	Mittelfranken	Ländlicher Raum	Mittelzentrum	Bevölkerung stagnierend, Prognose stagnierend/abnehmend
Schwandorf	Oberpfalz	Ländlicher Raum	Mittelzentrum	Bevölkerung stagnierend, Prognose stagnierend/abnehmend

Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (2021)

Parallel zum Bewerbungsverfahren und zur Auswahl der Modellkommunen führte das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie eine öffentliche Ausschreibung für die fachliche Begleitung der Modellkommunen bei der Projektabwicklung durch. Die in der Ausschreibung erfolgreichen Gutachter- und Beratungsbüros wurden unter Berücksichtigung ihres fachlichen Profils und der räumlichen Nähe zu den Modellkommunen wie folgt zugeordnet:

- Beilngries: CIMA Beratung + Management GmbH (München)
- Coburg: Stadt + Handel Dienstleistungen GbR (Dortmund)
- Kempten: Modul5 Raumforschung & Raumkommunikation OG (Wien)
- Rothenburg ob der Tauber: BBE Handelsberatung GmbH (München), ISR – Institut für Stadt- und Regionalmanagement (München) und Plankreis Dorner und Gronle Partnerschaft mbH (München)
- Schwandorf: Planwerk Stadtentwicklung – Dr. Preisung, Schramm & Sperr Stadtplaner PartG mbH (Nürnberg) und Dr. Fruhmann & Partner Beratungsgesellschaft mbH (Parsberg)

2.1.2 Projektbeirat und Gesamtprojektsteuerung

Um sowohl dem multifunktionalen Ansatz des Fitnessprogramms „Starke Zentren“ als auch den vielfältigen Themen und Herausforderungen Zentraler Orte gerecht zu werden, ist die Berücksichtigung interdisziplinärer Expertise von großer Bedeutung. Aus diesem Grund wurde ein Projektbeirat ins Leben gerufen. Dieser stand sowohl den Projektteams als auch dem Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie beratend zur Seite.

Der Projektbeirat setzte sich aus 15 Fachexpertinnen und Fachexperten zusammen. Bei deren Auswahl wurde besonderer Wert darauf gelegt, dass alle wesentlichen, im Fitnessprogramm „Starke Zentren“ behandelten Themenbereiche Berücksichtigung fanden.

Die ausgewählten Fachexpertinnen und Fachexperten vertraten folgende Organisationen:

- Arbeitsgemeinschaft der Bayerischen Handwerkskammern
- Bayerischer Städtetag
- Stadt Kultur – Netzwerk Bayerischer Städte e.V.
- Bayerischer Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft e.V. (BLVKK)
- Arbeitsgemeinschaft der Regionalen Planungsverbände in Bayern
- Handelsverband Bayern (HBE)
- Bayerischer Jugendring (BJR)
- Katholische Landjugendbewegung Bayern (KLJB)
- Bayern Tourismus Marketing
- Bayerischer Industrie- und Handelskammertag (BIHK)
- Bayerischer Gemeindetag
- Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bayern)
- Bayerisches Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr (StMB)
- Bayerisches Staatsministerium des Innern, für Sport und Integration (StMI)
- Bayerisches Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst (StMWK)

Für die Abstimmung zwischen den Gutachterbüros, den Modellkommunen, dem Projektbeirat und dem Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie sorgte ein **Gesamtprojektsteuerer**. Dieser wurde im Rahmen einer öffentlichen Ausschreibung bestimmt. Nach Sichtung und Prüfung aller eingegangenen Bewerbungen fiel die Wahl dabei auf die Firma PricewaterhouseCoopers GmbH (PwC).

Der Gesamtprojektsteuerer sollte die Gutachterbüros und die Modellkommunen über die notwendigen Informationen (z.B. Termine, Grundlagen) im Projektverlauf in Kenntnis setzen. Weiterhin oblagen ihm die Erstellung und Abstimmung von Zeitplänen mit den Projektbeteiligten sowie die Organisation von gemeinsamen Veranstaltungen (z.B. Projektsummit). Darüber hinaus war der Gesamtprojektsteuerer für die Ergebnissicherung und die Dokumentation des Projektfortschritts gegenüber dem Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie in Form von Berichten (u.a. des vorliegenden Handbuchs) verantwortlich.

2.2 Projektablauf – Stationen zu neuen Maßnahmenkonzepten

Nach der Auswahl der Modellkommunen und der konstituierenden Sitzung des Projektbeirats fand am 30. Juni 2021 die **Auftaktveranstaltung** zum Fitnessprogramm „Starke Zentren“ im Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie in München statt. Staatsminister Hubert Aiwanger begrüßte die Vertreter der Modellkommunen und die Mitglieder des Projektbeirats und stellte Hintergründe sowie Ziele des Programms vor. Vertreter der Abteilung Landesentwicklung erläuterten die Auswahlentscheidung sowie Programmstruktur und -ablauf. Die Veranstaltung bot den Vertretern der Modellkommunen Gelegenheit zur Vernetzung untereinander und mit dem Projektbeirat, dessen Mitglieder bereits hier wichtige Impulse für den Projektverlauf und die operative Arbeit mit den Gutachterbüros setzen konnten.

In einem ersten Arbeitsschritt führten die Gutachterbüros dann eine Analyse der Zentrenfunktionen der zugeordneten Modellkommune im regionalen Kontext durch. Für diesen „**Fitnesscheck**“ wurden unter anderem die Frequenzbringer, Pull-Faktoren, Versorgungsaufgaben und die Bedeutung der Kommune für ihre jeweilige Region untersucht. Darüber hinaus wurden auch bereits vorhandene Berichte und Strategiepapiere gesichtet



Auftaktveranstaltung am 30. Juni 2021



Projektsummit am 27. September 2021

und ausgewertet. Außerdem wurde der Zustand der Zentren (Grunddaseinsfunktionen) im Vergleich zwischen der „Vor-Corona-Situation“ und der Ist-Situation analysiert. Ziel war die Ableitung zentraler Handlungsfelder hinsichtlich des akuten und vorsorgenden Handlungsbedarfs in den Modellkommunen.

Zum Abschluss des „Fitnesschecks“ kamen alle Projektbeteiligten im Rahmen eines **Projektsummits** am 27. September 2021 in München zusammen. Ziel dieser Veranstaltung war es, die bis dahin in Beilngries, Coburg, Kempten, Rothenburg ob der Tauber und Schwandorf gewonnen Erkenntnisse und Ergebnisse vorzustellen sowie deren Übertragbarkeit auf andere Städte und Gemeinden zu diskutieren. Die Veranstaltung wurde mit drei Impulsvorträgen aus Wissenschaft und Praxis eröffnet. Danach stellten die Projektteams (jeweils bestehend aus Modellkommune und zugeteiltem Gutachterbüro) ihre jeweiligen Arbeitsstände vor. Diese wurden schließlich im Rahmen von Working-Sessions mit den Vertreterinnen und Vertretern des Projektbeirats sowie des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie diskutiert. Dabei konnten auch weitere Anregungen für die Erarbeitung neuartiger und übertragbarer Projekte gegeben werden. Durch die enge Zusammenarbeit von Modellkommunen, Projektbeirat, Wissenschaft und Praxis wurde der Aufbau des Netzwerks „Starke Zentren“ gestärkt und damit dem innovativen Ansatz des Fitnessprogramms entsprochen.

Auf den Ergebnissen des Fitnesschecks aufbauend wurde anschließend von jedem Projektteam ein Maßnahmenkonzept bestehend aus umsetzungsreifen Schlüssel- und Modellprojekten („**Fitnessplan**“) erarbeitet. Dieses umfasste sowohl mögliche Sofortmaßnahmen zur Bewältigung von pandemiebedingten Problemlagen (Stabilisierung) als auch strategische Maßnahmen in Bezug auf die langfristigen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie (Risikovorsorge). Bei der Erarbeitung der kommunalen Maßnahmenkonzepte stellte die Information und Beteiligung der zentralen Akteure vor Ort (u.a. Bürgermeister, Verwaltung, Wirtschaft, gesellschaftliche Gruppen, interessierte Öffentlichkeit) einen wichtigen Baustein dar. Die jeweiligen Beteiligungsformate (sog. partizipative Planungsformate) konnten durch die einzelnen Projektteams frei gestaltet werden, wobei deren Organisation durch die Gutachterbüros erfolgte. Fortschritte und Ergebnisse des Fitnessprogramms wurden jeweils in geeigneten politischen Gremien vor Ort präsentiert und diskutiert.

Das Fitnessprogramm „Starke Zentren“ findet am 24. März 2022 sein vorläufiges Ende. Im Rahmen einer **Abschlussveranstaltung** kommen alle Projektbeteiligten nochmals zusammen, um die Projektergebnisse gemeinsam zu diskutieren. Dabei geben die Mitglieder des Projektbeirats Impulse zur Übertragbarkeit der erarbeiteten Modellprojekte auf weitere Kommunen in Bayern. Schließlich wird das vorliegende Handbuch „Starke Zentren in Bayern“ erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt.

3 Fitnesscheck und Fitnessplan – ein Streifzug durch die Modellkommunen



Nachfolgend werden die Ergebnisse der Modellkommunen Beilngries, Coburg, Kempten, Rothenburg ob der Tauber und Schwandorf stark verdichtet vorgestellt. Der Aufbau der Darstellung ist dabei zweigeteilt. Der erste Abschnitt enthält die wichtigsten Ergebnisse des Fitnesschecks. Der zweite Abschnitt stellt die im Rahmen des Fitnessplans erarbeiteten Schlüsselprojekte in Form von Projektsteckbriefen in kurzer und prägnanter Weise dar.

Vielversprechende Schlüsselprojekte mit einem besonderen Potenzial zur Nachahmung werden ausführlich in Kapitel 4 dargestellt und sind dort als Modellprojekte weiterentwickelt.

Für weitergehende Rückfragen zu den Schlüsselprojekten stehen Ihnen die Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner in den einzelnen Modellkommunen zur Verfügung. Eine Auflistung der jeweiligen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner zusammen mit den jeweiligen Kontaktdaten finden Sie im Anhang.

3.1 Modellkommune Beilngries

Beilngries ist die nördlichste Gemeinde Oberbayerns und grenzt an die Oberpfalz (Dietfurt und Berching), Niederbayern (Riedenburg) und Mittelfranken (Greding). Mit 9.953 Einwohnern in 21 Ortsteilen zum 30.06.2021 ist sie die einwohnermäßig kleinste der fünf Modellkommunen, die auch den kleinsten Verflechtungsbereich aufweist. Hierzu tragen auch das Oberzentrum Neumarkt und das Regionalzentrum Ingolstadt bei, die jeweils nur rd. 30 km entfernt liegen und über die Bundesstraße 299 bzw. die Autobahn A9 aus dem Beilngrieser Umland leicht erreicht werden können.

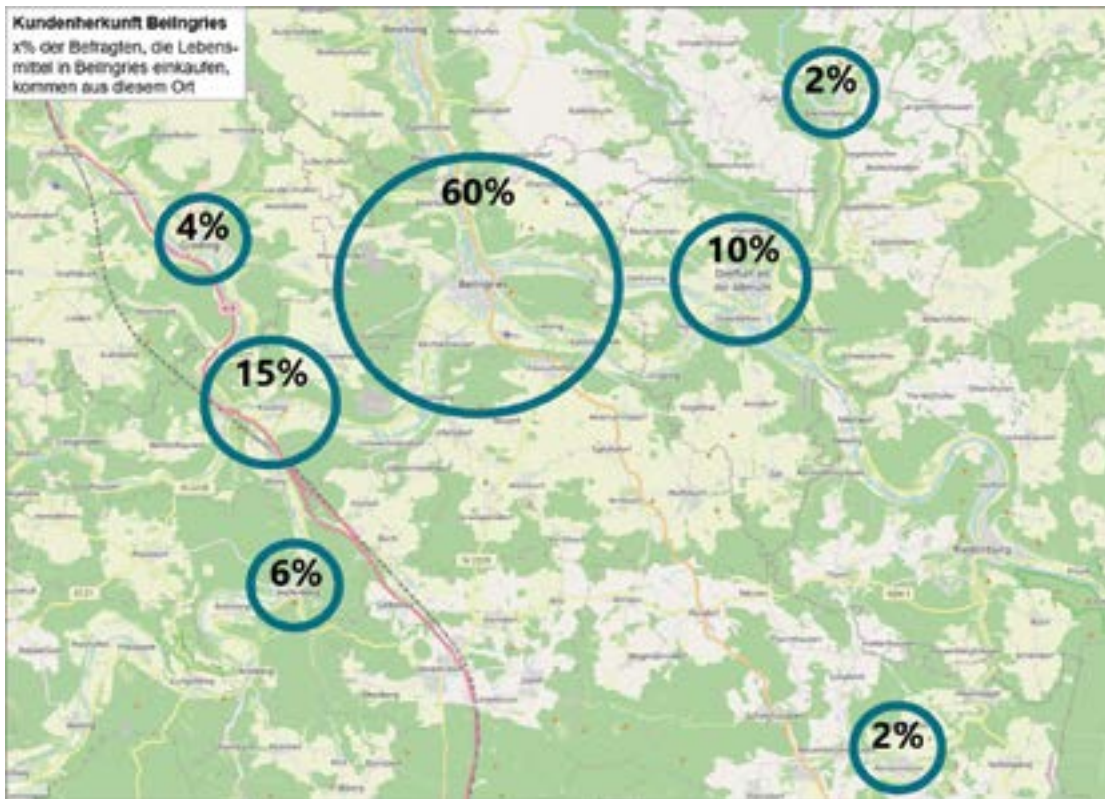
Dennoch hat das Mittelzentrum Beilngries aufgrund seines vielseitigen Einzelhandels, seinem breiten Arbeitsplatzangebot mit rd. 3.300 Beschäftigten (2019) und dem vollständigen Schulangebot eine hohe regionale Bedeutung. Diese ist in den letzten Jahren deutlich angestiegen, was in einer starken Zunahme der Beschäftigtenzahlen und einer um 133 % gestiegenen Einwohnerzahl des landesplanerischen Verflechtungsbereiches (LEP 2020 gegenüber LEP 2006) ablesbar wird.

Arbeitsbeziehungen reichen weit ins Beilngrieser Umland

Der Wirkungsraum der Arbeitsbeziehungen wird aus Abbildung 5 ersichtlich: Die Arbeitsbeziehung reichen bis ins rd. 25 Minuten Pkw-Fahrtzeit entfernte Titting und sind ansonsten auf einen 15-20-Minuten-Radius begrenzt. Die in der Abbildung angegebenen Werte konnten über eine CIMA-Befragung im Rahmen des 2021 durchgeführten, vom Bundeslandwirtschaftsministerium geförderten Projektes „Altmühl-Jura Regional Digital“ ermittelt werden.



Abbildung 5 Makrostandort „Das Starke Zentrum in der Region“



Quelle: Eigene Darstellung CIMA (2021)

3.1.1 Fitnesscheck Beilngries

Rückgang der Einzelhandelsfunktion führt zu einer leichten Schwächung der Kernstadt

Betrachtet man zunächst die Grundfunktionen, so ist die Kernstadt als Ort von Handel und Versorgung durch den Rückgang der Einzelhandelsfunktion und die Leerstandszunahme leicht geschwächt, wobei die Pandemie die Entwicklung verstärkt bzw. beschleunigt hat. Mit einer Quote von 13,5 % liegt der Leerstandsanteil im Zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt (ZVI) leicht über dem anderer Städte.

Abseits der A-Lage und ihrer Seitengassen befinden sich Bereiche mit umfangreichem Sanierungsstau, insbesondere im Immobilienbestand (äußere Poststraße, Lange Gasse). Hier sind auch ganze Gebäude leerstehend oder untergenutzt. Entstehende Leerstände lassen sich in Beilngries nur schwer durch sinnvolle Konzepte nachbesetzen und es ist eine Entwicklung hin zu eher einseitigen Sortimenten festzustellen. Ausschlaggebend sind überfällige Generationenwechsel der zumeist inhabergeführten Geschäfte sowie der größer werdende Druck durch den Onlinehandel und unzureichendes Digitalisierungs-Know-how der Betriebsinhaber.

Ein professionell besetztes und sehr aktives Altstadtmanagement wurde zur Gegensteuerung etabliert. Parallel dazu wurde ein Projektfonds für die Altstadt Beilngries ins Leben gerufen, der Finanzmittel zur Maßnahmenumsetzung bereitstellt. So konnten ein innovatives Zwischennutzungskonzept „Zukunftsraum“ ins Leben gerufen sowie Leerstandsexposés erstellt werden, um die Nachvermietungschancen zu steigern.

Beschäftigtenzuwachs und räumliche Bündelung der Unternehmen stärken die Funktion als Arbeitsort

In ihrer Funktion als Arbeitsort ist die Beilngrieser Kernstadt gut aufgestellt, da die überwiegenden Unternehmen in einem Gewerbegebiet innerhalb der Kernstadt gebündelt angesiedelt werden konnten und der starke Beschäftigtenzuwachs der letzten Jahre so der Kernstadt zugute gekommen ist. Im Regionalvergleich mit den Mittelzentren Eichstätt, Hilpoltstein und Kelheim entwickelt sich der Wirtschaftsstandort Beilngries äußerst positiv. Die bedeutendsten Arbeitgeber – abseits von Handel, Gastronomie, Hotellerie und Dienstleistungsbetrieben der Innenstadt – konzentrieren sich auf die Kernstadt.

Begegnungs- und Erlebnisfunktion insgesamt gut, aber ausbaufähig

Als Ort von Begegnung und Erlebnis kann der Zustand der Kernstadt aufgrund der städtebaulichen Situation und der attraktiven und umfangreichen (Außen-)Gastronomie als gut bezeichnet werden, die Aufenthaltsqualität wird jedoch vom Verkehrsaufkommen beeinflusst. Die Stellplatzsituation in der Altstadt ist angespannt: Parkflächen und Außensitzflächen der Gastronomie konkurrieren um Flächen, die zahlreichen größeren Altstadt-hotels halten bei Vollbelegung keine ausreichenden Parkkapazitäten bereit, die Parkplätze Mittelmühle und Hallenbad/ZOB liegen außerhalb der Altstadt und sind nicht optimal ausgeschildert. Um für Gäste auch ohne Auto erreichbar zu sein, sollte die Anbindung an den nächstgelegenen, aber rd. 11 km entfernten Bahnhof in Kinding verbessert werden. Es wird vom weiteren Pandemieverlauf abhängig sein, ob die stark durch die Außengastronomie geprägte Aufenthaltsqualität der Altstadt erhalten bleiben kann.

Digitale Kundenansprache steckt in den Kinderschuhen

Die Elemente der digitalen Kundenansprache und Aufenthaltsqualität sind auf der einzelbetrieblichen Ebene oft erst im Aufbau befindlich. Betrachtet man die Internetseiten der Beilngrieser Altstadtbetriebe, die eine eigene Internetseite betreiben (dies trifft lediglich auf 81 % der Betriebe zu), so fallen deutliche Qualitätsunterschiede bei den vermittelten Inhalten auf. Das gemeinschaftliche Online-Schaufenster der Einkaufsstadt Beilngries (www.bewusst-beilngries.de) ist dagegen in Gestaltung und Inhalt positiv zu beurteilen.

Kernstadt als Wohnort in der Bedeutung gestiegen

Als Wohnort ist zunächst die auch im Regionalvergleich sehr positive Einwohnerentwicklung der Stadt insgesamt zu nennen, jedoch steigt insbesondere die Bedeutung der Kernstadt im Vergleich zu den Ortsteilen. Daneben kommt es in den Ortsteilen zu einem zunehmenden Verlust von Grundfunktionen zu Gunsten der Kernstadt.

Betreuungsinfrastrukturen für Kinder und Senioren ausbaufähig

In der Altersstruktur zeigen sich die jungen Altersgruppen stärker besetzt als in Vergleichsstädten, zugleich wächst die Bevölkerungsgruppe 65+ im Vergleich deutlicher. Beides erfordert gut ausgebaute Betreuungs- bzw. spezialisierte Wohnangebote, im Städtevergleich ist dieser Sozialbereich (Betreuungsquoten in Schulen, Kinder- und Seniorenbetreuungseinrichtungen) jedoch weniger positiv zu bewerten.

Tourismusfunktion bis vor Corona stark ausgeprägt

Unter den Pull-Faktoren ist neben der Versorgungsfunktion des Einzelhandels und des Sozialangebotes sowie der Arbeitsplatzzentralität vor allem der Tourismus zu nennen: Hotellerie und Gastronomie sind zukunftsorientiert und sehr gut aufgestellt, aber in Bestand und Entwicklung vom weiteren Pandemieverlauf abhängig. Bis 2019 (vor Corona) stiegen die Gäste- und Übernachtungszahlen stetig an, auch bedingt durch umfangreiche Seminar- und Tagungskapazitäten. Dies wird unterstützt durch eine städtische, mit mehreren Fachkräften besetzte Tourismusinformatio n im Haus des Gastes. 2020 sind die Übernachtungszahlen stark eingebrochen auf ein Niveau von nur noch rd. zwei Drittel gegenüber 2019.



Trotz guter Fitness zeigt sich Handlungsbedarf

Als Handlungsfelder sind insbesondere die Leerstandssituation, die Digitalisierung, die Erreichbarkeit des Ortszentrums sowie die dortige Aufenthaltsqualität und nicht zuletzt die Zusammenarbeit und das Networking zwischen den einzelnen Akteurinnen und Akteuren der Wirtschaft zu nennen. Folgende zielführende Maßnahmen lassen sich auf Basis des Fitnesschecks erkennen:

- Erweiterung des Zwischennutzungskonzeptes „Zukunftsraum“: Starthilfe- und Begleitungsangebote, Kurse und betriebsindividuelle Coachings, Fortführung der Ansiedlung individueller, besonderer Betriebe
- Durchführung eines Standort-Business-Wettbewerbs: Wettbewerb zur Ansiedlung innovativer Unternehmenskonzepte u.a. aus den Bereichen Handel, Dienstleistung, Kultur oder Handwerk, Realisierungsförderung und Umsetzungsbetreuung mit großzügigen Unterstützungs- und Beratungsleistungen durch ein Expertennetzwerk vor Ort
- Immobilien-Qualifizierungsoffensive: Durchführung eines innerstädtischen Immobilienentwicklungswettbewerbs, Wirtschaftlichkeits-Potenzialanalyse für leerstehende Objekte (auch in Richtung Wohnnutzung, „Transition house“ für Jugendliche oder Betreuungseinrichtung), Fortführung der Eigentümerberatungen
- Gründerzentrum/Coworking-Space: Nutzung einer leerstehenden Innenstadtimmoblie, um Existenzgründern, Personen ohne Homeoffice-Platz oder „digitalen Nomaden“ Fläche zu bieten, günstige Arbeitsbedingungen zu schaffen und Vernetzung zu ermöglichen
- Digitalführerschein: Etablierung einer Workshopreihe zur Schulung und Qualifizierung der lokalen Unternehmerinnen und Unternehmer zu digitalen Themen, Steigerung der Onlinesichtbarkeit lokaler Unternehmen, Erhöhung der Qualität der Onlineaktivitäten, Sensibilisierung für digitale Themen und Möglichkeiten, Durchführung der Workshops durch lokale und regionale Expertinnen und Experten

Die nachfolgende Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Matrix (SWOT-Analyse) stellt die wichtigsten Befunde zusammenfassend dar.

Abbildung 6 SWOT-Analyse Modellkommune Beilngries

Stärken

- gut ausgebauter Einzelhandel
- breites Arbeitsplatzangebot mit steigender Beschäftigtenzahl
- vollständiges Schulangebot
- positive Entwicklung des Kaufkraftniveaus
- städtebaulich und architektonisch attraktive Altstadt
- bis zur Pandemie steigende Übernachtungszahlen
- umfangreiche Tagungskapazitäten einschließlich eines eigenständigen Tagungszentrums in einem Ortsteil
- Lage im Naturpark Altmühltal
- attraktives und umfangreiches Gastronomieangebot
- mehrere 3-Sterne-plus- und 4-Sterne-Hotels
- hohes Qualitätsniveau in Hotellerie und Gastronomie
- hohes radtouristisches Aufkommen
- junge Altersgruppen stärker besetzt als in Vergleichsstädten

Chancen

- professionell besetztes und sehr aktives Altstadtmanagement
- innovatives Zwischennutzungskonzept „Zukunftsraum“
- Lagevorteil (Nähe zu Nürnberg, Ingolstadt, München)

Schwächen

- Rückgang der Einzelhandelsfunktion in der Kernstadt
- steigender Leerstand in der Innenstadt, der auch ganze Gebäude betrifft
- angespannte Stellplatzsituation in der Altstadt bei Vollbelegung der Hotels

Risiken

- unzureichendes Digitalisierungs-Know-how der Betriebsinhaberinnen und -inhaber
- kein eigener Bahnanschluss und unzureichende Anbindung an Bahnhof in Kinding
- Die Betreuungsquote, also der Personalbestand pro Kind bzw. Schüler und Schülerin, liegt sowohl in den Schulen als auch in den Einrichtungen zur Kinderbetreuung unter denen vergleichbarer Städte
- Es ist fraglich, ob und wann der Tagungstourismus nach dem Ende der coronabedingten Restriktionen wieder das Vorkrisenniveau erreicht
- Mit nur einem Seniorenzentrum, das lediglich 71 Plätze bietet und bei der letzten Erhebung 2018 keine freien Plätze aufweisen konnte, wird der starken Zunahme der 65+-Einwohnerzahl nicht ausreichend Rechnung getragen
- hohe Nachfrage und geringer Platz für Wohnbau führt zu hohem Preisniveau
- geringe Vernetzung/Kooperation unter den Betrieben
- viele Fachärzte, aber absehbar zu wenige Hausärzte
- Desinteresse der Immobilieneigentümer an Stärkung der Funktionalität und Attraktivität des Zentrums
- Nachfolgeproblematik in Handwerk und Einzelhandel

Quelle: Eigene Darstellung CIMA (2021)

Fazit Fitnesscheck Beilngries

Die Ergebnisse des Fitnesschecks für die Marktgemeinde Beilngries lassen einen insgesamt guten Fitnesszustand erkennen. Ausgewählte Indikatoren zeigen für die zurückliegenden Jahre ein mehrheitlich positives Entwicklungsbild. Flankiert wird dieses Entwicklungsbild von einer guten bis sehr guten Ausstattung an Grundfunktionen. Auch diesbezüglich konnte sich Beilngries in den letzten Jahren positiv entwickeln, wobei sich vereinzelt Grundfunktionen mit Entwicklungspotenzial erkennen lassen, so zum Beispiel im Bereich der Betreuungsinfrastruktur für Kinder und Senioren.

Dank seiner naturräumlichen Gegebenheiten und Nähe zu landschaftlich reizvollen Lagen konnte sich Beilngries als Tourismusstandort und als Ort der Naherholung etablieren. Bis vor Corona verzeichnete die Marktgemeinde Beilngries ein stetiges Wachstum in diesem Bereich. Durch die Pandemie-Bedingungen hat der Tourismus, der für die Stadt von hoher wirtschaftlicher Bedeutung ist, jedoch hohe Einbußen zu verzeichnen.

Im Bereich des innerstädtischen Angebotes kundenorientierter Nutzungen, insbesondere des Einzelhandels, ist es zu einer Reduzierung der Betriebsanzahl und somit einem Anstieg der leerstehenden Ladenlokale gekommen, welcher sich im Stadtbild bemerkbar macht.

Um die Kundenansprache zu optimieren, sind Defizite der einzelbetrieblichen Digitalisierung etwa durch verbesserte Online-Auftritte oder durch die Nutzung von Social-Media-Kanälen auszugleichen.

3.1.2 Fitnessplan

Erweiterung des Zwischennutzungskonzeptes „Zukunftsraum“

- Erweiterung des Zwischennutzungskonzeptes durch:
 - Starthilfe- und Begleitungsangebote (z.B. Marketing, IT)
 - Unterstützungsleistungen (z.B. Corona-Hygiene-Support)
 - Kurse und Coachings (z.B. Social Media)
 - betriebsindividuelle Beratung (z.B. Kundenansprache, Sortimentsgestaltung)
- Fortführung der Ansiedlung individueller, besonderer Betriebe z.B. durch einen Standort-Business-Wettbewerb:
 - Ansiedlung innovativer Unternehmenskonzepte u.a. aus den Bereichen Handel/Dienstleistung/ Kultur/Handwerk
 - Realisierungsförderung und Umsetzungsbetreuung mit großzügigen Unterstützungs- und Beratungsleistungen
- Einrichtung eines unterstützenden Experten-netzwerks vor Ort



Zielsetzung

Erhalt und Steigerung der zentralörtlichen Funktion als Versorgungsstandort: Leerstände haben negative Auswirkungen auf die innerstädtische Aufenthaltsqualität. Insbesondere in einer stark touristisch geprägten Stadt wie Beilngries erwarten nicht nur Umlandbewohner, sondern auch Gäste eine durchgehend attraktive Ansprache durch Einzelhandelsgeschäfte und Gastronomie.

Handlungsfeld

Aufenthaltsqualität und Leerstand

Handlungsraum

Leerstehende Erdgeschossflächen der Innenstadt, sowohl in der A-Lage als auch in Nebenlagen und Seitengassen

Akteure

- Initiator: Stadtverwaltung
- Umsetzer: Altstadtmanagement
- Mitwirkende: Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer

Zeithorizont

Kurzfristig

Transformationsbezug

Entstehende Leerstände lassen sich in Beilngries nur schwer durch sinnvolle Konzepte nachbesetzen und es ist eine Entwicklung hin zu eher einseitigen Sortimenten festzustellen. Ausschlaggebend sind überfällige Generationenwechsel der zumeist inhabergeführten Geschäfte sowie der größer werdende Druck durch den Onlinehandel. Ein professionell besetztes und sehr aktives Altstadtmanagement wurde zur Gegensteuerung etabliert. Parallel wurde ein Projektfonds für die Altstadt Beilngries ins Leben gerufen, der Finanzmittel zur Maßnahmenumsetzung bereitstellt. So konnte unter der Bezeichnung „Zukunftsraum“ ein innovatives Zwischennutzungskonzept ins Leben gerufen werden, um die Nachvermietungschancen zu steigern.

Steigerung der Nebengassensichtbarkeit

- Attraktivitätssteigerung der Übergänge von der A-Lage in die Nebenlagen
- stärkere Berücksichtigung in relevanten Online-Auftritten
- attraktive Hinweisbeschilderung in Form eines Fußgängerleitsystems (Einführung von Orientierungstafeln und Richtungsbeschilderung z.B. von den Parkplätzen in die Altstadt)
- Schaffung von Verweilpunkten mit Sitzmöglichkeiten auf dem Weg zwischen Parkplätzen und Altstadt
- Unterstützung durch digital-analoge Stadterlebnisse (Verknüpfung städtischer Sehenswürdigkeiten und Erlebnispunkte mit Online-Informationen oder einer Online-Anwendung, die zum Online-Sightseeing einlädt und lokale Angebote mit dem virtuellen Raum und den Online-Angeboten verknüpft)



Zielsetzung

- Erlebbarkeit der gesamten Innenstadt, insbesondere auch für Gäste und Touristen steigern
- Förderung des Entdeckungstriebes nach „hidden places“ und eigenen Lieblingsplätzen
- Entlastung des Fußgänger- und Radfahreraufkommens der A-Lage

Handlungsfeld

Aufenthaltsqualität und Leerstand

Handlungsraum

Gesamte Innen- und Kernstadt

Akteure

- Initiator: Stadtverwaltung
- Umsetzer: Stadtverwaltung
- Mitwirkende: Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer, Architektinnen und Architekten, Stadtplanerinnen und Stadtplaner

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

Vor allem nach den Pandemie-Erfahrungen zählen für Reisende weniger „weit weg“ und „spektakulär“ als das Kennenlernen heimischer Städte und Regionen, die persönliche Teilnahme an der lokalen Kultur und das unmittelbare Erleben eines Ortes oder einer Region in all ihren Facetten. Das Erlebnis soll authentisch sein, zur Region und ihren Eigenheiten passen. Touristen suchen den Blick hinter die Kulissen, wollen eine Stadt ganzheitlich erleben.

Digitalführerschein

- Etablierung einer Workshopreihe zur Schulung und Qualifizierung der lokalen Unternehmen zu digitalen Themen wie Google My Business, Webseite, Social Media und technischer Innovationen, aber auch Textformulierung und Fotografie bzw. Video
- Durchführung der Workshops durch lokale und regionale Expertinnen und Experten

Im Gegensatz zu Einzelveranstaltungen ist die Bereitschaft, eine zusammenhängende Reihe von Workshops zu besuchen, an deren Ende ein Zertifikat, der „Digitalführerschein“ steht, wesentlich größer.

Die gemeinsame Durchführung im Kreis lokaler Unternehmen stellt eine höhere Motivation zur Teilnahme dar.

Die Stadt kann sich durch die Bewerbung der Veranstaltungsreihe als aktiver und innovativer Standort innerhalb der Region darstellen.



Zielsetzung

- Steigerung der Onlinesichtbarkeit lokaler Unternehmen
- Erhöhung der Qualität der Onlineaktivitäten
- Sensibilisierung für digitale Themen und Möglichkeiten

Handlungsfeld

Digitalisierung

Handlungsraum

Kernstadt, Stadtteile, Umland

Akteure

- Initiator: Stadtverwaltung
- Umsetzer: Beratungsunternehmen
- Mitwirkende: Unternehmerinnen und Unternehmer, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Zeithorizont

Kurzfristig

Transformationsbezug

Ein zu hoher Anteil von Unternehmen ist nicht online. Das heißt, sie haben keinen eigenen betrieblichen Internetauftritt und nutzen keine Kundenansprache über Facebook oder Instagram. Von den Unternehmen, die eine eigene Homepage betreiben, nutzen zu viele nicht die grundlegenden Möglichkeiten, aktualisieren ihre Informationen zu selten oder haben nicht optimal funktionierende und dadurch unzureichend nutzerfreundliche Internetseiten. Informationen zum Ladengeschäft (Öffnungszeiten, Kontaktdaten, Erreichbarkeit), zum Sortiment und zu den gebotenen Leistungen stellen dabei eine absolute Notwendigkeit dar.

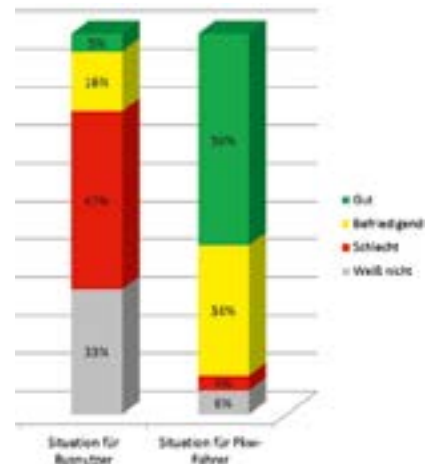
Optimierung der ÖPNV-Anbindungen

Um für Gäste auch ohne Auto erreichbar zu sein, sollte die Anbindung an den nächstgelegenen, aber rd. 11 km entfernten Bahnhof in Kinding durch die Einführung einer regelmäßigen Busverbindung verbessert werden.

Der Bahnhof Kinding (Altmühltal) bietet eine kurzfristige (16 Minuten Fahrzeit) Anbindung an den ICE-Halt Ingolstadt und somit an das überregionale Bahnnetz.

Folgende weitere Punkte sollten im Rahmen der Optimierung der ÖPNV-Anbindung geprüft werden:

- Wiedereinführung eines Shuttle-Busses für Tagungs-, Seminar- und Hotelgäste zwischen Außenparkplatz und Zielort
- Optimierung der Ortsteil-Anbindung durch flexible Mobilitätsangebote



Ergebnisse Haushaltsbefragung Stadt Beilngries im Rahmen des Mobilitätskonzeptes für die Region Altmühl-Jura (2017)

Zielsetzung

- Reduzierung des Individualverkehrs
- generelle Steigerung des ÖPNV-Anteils bei den Verkehrsmitteln im Gesamt- und Binnenverkehr
- Bereitstellung alternativer Beförderungsmöglichkeiten für Umland- und Ortsteilbewohner sowie Gäste

Handlungsfeld

Verkehrliche Erreichbarkeit, Mobilität

Handlungsraum

Kernstadt, Stadtteile, Umland

Akteure

- Initiator: Stadtverwaltung
- Umsetzer: Stadtverwaltung
- Mitwirkende: ÖPNV-Anbieter, Taxiunternehmer, Landkreis (Finanzierung)

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

Vor dem Hintergrund einer zunehmend älteren Bevölkerung mit geringerer Mobilität wird ein leistungsfähiges ÖPNV-Netz von zentraler Bedeutung sein, da die städtischen Versorgungsangebote (medizinischer, sozialer und Bildungsbereich, Einzelhandel) auf die Kernstadt Beilngries konzentriert sind.

Unter dem Aspekt des Klimaschutzes ist eine Reduzierung des Individualverkehrs sinnvoll.

Zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus ist eine gute Erreichbarkeit des Standortes auch ohne Pkw notwendig.

Ausbau der Radfahrer-Services

- Schaffung gut sichtbarer und erreichbarer Abstellflächen für Fahrräder durch zentral gelegene sowie den Gastronomiebetrieben zugeordnete Stellflächen,
- Bewerbung der bestehenden Rad-Servicestation am Haus des Gastes – oder Verlagerung an eine zentralere Stelle,
- Ergänzung des Radwegenetzes innerhalb der Kernstadt (z.B. Ingolstädter Straße),
- Einrichtung weiterer E-Bike-Ladestationen innerhalb der Altstadt,
- Angebot eines Just-in-time-Reparaturservices



Zielsetzung

- Fahrradtouristen fahren nicht an Beilngries vorbei, sondern fahren in die Innenstadt und erleben dort einen Rundum-Service,
- Versorgungsfahrten mit dem Fahrrad aus dem Umland oder aus den Ortsteilen werden als echte Alternative zum Auto gesehen.

Handlungsfeld

Verkehrliche Erreichbarkeit, Mobilität

Handlungsraum

Kernstadt, Stadtteile, Umland

Akteure

- Initiator: Stadtverwaltung
- Umsetzer: Stadtverwaltung
- Mitwirkende: ÖPNV-Anbieter, Taxiunternehmen

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

Trotz des hohen Aufkommens von Fahrradtouristen und des steigenden E-Bike-Anteils gibt es lediglich eine öffentliche E-Ladestation für Fahrräder in der Altstadt.

Aktueller (01.09.2021 bis 31.10.2024) Förderaufruf „Klimaschutz durch Radverkehr“ des Bundesumweltministeriums zur Unterstützung modellhafter, investiver Projekte, die das Radfahren im Alltag, in der Freizeit und für den Liefer- und Transportverkehr attraktiver machen.

Förderung von Praxiskooperationen

In Praxiskooperationen stehen den beteiligten Ärztinnen und Ärzten gemeinschaftlich genutzte Räumlichkeiten wie z.B. ein Operationsraum, gemeinsame Geräte wie z.B. ein Röntgenapparat und gemeinsames Personal z.B. im Bereich der Anmeldung zur Verfügung. Dadurch entstehen finanzielle Vorteile, die gerade für jüngere Ärztinnen und Ärzte bei Gründung einer Praxis entscheidend sein können.

Die Stadt Beilngries kann sich als aktiver und innovativer Standort innerhalb der Region darstellen, der attraktiv für jüngere Medizinerinnen und Mediziner und Psychotherapeutinnen und -therapeuten ist.

Zielsetzung

- Bündelung des medizinischen Versorgungsangebotes in zentraler Lage
- langfristige Sicherung der medizinischen Versorgung
- Optimierung von Öffnungszeiten und Erreichbarkeit
- Attraktivitätssteigerung von Praxismgemeinschaften gegenüber Einzelpraxen für neu an den Standort ziehende Ärztinnen und Ärzte

Handlungsfeld

Kooperation und Vernetzung

Handlungsraum

Kernstadt, Stadtteile, Umland

Akteure

- Initiator: Stadtverwaltung
- Umsetzer: Stadtverwaltung
- Mitwirkende: Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer sowie Ärztinnen und Ärzte

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

In Beilngries ist, wie in zahlreichen anderen bayerischen Kleinstädten, eine Überalterung der ansässigen Ärzteschaft feststellbar.

Insbesondere Hausärztinnen und Hausärzte ziehen nicht nach, da die Kosten einer Einzelpraxis hoch sind. Im Landkreis Eichstätt unterstützt die Kassenärztliche Vereinigung KVB aktuell eine Niederlassung sowie eine Praxisnachbesetzung. Praxiskooperationen bieten hier zusätzliche Vorteile.

Förderung alternativer Angebotsformen

Direktvermarktung, Abholboxen, Verkaufsautomaten und Liefersdienste insbesondere zur Nahversorgung in den Ortsteilen, aber auch als Regionalläden in der Innenstadt

- Aufbau eines Netzwerkes (Landwirtschaftsbetriebe, Gastronomen, Kleingewerbetreibende, Vermarktungsinitiativen etc.).
- Die bevölkerungsseitige Nachfrage nach regionalen Produkten (v.a. Lebensmitteln) wird momentan nicht gedeckt. Deshalb sollen Strukturen zur Entwicklung und Veredelung regionaler Erzeugnisse und Direktvermarktungsaktivitäten ausgebaut werden.
- Ausarbeitung eines Produkt- und Vermarktungskonzeptes
- ggfs. Zusammenschluss unter einer gemeinsamen Marke



2021 in Österreich gestartetes SB-Konzept von BILLA (Rewe-Gruppe), das auf 11 m² eine Grundversorgung mit Erzeugnissen lokaler Produzenten bietet

Zielsetzung

- Stärkung der Landwirtschaft durch die Steigerung der Wertschöpfung landwirtschaftlicher Erzeugnisse
- Förderung der Kooperation zwischen Landwirten und weiterverarbeitenden Akteurinnen und Akteuren
- Schaffung ergänzender Versorgungsangebote
- ggfs. zentrale Vermarktung regionaler Produkte unter einer gemeinsamen Marke

Handlungsfeld

Kooperation und Vernetzung

Handlungsraum

Kernstadt, Stadtteile, Umland

Akteure

- Initiator: Stadtverwaltung
- Umsetzer: Stadtverwaltung
- Mitwirkende: Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer, Bäuerinnen und Bauern, Eigenvermarktungsbetriebe

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

- steigende Nachfrage nach Regionalprodukten
- Verringerung der klimaschädlichen Transportwege – Lieferketten und Produktionsmengen rücken ins Blickfeld der Kundschaft
- nachhaltige Landwirtschaft
- Kundschaft legen Wert auf sozial und ökologisch verantwortungsvolle Herstellung
- das Besondere sind nicht mehr exklusive Produkte von weit her, es zählen Lokalität oder handwerkliche Erzeugung



3.2 Modellkommune Coburg

Coburg, eine kreisfreie Stadt im Norden des Regierungsbezirks Oberfranken mit 40.842 Einwohnern (Stand: 31.12.2020), stellt gemäß Landesentwicklungsprogramm 2020 (LEP) ein Oberzentrum dar. Die kreisfreie Stadt liegt zudem in einer Region mit besonderem Handlungsbedarf und bildet mit dem Landkreis Coburg sowie den nordöstlich, östlich und südlich angrenzenden Kommunen einen ländlichen Raum mit Verdichtungsansätzen.

Im Umland Coburgs befinden sich neben zahlreichen Grundzentren auch einige Mittelzentren. Nordöstlich von Coburg liegen die Mittelzentren Rödental (rd. 6 km) und Neustadt bei Coburg (rd. 12 km). Südöstlich folgt das gemeinsame Mittelzentrum Lichtenfels und Bad Staffelstein (rd. 15 km). Nördlich des Landkreises Coburg schließt Thüringen mit den Mittelzentren Sonneberg (rd. 16 km) und Hildburghausen (rd. 25 km) an (vgl. Abbildung 7). Die nächstgelegenen Oberzentren sind Kulmbach (rd. 39 km) in östlicher und Bamberg (rd. 40 km) in südlicher Richtung.

Abbildung 7 Makrostandort „Das Starke Zentrum in der Region“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel (2021). Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL

Coburg – ein Oberzentrum mit Verflechtungsbeziehungen bis Südthüringen

Als Oberzentrum übernimmt Coburg eine überregionale Versorgungsfunktion für die Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen auch des höheren, spezialisierten Bedarfs. Diese Versorgungsfunktion strahlt dabei nicht nur in das Umland von Coburg, sondern zeigt auch enge Verflechtungen mit Kommunen im südlichen Thüringen. Besonders ausgeprägt sind die Verflechtungen entlang der Hauptverkehrsachsen A73, B303 und B4. Da vor allem der Norden, Süden und Westen von Coburg stark durch Grundzentren geprägt sind, welche den Versorgungsauftrag für zentralörtliche Einrichtungen der Grundversorgung für die Einwohner ihres Nahbereichs innehaben, sind die Verflechtungen hier besonders hoch. Begrenzt wird das Einzugsgebiet neben anderen Faktoren, zum Beispiel Distanz, auch von den dezidierten Einzugs- und Verflechtungsgebieten der umliegenden Städte. Dies umfasst die Einzugsgebiete von Suhl, Meiningen und Ilmenau im Norden, von Kronach und Sonneberg im Osten, von Lichtenfels und im weiteren Sinne auch von Bamberg im Süden. In westlicher Richtung wirkt bereits das Einzugsgebiet von Bad Königshofen im Grabfeld sowie der Stadt Schweinfurt auf die umliegenden Gemeinden.

Bis 2030 weiterer Bevölkerungsrückgang erwartet

In Bezug auf die sozioökonomische Lage zeigt sich ein gemischtes Bild in Coburg. Coburg, eine Stadt mit aktuell 40.842 Einwohnern, verzeichnete seit 2010 einen leichten Bevölkerungsrückgang von -0,6 % (Landkreis: rd. -1,9 %, Regierungsbezirk Oberfranken rd. -0,9 %). Dieser Entwicklungspfad wird sich in Coburg bis 2030 weiter fortsetzen (-3,4 %).



Demographischer Wandel zeigt sich auch in Coburg

Ein Blick auf die Altersstruktur Coburgs zeigt, dass der Anteil von jungen Leuten unter 18 Jahren bei rd. 14,3 % liegt. Der Jugendquotient der Stadt Coburg liegt demnach bei rd. 26,8 und ist im Verhältnis zum Landkreis (rd. 9,7) und dem Regierungsbezirk (rd. 28,8) etwas niedriger. Die Altersgruppen 18 bis 29 Jahre (rd. 14,9 %), 30 bis 39 Jahre (rd. 13,3 %) und 40 bis 49 Jahre (rd. 10,6 %) haben einen ähnlichen Anteil in der Coburger Bevölkerung.

Mit rd. 23,0 % bzw. rd. 23,9 % sind die Altersgruppen 50 bis 65 Jahre und 65 Jahre und älter deutlich stärker vertreten. Dies schlägt sich in einem Altenquotient von rd. 39,8 nieder. Der Landkreis Coburg weist hier einen leicht höheren Wert auf (rd. 40), wohingegen der Regierungsbezirk einen leicht niedrigeren Wert innehat (rd. 38,3). Das Durchschnittsalter der Stadt Coburg liegt bei 45,8 Jahren und liegt damit im Mittel des Bezirks Oberfranken (45,7). Die Bevölkerungsentwicklung in Coburg wird von den Geburtenüberschüssen negativ beeinflusst (-227, Stand 2020).

Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten rückläufig

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort lag in der Stadt Coburg am 30. Juni 2020 bei 33.237. Zwischen 2015 und 2020 sank die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten um rd. 1,5 %. Aus der Gegenüberstellung von insgesamt 33.237 Beschäftigten am Arbeitsort und 16.995 Beschäftigten am Wohnort, zum Stichtag 30. Juni 2020, ergibt sich für die Stadt Coburg ein positiver Pendleraldo von 16.242 Personen. Dieser Wert ist für die Stadt Coburg im Vergleich zu den kreisfreien Städten in der räumlichen Nähe Coburgs, die Einwohnerzahlen berücksichtigend, als positiv einzuschätzen. Dies weist darauf hin, dass Coburg eine ebenso wichtige Funktion als Arbeitsort einnimmt wie andere Städte der Region, z.B. Bamberg.

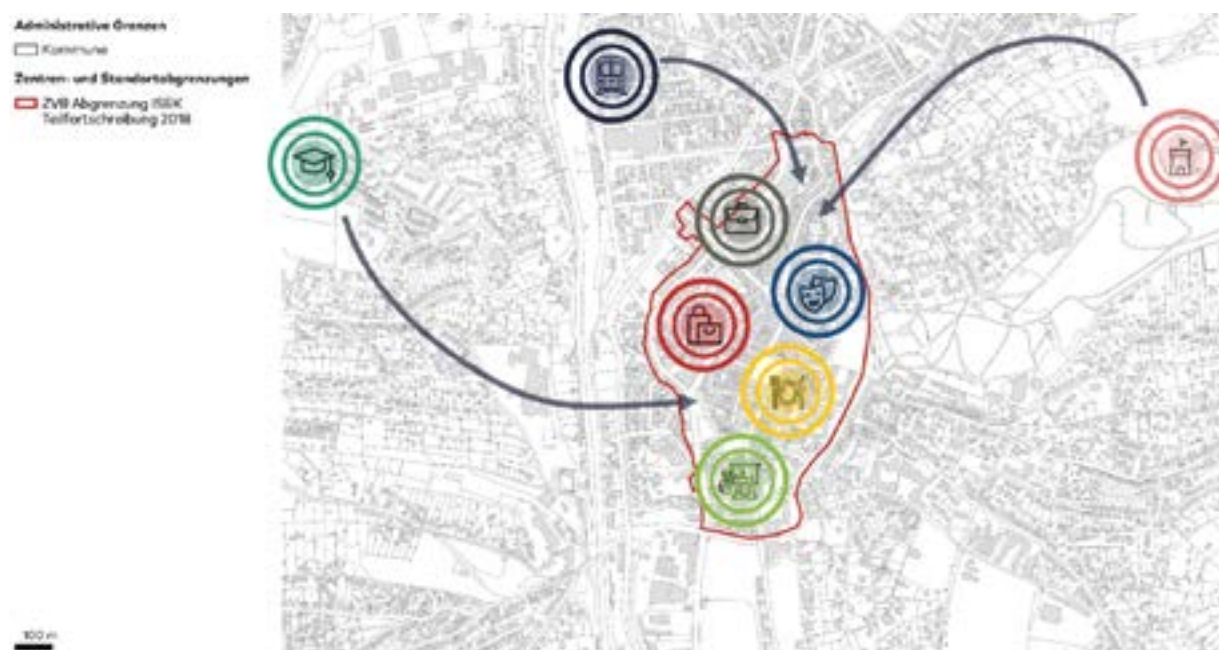
Tagestouristen dominieren das Tourismusgeschehen

Im Bereich Tourismus hat die Stadt Coburg eine Tourismusintensität von 180 und verfügt damit im Vergleich zu anderen Gemeinden und regionalen Einheiten über einen relativ gering ausgeprägten Tourismus. Die Aufenthaltsdauer liegt mit 1,8 Tagen unter dem oberfränkischen Durchschnitt von 2,7 Tagen. Insgesamt zeigen die Ergebnisse deutlich, dass Coburg als Tourismusdestination vor allem durch den Tages- und weniger durch den Übernachtungstourismus geprägt ist.

3.2.1 Fitnesscheck

Die nachfolgende Analyse im Rahmen des Fitnesschecks bezieht sich insbesondere auf den in Abbildung 8 dargestellten Bereich, ergänzt durch punktuelle Erweiterung, wie z.B. die Betrachtung der Hochschule Coburg oder die Einbeziehung der Veste Coburg als Wahrzeichen der Stadt.

Abbildung 8 Mikrostandort „Innenstadtzentrum“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel (2021). Kartengrundlage: Stadt Coburg

Kernstadt als Ort des Handels und der Versorgung

2018 befanden sich rd. 61,6 % der Coburger Einzelhandelsbetriebe im Bereich des Innenstadtzentrums (vgl. ISEK Teilfortschreibung 2018). Dementsprechend stellt das Innenstadtzentrum den größten Einzelhandelsstandort in Coburg dar und verfügt über die höchste Dichte an Nutzungen. Die 1A-Lage umfasst dabei die Bereiche um den Markt sowie die Spitalgasse. Diese Bereiche weisen die höchste Dichte an Geschäftsbesatz sowie einen hohen Filialisierungsgrad auf. Die weiteren Lagen, welche sich insbesondere nördlich und südlich entlang der Hauptachse anschließen, sowie die Bereiche Juden- und Herrengasse und Mohrenstraße sind stärker durch inhabergeführten Einzelhandel sowie eine stärkere Nutzungsdurchmischung geprägt. Insgesamt stellt die Innenstadt den (ober-)zentralen, höherrangigen Einzelhandelsstandort für die Gesamtstadt und die Region mit einer entsprechenden Angebotsdichte und vollständigem Branchenmix dar.

In den letzten Jahren hat eine Verschiebung der Einkaufslagen zugunsten der südlichen Bereiche der Innenstadt stattgefunden. Unterstützt wurde diese Entwicklung u.a. durch die Sanierung und Aufwertung des Albertsplatzes.

Leerstand auch in 1-A-Lage und Gefahr von Trading-Down-Effekten

Die Analyseergebnisse des Fitnesschecks lassen im Bereich des Handels jedoch einzelne Punkte erkennen, die zu einer Schwächung der Handelsfunktion in Coburg beitragen. So mangelt es zum Teil an einer ausreichenden Kommunikation bestehender Angebote. Gleichzeitig trägt der Leerstand, auch im Bereich der 1A-Lage, zu einer Schwächung des innerstädtischen Erscheinungsbildes bei. Vor allem in den Randlagen besteht die Gefahr von Trading-Down-Effekten. Auch wenn es bereits verschiedene kleinteilige nahversorgungsrelevante Angebotsstrukturen gibt, so ist ebenso anzumerken, dass ein marktgängiger Lebensmittelvollsortimenter im Bereich der Innenstadt aktuell nicht vorhanden ist.

Bereits unterschiedliche Projekte zur Stärkung der Handelsfunktion auf den Weg gebracht

Um die Innenstadt weiter zu stärken, wurden in jüngster Vergangenheit bereits viele unterschiedliche Projekte in Coburg angestoßen. Hierzu zählen unter anderem der Aufbau der Projektgruppe „Stadtmacher“, ein integriertes Innenstadtmanagement, die Erarbeitung eines Wochenmarktkonzeptes oder diverse Maßnahmen zur Zwischennutzung von Leerständen wie zum Beispiel die Aktion „Kunst im Leerstand“ oder „Zwischenzeit Steinweg“. Als weitere Maßnahmen lassen sich die Coburger Abendspaziergänge oder die Kampagne „Coburg – Hier bin ich richtig“ anführen.

Anpassungs-, Ergänzungs- und Vertiefungsbedarfe werden vor allem in der Sichtbarmachung und Stärkung von bestehenden nahversorgungsrelevanten Sortimenten und der Stärkung der Kommunikation über bestehende Projekte gesehen. Darüber hinaus zeigt der Fitnesscheck auch Bedarfe in den Bereichen der stärkeren Vernetzung von (kleinteiligen) Einzelprojekten und einer insgesamt verbesserten Vernetzung von relevanten Akteurinnen und Akteuren. Um den Fitnesszustand der Coburger Innenstadt langfristig zu stärken, sind zukünftig auch neue Nutzergruppen, zum Beispiel Studierende, stärker ins Auge zu fassen. Im Bereich der Immobilienwirtschaft sind die Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer insbesondere bezüglich der Nutzungsmöglichkeiten der Immobilien stärker zu sensibilisieren.

Große Arbeitgeber und Hochschule außerhalb der Innenstadt

Coburg ist Sitz mehrerer bedeutender Arbeitgeber mit hohen Beschäftigtenzahlen, wie u.a. HUK Coburg oder Brose. Das Innenstadtzentrum Coburgs ist als Arbeitsort insbesondere durch Einrichtungen der Verwaltung, öffentliche Einrichtungen, Gewerbe in Form von Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung sowie kleinere private Gewerbetreibende geprägt. Als Bildungsstandort verfügt das Innenstadtzentrum über eine große Bandbreite an Bildungseinrichtungen, u.a. Gymnasien, Grundschule, Volkshochschule oder Bibliotheken. Die Campus der Hochschule Coburg liegen westlich außerhalb der Innenstadt.

Trotz dieser positiven Ausgangslage zeigt der Fitnesscheck im Bereich der Arbeits- und Bildungsfunktion auch Optimierungsbedarf. So befinden sich die größten Arbeitgeber und die Standorte der Hochschule Coburg räumlich außerhalb der Innenstadt. Dieser Umstand führt zu einer Schwächung der allgemeinen Frequenz und zu einer geringeren Aufenthaltsdauer der Arbeitnehmer und Nutzer von Bildungseinrichtungen im Bereich der Innenstadt. Die aktuellen Home-Office-Regelungen im Zuge der Corona-Pandemie tragen zu einer weiteren Reduktion der Frequenz im Innenstadtbereich bei und schwächen so zusätzlich weitere zentrale Funktionen zum Beispiel im Einzelhandel oder in der Gastronomie. Die topographische Lage der Hochschule und die unzureichende ÖPNV-Anbindung zwischen Hochschule und Innenstadt, insbesondere am Abend oder am Wochenende, erschweren eine stärkere Verknüpfung zusätzlich.

Um die bestehenden Schwachpunkte zu beheben wurden bereits einige Projekte angestoßen beziehungsweise befinden sich in der Planungsphase. Hierzu zählt das Projekt „Creapolis“, welches als Bindeglied zwischen Innenstadt und Hochschule geplant wird, oder die Planung eines neuen Campusareals in Innenstadtnähe am Güterbahnhof.

Zukünftig wird es vor allem um eine stärkere Verknüpfung der Institutionen außerhalb der Innenstadt mit dem Innenstadtbereich gehen. Dies betrifft vor allem die verbesserte Integration der Hochschule Coburg. Zeitgleich besteht Vertiefungsbedarf in der Verbesserung der Aufenthaltsqualität und Schaffung von Angeboten, um die Aufenthaltsdauer von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer und Nutzerinnen und Nutzer von Bildungseinrichtungen zu erhöhen.

Begegnungs- und Erlebnisfunktion ausbaufähig

Neben Einzelhandelsnutzungen bietet das Innenstadtzentrum auch die höchste Nutzungsdichte im Bereich kultureller und gastronomischer Einrichtungen, deren Einzugsbereich z.T. weit über die Region hinaus reicht (u.a. Landestheater, Coburger Veste, Schloss Ehrenburg). Darüber hinaus bietet die Coburger Innenstadt Aufenthalts- und Begegnungsräume für die Coburger Bevölkerung und Touristen.

Der Fitnesscheck legt einzelne Themen offen, welche die Begegnungs- und Erlebnisfunktion aktuell schwächen. Hierzu zählen u.a. die z.T. geringe Aufenthaltsqualität in den Hauptlagen, die Öffnungszeiten der gastronomischen Einrichtungen in den Abendstunden oder am Wochenende oder die zum Teil geringe Verknüpfung der bestehenden Angebote.

Um den Begegnungs- und Erlebnischarakter Coburgs langfristig zu stärken, wurden bereits diverse Projekte initiiert, so zum Beispiel die Coburger Rikscha für mobilitätseingeschränkte Personen, die Fahrradscheune oder das „After-Work-Shopping“. Kunstinstallationen wie zum Beispiel das Projekt „Vogelschwarm über dem Steinweg“ oder das Projekt „Coburg blüht auf“ sollen Beiträge zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum leisten und so die Erlebnis- und Begegnungsfunktion der Coburger Innenstadt stärken.

Ein Anpassungs-, Ergänzungs- und Vertiefungsbedarf zeigt sich vor allem in Hinblick auf eine stärkere Fokussierung auf Grünflächen, Schaffung von Aufenthaltsmöglichkeiten für unterschiedliche Generations- bzw. Altersgruppen (insbesondere Jugendliche) oder die Etablierung von konsumfreien und „dritten Orten“

Wohnen findet vor allem in den Neben- und Randlagen statt

Das Innenstadtzentrum fungiert für rd. 10 % der Coburger Bevölkerung als Wohnstandort, wobei die Wohnfunktion in den Neben- und Randlagen und insbesondere in den Obergeschossen der Innenstadt ausgeprägter ist. Potenziale zeigen sich in Coburg vor allem in (ehemals gewerblich genutzten) Leerständen in den Obergeschosslagen und in der Schaffung von bezahlbarem innerstädtischem Wohnraum. Damit ist die Wohnfunktion der Coburger Innenstadt insgesamt ausbaufähig.

Um dies zu erreichen, wurden bereits einige Projekte auf den Weg gebracht. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der Stärkung von Wohnformen für verschiedene Alters- und Bevölkerungsgruppen, so zum Beispiel dem jungen Wohnen oder dem Generationenwohnen.

Der Fitnesscheck zeigt vor allem einen Anpassungs-, Ergänzungs- und Vertiefungsbedarf bei der Wohnraumversorgung von Familien und der Schaffung von modernen Nutzungs- und Wohnformen. Dies umfasst auch die Nutzbarmachung von ehemaligen Gewerbeimmobilien als Wohnraum.

Fitnesscheck macht in Coburg die zentralen Handlungsfelder sichtbar

Auf Basis der Ergebnisse des Fitnesschecks für Coburg lassen sich die folgenden neun zentralen Handlungsfelder identifizieren, welche zu einer Behebung beziehungsweise Abmilderung der Schwächen und Stärkung der innerstädtischen Funktionen der Kernstadt beitragen können:

- Handlungsfeld 1: Aufwertung des öffentlichen Raums
- Handlungsfeld 2: Stärkung der Wohnfunktion
- Handlungsfeld 3: Stadt der Generationen
- Handlungsfeld 4: Kommunikation und Kooperation
- Handlungsfeld 5: Stärkung des Versorgungsangebots
- Handlungsfeld 6: Etablierung eines Leerstandsmanagements
- Handlungsfeld 7: Stärkung der Frequenzen
- Handlungsfeld 8: Verbesserung der Erreichbarkeit
- Handlungsfeld 9: Stärkung der Stadt-Umland-Beziehung

Die nachfolgende Abbildung fasst die zentralen Befunde des Fitnesschecks entlang von Stärken und Schwächen beziehungsweise Chancen und Risiken zusammen.

Abbildung 9 SWOT-Analyse Modellkommune Coburg

Stärken

- integriertes Innenstadtmanagement Stadtmacher als Ansatz einer „Task-Force“ Innenstadt
- historische und städtebaulich hochwertige Innenstadt
- frequenzbedeutsame Institutionen im Bereich Freizeit und Bildung (z.B. Theater, Schloss, Gymnasien)
- gute Erreichbarkeit per ÖPNV (u.a. Theaterplatz)
- Mix aus filialisierendem und inhabergeführtem Einzelhandel
- kompakte Innenstadt

Chancen

- Stadt der kurzen Wege
- stärkere Multifunktionalität
- Etablierung von innovativen (gekoppelten) Nutzungen
- Steigerung der Aufenthalts- und Verweilqualität
- stärkere Verknüpfung mit Institutionen außerhalb der Innenstadt, z.B. Hochschule
- Innenstadt für alle Generationen
- inhabergeführter Einzelhandel als Charakteristikum der Innenstadt

Schwächen

- wichtige funktionale Verbindungen und Nutzungen sind räumlich von der Innenstadt getrennt (u.a. Hochschule)
- fehlende Sichtbarkeit der Coburger Veste
- Hauptlage mit strukturprägenden Leerständen
- teilweise geringe Aufenthaltsqualität (u.a. fehlende Sitz- und Spielmöglichkeiten)
- einzelne Immobilien mit mangelndem Erscheinungsbild
- wenig innerstädtisches Grün
- Nahversorgungssituation
- teilweise Nutzungskonflikte zwischen MIV und anderen Nutzungen

Risiken

- keine klare Kundenbindung; Verschiebung der Frequenzen
- fehlende gegenseitige Stärkung der einzelnen Nutzungen
- Trading-Down-Prozess: fortführende Leerstandsentwicklung und Ansiedlung von Vergnügungsstätten
- erschwerte Etablierung von Filialisten und strukturprägenden Betrieben aufgrund z.T. kleinteiliger Struktur
- Auswirkungen des Online-Handels auf das Einzelhandelsangebot

Quelle: Eigene Darstellung Stadt+Handel (2021)

Fazit Fitnesscheck Coburg

Die Stadt Coburg übernimmt als Oberzentrum in einem ländlich geprägten Raum eine besondere Versorgungsfunktion, auch für ihren Verflechtungsbereich, u.a. mit Gütern und Dienstleistungen auch des höheren, spezialisierten Bedarfs. Diese Versorgungsfunktion und auch die Sicherung der Grunddaseinsfunktionen, wie Wohnen, Arbeiten, Begegnung und Erlebnis, Handel und Versorgung werden maßgeblich über das Innenstadtzentrum mit gewährleistet.

Die Innenstadt wird wirtschaftlich und kulturell als Ort für gesellschaftliche Identität angesehen. Die Funktionsüberhöhung des Handels hat dabei in den letzten Jahrzehnten zur erheblichen Überlagerung anderer Innenstadtfunktionen geführt. Die Digitalisierung verändert gegenwärtig viele bisherige Strukturen und die gesamte Innenstadt – die Auswirkungen des Online-Handels sind dabei lediglich die bereits sichtbare Spitze des Eisbergs. Gefragt sind daher Handlungsstrategien und Umsetzungsinstrumente, welche die notwendigen (Innen-) Stadtqualitäten in den Vordergrund stellen. Dabei sollten auch bekannte Trends und zu erwartende Entwicklungen im Einzelhandel und in der Stadtentwicklung Berücksichtigung finden.

Die Stadt Coburg hat in den letzten Jahren bereits verschiedene Maßnahmen ergriffen. Unter anderem wurde 2021 eine Projektgruppe als integriertes Innenstadtmanagement gegründet, welches verschiedene innenstadtrelevante Akteurinnen und Akteure als Team vereint und somit Ressourcen bündelt. Zentrale Akteurinnen und Akteure kommen unter anderen aus den Bereichen Citymanagement, Wirtschaftsförderung oder Quartiersmanagement.

Während der Erarbeitung dieses Fitnesschecks wurden auf Basis verschiedener Beteiligungsformate und einer Stärken-Schwächen-Betrachtung – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung und den parallel einberufenen Fachworkshop – konkrete Handlungsfelder für die Weiterentwicklung der Coburger Kernstadt erarbeitet. Diese erlauben in den nächsten Schritten die Ableitung stringenter Instrumente und Schlüsselprojekte, welche die Stadt Coburg und insbesondere das Innenstadtzentrum auch in Zukunft als starkes Zentrum für die Region stärken und sichern.

3.2.2 Fitnessplan

Concept Store „Rette deinen Einzelhandel“

In einem Ladenlabor inmitten der Fußgängerzone werden künftig neue Konzepte für den Einzelhandel erprobt. Das Experimentierfeld steht offen für Unternehmen, Start-ups und Hochschule, um Innovationen im Echteininsatz zu validieren. Neben technologischen Ansätzen mit Sensorik sind auch neuartige Tools zur Warenpräsentation bis hin zu neugedachten Geschäftsmodellen willkommen. Starten wird das Ladenlabor mit einem Handelsansatz, der die Vorteile von stationärem Handel mit denen eines Onlineshops kombiniert. Dem Händler wird die Bürde der Lagerhaltung (Platzbedarf, Abverkaufsrisiko) genommen und die Kundschaft hat die Möglichkeit, die Waren mittels eines Vorführexemplars vor dem Kauf physisch anzuschauen. Während die



Kundschaft im Webshop eine nahezu unerschöpfliche Produktauswahl findet, fehlt das „Erlebnis Einkaufen“ und bei Lieferung stellt sich aufgrund nicht passender Ware oder unpassender Farbstellung schnell Frust ein. Hinzu kommen teure Retouren. Im neuen Konzept kann der Einzelhandel ein sehr breites Warenangebot präsentieren, ohne extensive Flächen dafür vorhalten zu müssen. Für Konsumentinnen und Konsumenten ergibt sich eine große Auswahl mit Produkten und Marken, die sonst aufgrund der zu geringen Größe der Stadt dort nicht erhältlich wären. Durch die Anprobe/das Ausprobieren vor Ort können sich Kunden vom Produkt überzeugen und ihre Kaufentscheidung fundiert treffen. Die Verbraucherinnen und Verbraucher kaufen im Geschäft, nehmen die Ware jedoch nicht mit, sondern erhalten umgehend die Waren per Post nach Hause geliefert. Die Retourenquote wird so drastisch reduziert und unterstützt den Nachhaltigkeitsgedanken. Der Einzelhandel konzentriert sich auf seine Stärken der Beratungskompetenz und Kundeninteraktion und kuratiert sein Sortiment.

Zielsetzung

Reallabor zur Erprobung digitaler Handelskonzepte in Kombination mit dem stationären Handel. Gerade kleine und mittlere Städte profitieren davon und können mit dem umfangreichen Angebot eine größere Anziehungskraft erzielen. Erfolgreiche Konzepte können aus dem Ladenlabor auf eigene Ladengeschäfte bzw. auf andere Kommunen übertragen werden.

Handlungsfeld

Leerstand, Attraktivitätssteigerung der Innenstadt, Stärkung der Frequenz, Stärkung der Stadt-Umland-Beziehung

Handlungsraum

Die Coburger Innenstadt nach ISEK, insb. Ladenleerstand in der Fußgängerzone

Akteure

Private Initiatoren, Projektgruppe „Stadtmacher“, Hochschule Coburg, Coburger Designforum Oberfranken e.V.

Zeithorizont

Kurzfristig

Transformationsbezug

Digitalisierung, Reallabor, Leerstandsbelegung; innovative Nachnutzung, Showroom, Einkaufserlebnis von morgen.

Pop-Up-Stadt

Mit wechselnden, temporären Aktionen soll sich die Coburger Innenstadt immer wieder verändern und attraktiv bleiben für die Bürgerinnen und Bürger und künftigen Besucherinnen und Besucher. Dabei sind Pop-Up-Maßnahmen geplant, die Ideen zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität, zur Aufwertung und Belebung des öffentlichen Raums, zur Klimaanpassung, zur Mobilität, zu Sport- und Spielorten, zur Integration von Kunst und Kultur im öffentlichen Raum beinhalten. So konnten bereits in der Lockdown-Zeit mobile Sitzmöglichkeiten als Kommunikationsinseln realisiert werden, Straßenüberspannung im Rahmen eines Baustellenmanagements oder aufgemalte Hüpfspiele für Kinder. Geplant sind weiterhin die Anschaffung von praktischen Sitzmöbeln in Modulform, die Anschaffung von mobilen Spielgeräten (z.B. Tischtennisplatten, Kletterwand, Fitness-Trail, Sandkasten) für den Spielplatz Innenstadt. Aber auch die temporäre Begrünung von Hausfassaden oder ausgewiesenen Plätzen und Straßen auf Zeit, die dann zum Verweilen einladen, ist denkbar (z.B. Pocket Parks, Blumen-Ampeln, Urban Gardening). Wenn möglich, werden zur Belebung von Gassen und Plätzen Veranstaltungen (z.B. Pop-Up-Kino, Konzerte) stattfinden. Auch die Installation eines „Pop-Up-Kiosks“ in den Sommermonaten zur Belebung von Plätzen ist denkbar.



Zielsetzung

Ziel des Projekts ist es, gemeinsam mit Bürgerschaft und Politik Ideen für eine nachhaltige und krisenfeste Innenstadt zu entwickeln. Diese sollen durch temporäre Pop-Up-Maßnahmen ausprobiert und auf Tragfähigkeit getestet werden. Dabei sollen neue Orte für Kommunikation, Spiel und Sport, Kultur und Aufenthaltsgelegenheit entstehen. Alle Maßnahmen werden mit Feedback- und Evaluationsinstrumenten verknüpft und partizipativ begleitet. Somit können die Anregungen aus der Bürgerschaft in die weitere, langfristige Planung mit einfließen.

Handlungsfeld

Aufwertung des öffentlichen Raums, Kommunikation, Kooperation und Vernetzung, Stärkung der Frequenz, Stadt der Generationen

Handlungsraum

Straßen, Gassen, Plätze und Hausfassaden in der Coburger Innenstadt

Akteure

Projektgruppe „Stadtmacher“, Citymanagement, Kulturabteilung der Stadt Coburg, Grünflächenamt, private Akteurinnen und Akteure

Zeithorizont

Je nach Projekt kurzfristig, mittelfristig oder langfristig

Transformationsbezug

Pop-Up-Konzepte können kurzfristig beleben und dennoch nachhaltig wirken: Strukturwandel in Innenstädten, Multifunktionalität von Stadtraum, Klimawandel und Umweltbewusstsein. Zudem Stabilisierung der Auswirkungen von Corona, wie Rückgang der Kundenfrequenz.

Gastrozukunft – Zukunftsgastro

Zusammen mit Foodtrend-Scout und Gastronomie-Berater Andrew Fordyce soll Coburg zur Zukunftsstadt für Food- und Gastrotrends entwickelt werden. Um das Motto „Bei uns gibt es die Food Trends von morgen schon heute“ in die Tat umsetzen zu können, steht zu Beginn des Projekts eine Kick-Off-Vortragsveranstaltung, bei der das Vorhaben erläutert, mögliche Inhalte erklärt und die Bereitschaft der Betriebe abgefragt wird. Es folgt eine Bestandsaufnahme der heimischen Gastronomie und eine Potenzialanalyse durch den Berater. Dies geschieht ausschließlich auf freiwilliger Basis und nur bei den gastronomischen Betrieben, die sich im Vorfeld bereit erklärt haben, am Projekt teilnehmen zu wollen. Angeboten wird dieser erste Schritt allen Betrieben mit einem Speisenangebot, das in Auswahl und Qualität deutlich über dem eines Schnell-Imbisses liegt. Gerade hier liegen oftmals ungenutzte Optimierungspotenziale nicht nur in der (teilweisen) Überarbeitung des Angebots, sondern auch in Konzept-Korrekturen oder -Ergänzungen, der Wahl des richtigen Standorts oder weiteren, nicht immer augenscheinlichen Verbesserungsmöglichkeiten. Hier kann der Berater durch seine jahrelange internationale Tätigkeit Chancen aufzeigen, Wege skizzieren und die neusten Trends aus aller Welt vorstellen. Mit den Betrieben setzt der Berater die neusten Trends der internationalen Küchen gezielt in Coburg um. Dies beinhaltet neben konkreten Vorschlägen für das Sortiment auch Anleitungen für die Zubereitung, den Einkauf und ggf. auch weitergehende Bereiche.



Zielsetzung

Stärkung der heimischen Gastronomie und Ausbau Coburgs zu einem Standort, an dem Food-Trends und Neuerungen in der Gastronomie schnell umgesetzt werden und so für ein Alleinstellungsmerkmal in der gesamten Region sorgen.

Handlungsfeld

Stärkung des Versorgungsangebotes, Kommunikation, Kooperation und Vernetzung, Stadt der Generationen, Stärkung der Frequenz

Handlungsraum

Als Handlungsraum wird der Innenstadtbereich definiert – die Handlungsorte sind die teilnehmenden Gastronomiebetriebe

Akteure

Coburg Marketing (Abteilung Projekte und Veranstaltungen), Projektgruppe „Stadtmacher“, Gastronomiebetriebe

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

Stabilisierung und Risikoversorge für Gastronomiebetriebe

Fahr Rad! Tag 2022

Das Interesse am Thema Fahrradfahren nimmt in der Stadtgesellschaft zu und wird durch Entwicklungen wie umweltbewusstes Leben, nachhaltige Mobilität und fahrradfreundliche Innenstädte gestärkt. Seit Beginn der Corona-Pandemie erfährt die Radbranche eine erhöhte Nachfrage und ist somit ein Trend-Thema, das Potenzial hat, sich positiv auf die Stadt auszuwirken. Zum Auftakt der Fahrradsaison wird an einem Samstag im Frühjahr 2022 ein Fahr Rad! Tag durchgeführt, der sich quer durch die Coburger Innenstadt zieht. Mit der Fertigstellung der Fahrradscheune in der Schenksgasse als erste umgesetzte Maßnahme im Coburger Sanierungsgebiet II/ VII soll dem Verkehrsmittel Fahrrad ein besonderer Tag gewidmet werden. Geplante Aktionen zum Fahr Rad! Tag 2022 sind eine offene Fahrradscheune, Infostände der Beteiligten, eine Fahrradbörse, Codierung für Fahrräder, Vorstellung der neuen Rikscha für Coburg, Lastenrad-Testfahrten, Slow-Biking, Freiraumbespielung von Parkplätzen (Parking Day), nachhaltige Kunstaktionen, Kulturangebote, kooperative Aktionen von Handel und Gastronomie und Pop-Up-Radwege. Das Integrierte Innenstadtmanagement übernimmt die Ansprache von Akteurinnen und Akteuren, Bündelung der Aktionen, Vermarktung des Fahr Rad! Tags sowie die Abstimmung mit dem Ordnungsamt und kümmert sich um die Veranstaltungsversicherung.



Zielsetzung

Der Fahr Rad! Tag 2022 schafft eine ideale Plattform, auf der sich Bürgerinnen und Bürger und die verschiedenen Organisationen zum Thema Fahrrad austauschen und vernetzen können. Durch Aktionen an verschiedenen Standorten in der Innenstadt wird die Frequenz in der Innenstadt deutlich gesteigert. Vom Fahr Rad! Tag profitieren neben den Bürgerinnen und Bürgern auch alle Akteurinnen und Akteure im Innenstadtbereich, speziell Handel und Gastronomie, die den Fahr Rad! Tag individuell mitgestalten. Ziel ist es, in der Innenstadt eine positive Stimmung zu verbreiten und Jung und Alt für Coburg als Fahrradstadt begeistern.

Handlungsfeld

Stärkung der Frequenz, Kommunikation und Kooperation, Erreichbarkeit

Handlungsraum

Fahrradscheune (Fahrradparkhaus), Vorplatz, Steinweg, Spitalgasse, Albertsplatz, weitere Standorte in der Innenstadt denkbar

Akteure

Projektgruppe „Stadtmacher“, ADFC, AGFK, AWO Mehr Generationen Haus, Transition Coburg e.V., „Creapolis“, Fridays For Future, Hochschule Coburg, Verkehrswacht, Jugendverkehrswacht, Coburg locals, Coburger Kinder- und Jugendtheater, Handel und Gastronomie, IHK zu Coburg, Kulturabteilung Stadt Coburg, Ordnungsamt

Zeithorizont

Kurzfristig

Transformationsbezug

Strukturwandel, Klimawandel und Umweltbewusstsein, fahrradfreundliche Innenstadt und nachhaltige Mobilität

Dritte Orte für die Jugend

Mehrere Beteiligungsformate im Rahmen des Projektes „Junges Leben“ wie zum Beispiel Workshops, Vorträge, Befragungen, Bachelor-Arbeiten, P-Seminare (Gymnasium), Stadtspaziergänge und Gruppendiskussionen haben den Bedarf an konsumfreien, multifunktionalen Verweil- und Begegnungsorten für junge Menschen aufgezeigt. Die Gestaltung dieser Flächen wird kooperativ mit jungen Menschen nach ihren eigenen Bedürfnissen und Vorstellungen umgesetzt. Themen, die die junge Generation bewegen wie z.B. Nachhaltigkeit, Achtsamkeit und Gerechtigkeit finden – wie bei einer partizipativen Kunstinstallation in Kooperation mit den Studierenden und der Wohnbau deutlich wurde – Platz zur Entfaltung. Das Gebäude Steinweg 57, welches im aktuellen Sanierungsgebiet II/VII liegt, im Besitz der Stadt Coburg ist und für das von den „Stadtmachern“ ein Nutzungskonzept erarbeitet wird, bietet die Möglichkeit zur Schaffung eines Dritten Ortes für die junge Zielgruppe. Auch im Rahmen des geplanten Wohnprojekts der Wohnbau „Junges Leben in Coburg“ werden Gemeinschaftsflächen für die Bewohnerinnen und Bewohner geschaffen. In Abstimmung mit dem Prozess des Wohnprojektes „Junges Leben“ werden die „Stadtmacher“ das Nutzungskonzept für den Steinweg 57 auf geplante Strukturen anpassen und ergänzen. Mögliche Kooperationspartner und Betreiber der Konzept-idee werden durch die „Stadtmacher“ aufgesucht.

Zielsetzung

Ziel ist es einen konsumfreien Ort für Jugendliche und junge Menschen in Coburg zu schaffen, der zwanglose Begegnungen, eine entspannte Atmosphäre und sozialen Austausch ermöglicht. Das Projekt hat Vorbildcharakter für alle Generationen und zeigt, welche Potenziale in innerstädtischen Flächen stecken. Die Innenstadt soll für junge Menschen wieder als Wohlfühlort und privater Freiraum wahrgenommen werden, der multifunktional genutzt wird und eine hohe Aufenthaltsqualität hat.

Handlungsfeld

Wohnfunktion (Innenstadt als Lebensraum), Stadt der Generationen, Stärkung der Frequenz, Kommunikation und Kooperation, Stärkung Stadt-Umland-Beziehung

Handlungsraum

Konzeptentwicklung für Steinweg 57; Junges Leben im Steinweg (Steinweg 35, 37, Schenkergasse 2a, Lohgraben 12, 14, 16) und/oder Junges Leben Heiligkreuzstraße (Heiligkreuzstraße 24, 26)

Akteure

Junge Menschen in Coburg, Projektgruppe „Stadtmacher“, Wohnbau Stadt Coburg GmbH, Stadt Coburg, Hochschule Coburg, Schulen, „Creapolis“, Bündnis Coburg – Die Familienstadt und Demografie, Jugendpflege

Zeithorizont

Langfristig

Transformationsbezug

Demographischer Wandel; Schaffung von fehlenden Freiräumen für junge Menschen

Geschäftslagenmanagement, Gründerwettbewerb und Qualifizierungsoffensive Immobilienbesitzerinnen und -besitzer/Maklerinnen und Makler

Das Geschäftslagenmanagement wurde bereits vor über 20 Jahren ins Leben gerufen. Diese bisherige Vorgehensweise umfasst die Erfassung und Verarbeitung relevanter Informationen rund um die Leerstandssituation im Bereich des ISEK Gebietes der Coburger Innenstadt. Diese wird um eine Datenbanklösung unter Zuhilfenahme des Kommunalen Wirtschaftsinformationssystems (KWIS) erweitert und somit zielgerichteter und effektiver strukturiert. Die so entstandene gemeinsame Datenbank für die gesamte Projektgruppe „Stadtmacher“ kann deutlich vielfältiger als zuvor eingesetzt werden. Neben dem klassischen Geschäftslagenmanagement werden die gesammelten aufbereiteten Daten und das dazugehörige Bildmaterial auch dazu eingesetzt, einen innerstädtischen Gründerwettbewerb für 2022 zu initiieren. Die benötigte interne und externe Kommunikation kann komplett über das genannte KWIS CRM-System abgebildet werden. Neben der Idee des Wettbewerbes soll zudem die bestehende Kommunikation zwischen dem Team der „Stadtmacher“, der gewerblichen Immobilieneigentümer und der regionalen Maklerlandschaft gefestigt und ausgebaut werden. Denkbar wären daraus resultierend auch abgestimmte „Stadtmacher-Gespräche“, Netzwerktreffen oder mit Partnerinnen und Partnern umgesetzte Fachveranstaltungen, beispielweise Informationsveranstaltungen zur Weiterbildung für Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer bzw. Maklerinnen und Makler.

Zielsetzung

Schnellere und unkompliziertere Verfügbarkeit und Zugriff auf vakante innerstädtische Gewerbeimmobilien; Stärkung der Frequenz sowie Wohn- und Aufenthaltsqualität der Innenstadt.

Handlungsfeld

Leerstand, Kommunikation und Kooperation, Stärkung der Frequenz

Handlungsraum

Coburger Innenstadt und Leerstandsimmobilien

Akteure

Projektgruppe „Stadtmacher“, Immobilienbesitzer, Makler, weitere Innenstadtakteure, Vereine und Kammern

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

Leerstandsabwärtigung, die auch durch die Corona-Pandemie verschärft wurde; Test neuer Nutzungsformen; Anpassung der Innenstadt an den Strukturwandel; Förderung von Gesprächsbereitschaft und offenem Austausch.

Innenstadtkampagne: Coburg – Hier bin ich richtig

Mit einer breit angelegten Kampagne sollen die Coburger Innenstadtkteurinnen und -akteure (Handel, Gastronomie, Dienstleister) während und nach der Pandemie unterstützt, Frequenz in die Innenstadt zurückgebracht, Aufenthaltsqualität und innerstädtische Verweildauer erhöht, aber vor allem der Coburger Bevölkerung ihre Heimat schmackhaft gemacht werden. Es liegt in der Natur der Sache, dass das Gras woanders grüner ist. Daher muss das Bewusstsein geweckt werden, dass es vor der eigenen Haustür viel zu erleben und zu entdecken gibt. In der Heimat ist es doch am schönsten! Gleichzeitig dient die Kampagne auch der Etablierung der Projektgruppe „Stadtmacher“ und fungiert somit gleichzeitig als Imagekampagne mit der Subline „Sei ein Stadtmacher“, denn alle Bürgerinnen und Bürger können Stadtmacher sein. Die Kampagne, die im ersten Step als Kaufanreiz gedacht ist, mündet an einem gewissen Punkt in eine Imagekampagne für die Coburger Innenstadt und für die Projektgruppe „Stadtmacher“. Neben einer Werbekampagne für die Innenstadt muss es vor allem Gründe geben, warum man die Innenstadt besuchen soll. Diese Gründe können Erlebnisse, Kontakte oder auch persönliche Vorteile sein. Angedacht sind daher breitgefächerte Marketingaktionen, Verbesserung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt, Einführung einer digitalen App zur Kundenbindung, Seitengassen-Kurzvideos „Gesichter des Handels“, Aktionen für Familien, After Work Shopping, Wochenmarkt-Attraktionen sowie spezielle Aktionstage (Coburg mit allen Sinnen, Ich kenn mein Coburg, Coburg turnt, Coburg malt etc.).



Zielsetzung

Die Bevölkerung soll sensibilisiert werden, daheim in ihrer Heimatstadt einzukaufen, die ansässigen Akteurinnen und Akteure zu unterstützen und ihre Stadt mit allen Sinnen zu genießen, diese zu wertschätzen und stolz auf Coburg zu sein.

Handlungsfeld

Stärkung der Frequenz, Aufwertung des öffentlichen Raums, Kommunikation, Stärkung der Stadt-Umland-Beziehung, Identifizierung mit der Heimat

Handlungsraum

Die Coburger Innenstadt nach ISEK

Akteure

Citymanagement, Coburg Marketing, Projektgruppe „Stadtmacher“

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

Beitrag zu pandemiebedingt veränderten Rahmenbedingungen, wie z.B. geringere Kundenfrequenz; Strukturwandel

3.3 Modellkommune Kempten

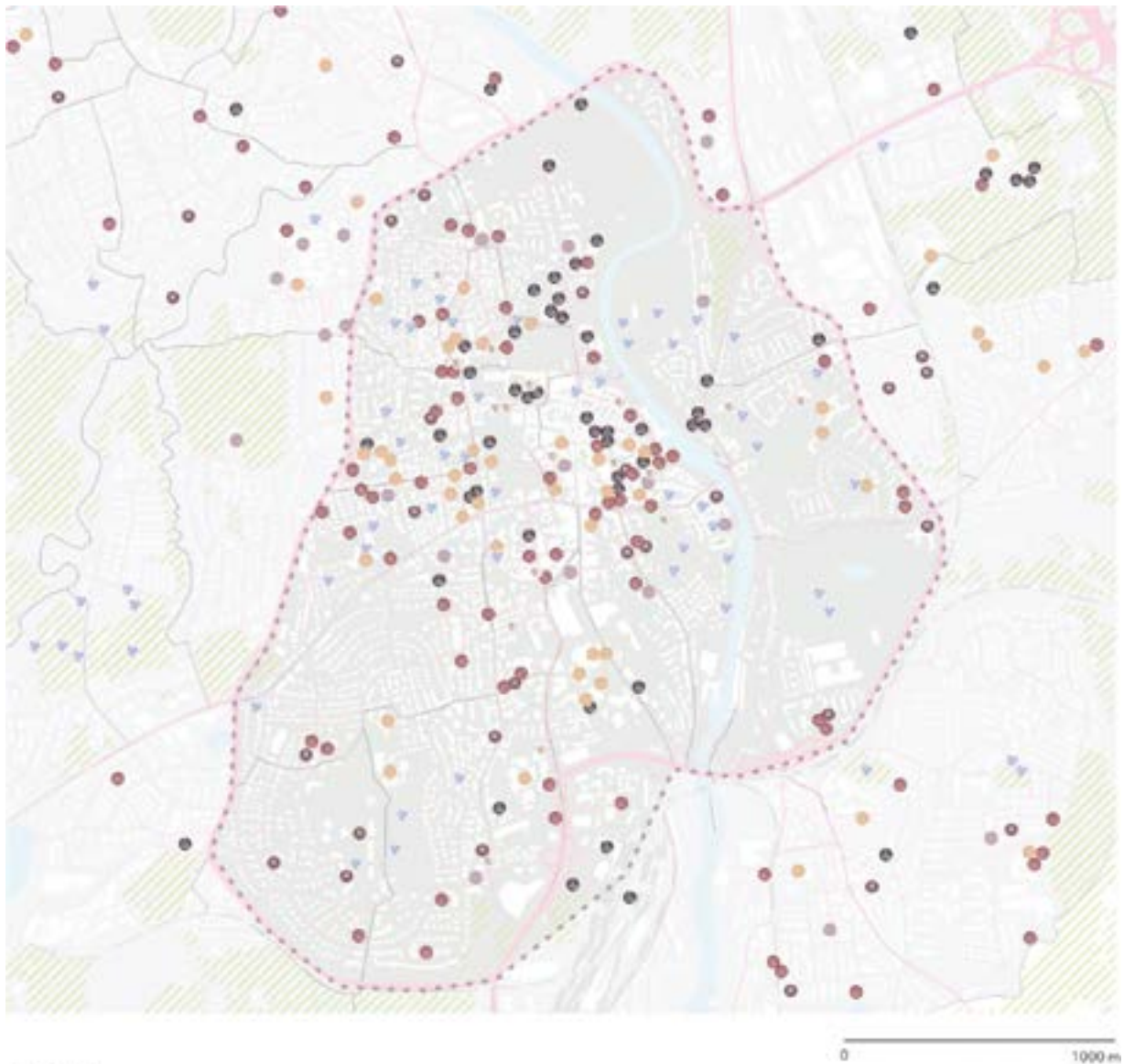
Kempten ist die „Kapitale des Allgäus“. Diese selbstbewusste Einschätzung bestätigt sich in vielerlei Hinsicht; so etwa auch, wenn man die kommunalen Gegebenheiten und die Verflechtung der Stadt mit der Region näher betrachtet.

Abbildung 10 zeigt den Mikrostandort – das „Starke Zentrum“. Um dem Aspekt der Multifunktionalität einer Innenstadt besondere Aufmerksamkeit zu schenken, wurde ein bewusst großer räumlicher Umgriff gewählt: Die Innenstadt umfasst sämtliche Stadtbezirke innerhalb der Ringstraße. In diesem Bereich leben gut 26.000 der rund 70.800 Einwohnerinnen und Einwohner Kemptens und nahezu alle der für ein Oberzentrum relevanten Einrichtungen der Daseinsvorsorge finden sich dort.

Der in der Einkaufsinnenstadt ausgewiesene zentrale Versorgungsbereich ist räumlicher Hotspot in Bezug auf den Einzelhandel. Dass dieser Hotspot einer der zentralen „Links“ zwischen der Kemptener Innenstadt und der Region ist, zeigt sich in Abbildung 11.



Abbildung 10 Multifunktionalität der Innenstadt Kempten – Grunddaseinsfunktionen und zentralörtliche Einrichtungen



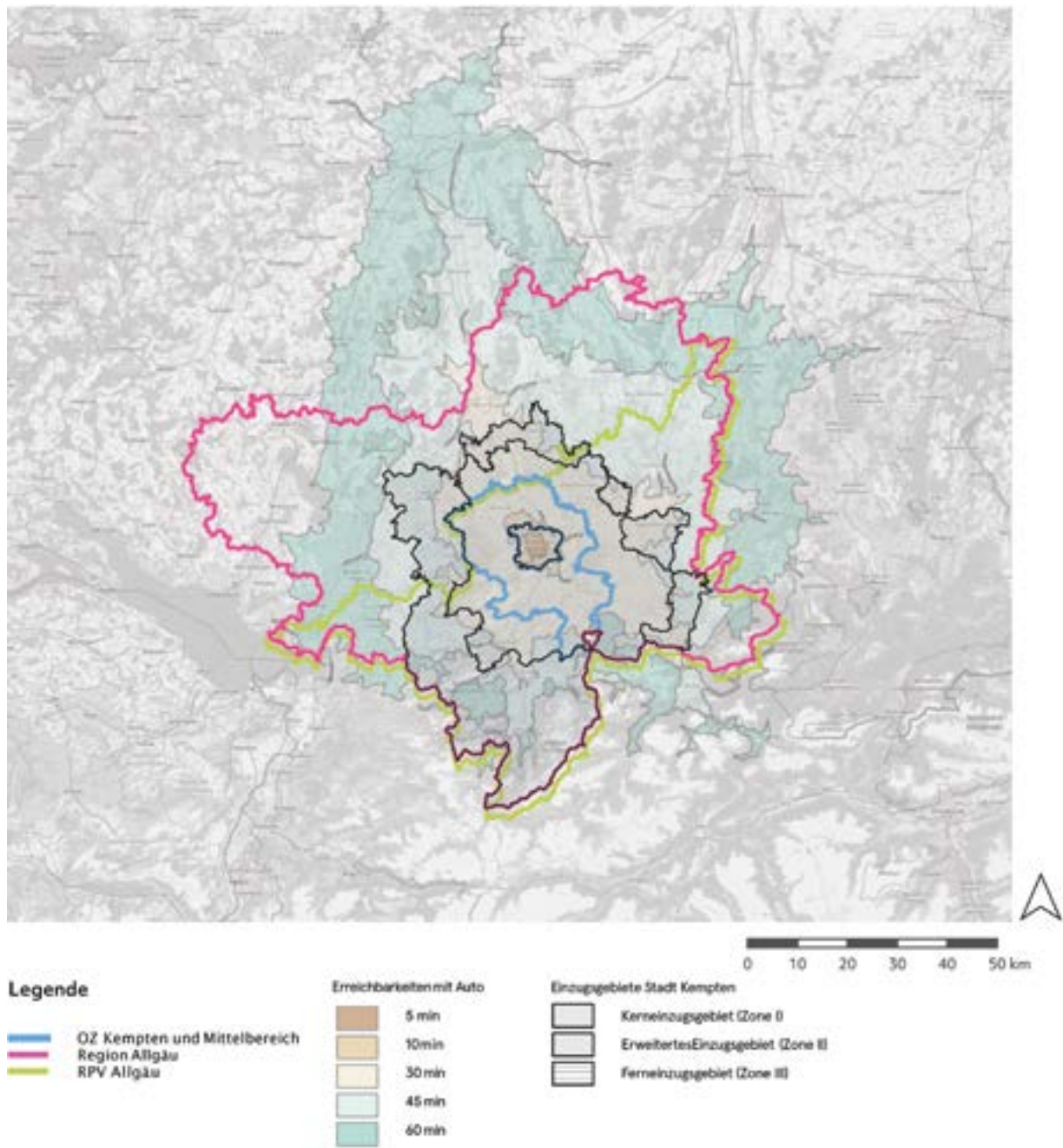
Legende

- Untersuchungsgebiet Innenstadt
- Stadtteile außerhalb des Untersuchungsgebiets
- Stadtbezirke
- Gebäude
- Grünraum
- Wald
- Gewässer
- Eisenbahn
- Straßen

- Zentralörtliche Einrichtungen**
- Ämter und Behörden
 - Einrichtungen für Senior:innen
 - Kinder, Jugendliche und Familie
 - Bildungseinrichtungen
 - Sport und Freizeit
 - Gesundheit
 - Kunst und Kultur

Quelle: Eigene Darstellung, Modul 5 (2021)

Abbildung 11 Makrostandort – das Starke Zentrum in der Region



Quelle: Eigene Darstellung, Modul 5 (2021)

Der von der CIMA ermittelte erweiterte Kerneinzugsbereich der Stadt reicht weit über den in der überörtlichen Planung festgelegten Mittelbereich hinaus und umfasst Städte und Gemeinden mit knapp 145.000 Einwohnerinnen und Einwohnern. Das Ferneinzugsgebiet umfasst zusätzlich fast 120.000 Einwohnerinnen und Einwohner und reicht im Süden fast bis an die Staats- und im Westen fast an die Ländergrenze heran. Damit deckt der faktische Einzugsbereich der Stadt einen Großteil der gesamten Planungsregion 16 ab. Angesichts der „Vollausstattung“ von Kempten in Bezug auf alle Bereiche der Versorgung mit kurz-, mittel- und langfristigen Gütern und seines großen Einzugsbereichs tritt die (ober-) zentrale Rolle der Stadt in der Region sehr stark hervor. Dies zeigt sich auch daran, dass von den knapp 5.800 Studierenden der Hochschule Kempten 44 % aus den Städten und Gemeinden der Planungsregion stammen. Dies unterstreicht die Rolle der Stadt als zentraler regionaler Standort für hochwertige Bildung.

Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang auch die Dachorganisation „Allgäu GmbH“, die einen innovativ und ganzheitlich gedachten, strategischen Regionalentwicklungszugang in der Region implementiert hat. Die Zentrale der Allgäu GmbH ist in Kempten angesiedelt, die Region „Allgäu“ erstreckt sich bis ins Nachbarland Baden-Württemberg. Auch in der räumlichen und strategischen Ausrichtung der Allgäu GmbH wird Kempten als die zu Beginn erwähnte „Kapitale“ eingestuft.

Sowohl unter funktionalen als auch räumlich-strukturellen Aspekten erfüllt Kempten seine Rolle als Oberzentrum vollständig und reicht in seiner regionalen Bedeutung sogar weit darüber hinaus.

Kempten in guter soziodemographischer Verfassung

Kempten zeichnet sich durch eine in langfristiger Betrachtung konstant positive Bevölkerungsentwicklung aus. Zuletzt lag die Einwohnerzahl Kemptens bei 70.786 Einwohnerinnen und Einwohner, was einem Zugewinn von 5.566 Personen (+ 8,5 %) gegenüber 2010 entspricht. Bis 2030 soll die Einwohnerzahl Kemptens weiter auf rd. 73.650 Einwohnerinnen und Einwohner ansteigen. Betrachtet man das Durchschnittsalter in der Stadt, so liegt Kempten mit 44,2 Jahren leicht über dem bayernweiten Landesschnitt von 43,9 Jahren. Da Bayern im bundesweiten Vergleich eine ohnehin eher „junge“ Altersstruktur aufweist lässt sich der Kemptener Wert ebenso als statistisches „Mittelmaß“ einstufen. Von starken demographischen Alterungstendenzen, wie sie etwa für periphere Lagen charakteristisch sind, ist man in Kempten ebenso weit entfernt wie von einer deutlich jüngeren Altersstruktur, wie man sie z.B. in den hochdynamischen Zuzugsgemeinden im Münchner Umland findet. Ein leicht positiver Wanderungssaldo passt ins Bild einer statistisch „unauffälligen“ Gemeinde: Kempten wächst kontinuierlich, ist aber definitiv keinem kommunalen Wachstumsstress ausgesetzt und muss sich auch nicht mit Lösungsstrategien für Schrumpfung auseinandersetzen.

Starke Pendlerverflechtungen mit dem Umland

Für ein Oberzentrum ist ein positiver Pendlersaldo ebenso erwartbar, nicht zuletzt aufgrund der zahlreichen Einrichtungen der öffentlichen Hand. In Anbetracht der in absoluten Zahlen vergleichsweise hohen Auspendlerwerte zeigt sich zugleich, dass Kempten in eine Struktur mit sehr starken regionalen Wirtschaftsstandorten eingebunden ist und kein regional dominierendes Einpendlerziel ist.

Die Leerstandsquote war in Kempten im Vor-Corona-Jahr mit 6 % äußerst niedrig; gemäß der Einschätzung der lokalen Expertinnen und Experten hat die Anzahl an Leerständen im letzten Jahr leicht zugenommen, sie können allerdings keinerlei Alarmzeichen für einen starken Anstieg erkennen.

Mit knapp 5.800 Studierenden an der Hochschule Kempten weist Kempten rein quantitativ eine in Relation zur Einwohnerzahl beachtliche Menge an Studierenden auf. Rein quantitativ ließe sich Kempten womöglich als „Studierendenstadt“ bezeichnen.

3.3.1 Fitnesscheck

Corona hat zur Nachdenkpause und Wahrnehmungsveränderung geführt

Die Corona-Pandemie hat in Kempten also keine akuten Missstände oder Handlungsbedarfe sichtbar gemacht, sondern vielmehr zu einer Nachdenkpause und Wahrnehmungsveränderung geführt, was den Blick auf die Innenstadt betrifft. Aus dem heraus hinterfragen die Akteurinnen und Akteure aus Stadtverwaltung und Stadtpolitik genauso wie die Bevölkerung bislang „eingefahrene“ und unhinterfragte Nutzungen, Funktionen, Sichtweisen und den als „gegeben“ hingenommenen strukturellen, funktionalen oder städtebaulichen Status Quo. Dies war ein erstes Ergebnis und methodisch-inhaltlicher Ausgangspunkt der gutachterlichen Arbeit vor Ort: Im Fitnesscheck ging es darum, diesen neuen Blick auf die Innenstadt, die neue und für viele überraschend entdeckte Lust aufs stadtbezogene „Experiment“ mit den positiven Erfahrungen aus der Corona-Pandemie zu verbinden. So hat die Zeit während des Lockdowns z.B. die stadträumlichen Qualitäten in vielen Teilräumen der Innenstadt ins Bewusstsein gerückt, die normalerweise durch den Pkw-Verkehr verdeckt werden bzw. nicht erlebbar sind.

Hochwertige konzeptionelle und strategische Grundlagen bilden das Rückgrat der (Innen-) Stadtentwicklung

Kempten baut auf einer großen Anzahl an methodisch und inhaltlich hochwertigen Studien und Strategiepapieren auf. Diese beinhalten fach- und themenübergreifend bereits knapp 430 Maßnahmen, die für die (Innen-)Stadtentwicklung relevant sind. Damit kann man Kempten einen sehr hohen Fitnessgrad attestieren, wenn es um konzeptionelle und strategische Grundlagen und Dokumente geht. Erklärtes Ziel der Arbeit vor Ort war es deshalb, keinen zusätzlichen „theoretischen“ Zugang zum Thema „Starkes Zentrum Kempten“ zu liefern, sondern aus der Vielzahl der bereits formulierten Maßnahmen und Strategien jene Themen herauszufiltern, die besonders relevant dafür sind, die bereits starke Innenstadt ganzheitlich aufzuwerten und noch robustere Strukturen zu schaffen als sie es ohnehin bereits sind.

Diversifikation der Strukturen hat die Robustheit Kemptens gestärkt

In der Arbeit vor Ort hat sich gezeigt, dass in Bezug auf die Stadtentwicklung in Kempten keine wirklich akuten Handlungsfelder und Handlungsräume bestehen, da die Stadt aufgrund ihrer diversifizierten Strukturen sehr gut durch die Krise gekommen ist. Im Bereich der Risikovorsorge, also der mittel- bis langfristig ausgerichteten strategischen Handlungsbedarfe konnten 15 konkrete Handlungsfelder bzw. Maßnahmen identifiziert und ausgearbeitet werden. Diese Maßnahmen adressieren inhaltlich-strategische Handlungsfelder, die zur im besten Sinne des Wortes ganzheitlichen Weiterentwicklung der Innenstadt als wesentlich herausgearbeitet wurden, z.B. Stadtökologie in den Fokus der Stadtentwicklung rücken, Jugendlichen (unkontrollierten) Raum geben, Pkw-Dominanz abbauen, die Stadt in miteinander verwobenen Quartieren denken und diese multifunktional entwickeln. In Hinblick auf die Verwaltungsarbeit wurde offensichtlich, dass es zwar in allen Fachbereichen hochwertige Strategiepapiere und Analysen gibt, diese in Bezug auf das Themenfeld „Innenstadt“ allerdings noch zu wenig miteinander vernetzt sind. Dies trifft ebenso auf die damit befassten Akteurinnen und Akteure innerhalb der Stadtpolitik zu; infolgedessen wurde der Ausbau bzw. die Implementierung einer themenbezogenen und zielorientierten internen Vernetzung und Abstimmung als ein weiteres zentrales Handlungsfeld identifiziert.

Fazit Fitnesscheck Kempten

Kempten ist sehr gut durch die Krise gekommen. Diese Aussage trifft auf die Gesamtstadt ebenso zu wie auf die zu Beginn des Prozesses festgelegte Innenstadt und die noch enger gefasste Einkaufsinnenstadt. Die Corona-Pandemie und vor allem die Lockdown-Phase haben in der Bevölkerung und bei den in Verwaltung und Politik Verantwortlichen zu einer gesteigerten „Awareness“ geführt, was die Sicht auf die Stadt sowie Nutzung und Umgang mit ihr betrifft. Zentral ist die Aussage, die im Rahmen eines Fokusgruppen-Workshops als Leitmotiv für die künftige Stadtentwicklung fiel: „Wir wollen nicht zurück, wo wir vor Corona waren.“ Kempten nutzt eine Vielzahl an positiven Erfahrungen aus der Pandemie und kann mit einer Reihe an „Mutmachern“ daran gehen, sich vor allem mittel- und langfristig ausgerichteten Handlungsfeldern zuzuwenden. Denn es gibt keine akuten Handlungsfelder, die durch Corona entweder erst aufgekommen wären oder eine davor schon wirkende negative Dynamik verstärkt hätten. So wurden zum Abschluss der Analysephase vier Leitstrategien ausgearbeitet, die in weiterer Folge handlungsleitend sind und all jene Handlungsfelder (und auch konkrete Handlungsräume in der Stadt) adressieren, die sich während der Analysephase als zentral herauskristallisiert haben:

- 1. Unkontrollierte Urbanität:** Durch differenzierte Deregulierung „Stadtsein“ zulassen!
- 2. Entwicklung eines ganzheitlichen Stadtmodells:** In sich differenzierte und zugleich multifunktionale Quartiere etablieren, die miteinander verwoben sind!
- 3. Nutzungswandel im Bestand:** Mit Mut zur Markenmetropole des Allgäu werden und damit die regionale Position nachhaltig ausbauen und in die regionale Entwicklung einbetten!
- 4. Entwicklung im Querschnitt:** Durch Vernetzung Kräfte, Kreativität und Kompetenzen bündeln, um die (Innen-)Stadtentwicklung ganzheitlich voranzutreiben!

3.3.2 Fitnessplan

Erklärung Innenstadt – die Innenstadt auf die politische Agenda setzen

Kempten kann nicht auf Stillstand setzen, wenn mutige Zukunftsentscheidungen in Konzepten und im Handeln anstehen. Der Mut für Urbanität einzutreten, für ein ganzheitliches Stadtmodell, für Markenfürerschaft des Allgäus und eben für die Vernetzung der Kräfte bedeutet, Veränderungen im Selbstverständnis zu riskieren. Dafür ist die Unterstützung einer möglichst großen Mehrheit in den kommunalpolitischen Gremien erforderlich.

Projektidee: Es wird empfohlen, rasch in die Handlung zu gehen und mit den Erfahrungen aus diesem Fitnessprogramm und weiteren, darauf aufbauenden Aktivierungsformaten eine verbindende Erklärung zu formulieren.



Erste Schritte:

- Grundsatzbeschluss des Stadtrats zum Fitnessprogramm Starkes Kempten und Erklärung der Innenstadtentwicklung zu einem zentralen Aufgabenfeld
- Implementierung eines Steuerungsteams, in dem alle Stadtratsfraktionen bzw. Ausschussgemeinschaften vertreten sind, unter Leitung des Oberbürgermeisters. Aufgabe des Steuerungsteams ist die Entwicklung der Erklärung.
- Interimistischer Aufbau einer vernetzten Verwaltung; die Leitungsfunktion ist direkt dem Oberbürgermeister unterstellt.
- Das Wissen und das Bewusstsein der betroffenen Akteurinnen und Akteure vertiefen – Kempten umkrempeln!

Zielsetzung

Die politischen Kräfte erklären die Kernstadtentwicklung zu einer sachpolitischen Angelegenheit. Es besteht Konsens, dass Innenstadtentwicklung eine explizite Aufgabe der Politik und der Verwaltung sein soll, und die Bereitschaft zu einem sachpolitischen Diskurs für die Bewältigung nicht populärer Entscheidungen.

Handlungsfeld

Kernstadtverwebung, konsumfreie Orte

Handlungsraum

Nicht relevant

Akteure

- Politik: Steuerungsgruppe (je eine Vertreterin oder ein Vertreter aus den Fraktionen oder Ausschussgemeinschaften) unter Federführung OB
- Verwaltung: Lenkungsgruppe (interdisziplinäres Team aus den relevanten Fachbereichen)

Zeithorizont

Kurzfristig

Transformationsbezug

New Governance – regieren, ohne zu herrschen.

Quartier Allgäu-halle – Nutzungsperspektiven für die Zukunft

Das Areal um die Allgäu-halle ist eine insgesamt 2,3 ha große Innenstadtentwicklungsreserve im Eigentum der Kommune. Die Fragestellung ist daher umgreifend und grundsätzlich. Wie soll diese Entwicklungschance zum Wohl der nachfolgenden Generationen und der Kommune insgesamt bestmöglich genutzt werden?

Projektidee: Im Zuge der Programmentwicklung Starke Zentren Bayern wurde die Entwicklung von Stadtquartieren als Handlungsfeld identifiziert und in einer Leitstrategie die Bedeutung von differenzierten und zugleich multifunktionalen sowie verwobenen Quartieren betont. Für die Stadtentwicklung steht daher eine stadtfunktionale Abwägung möglicher zukünftiger Nutzungen, Dichten und Erschließungsvarianten im Vordergrund.



Erste Schritte:

- Die personellen Ressourcen (intern oder extern) sicherstellen.
- Die Planungsabläufe für die städtebauliche Quartiersentwicklung und der Objektentwicklung Allgäu-halle erheben und aufeinander abstimmen.
- Den Diskurs unterschiedlicher Gruppen im Kulturbereich aufgreifen, objektivieren und als wichtige Ressource für die zukünftige Zwischennutzung sichern.

Zielsetzung

Das Fundament für die modellhafte Entwicklung eines Quartiers legen und dabei die regionale Rolle Kemptens als urban-kultureller Hotspot inklusive temporärer Räume für freie Kunst und Kultur im Auge behalten.

Die transparente Abwägung der Entwicklungsoptionen für das großflächige Innenstadtquartier in städtebaulichen Varianten schafft langfristig Handlungssicherheit für Politik, Verwaltung, Bevölkerung und Investoren.

Handlungsfeld

Quartiersentwicklung, Kunst, Subkultur und Freie Szene, Leerstand in ABC-Lagen

Handlungsraum

Areal Allgäu-halle und Quartiere im Einzugsbereich

Akteure

Umsetzung: Stadtplanungsamt Kempten

Zeithorizont

Langfristig

Transformationsbezug

Urbane Nutzungstransformation; städtische Kultur als regionaler Impulsgeber.

Iller rauf und runter

Die Iller teilt das Stadtgebiet in den Westteil mit der historischen Doppelstadt und einer Vielzahl an Versorgungsfunktionen und den Ostteil mit dem römischen Ursprung der Stadt. Der Flussraum kann nur in Abschnitten erfahren und begangen werden. Freizeitsuchende stoßen an Zutrittsverbote.

Projektidee: Die Iller soll als Stadtraumgelenk gedacht werden, das die Stadtquartiere fußläufig und für den Radverkehr beidseitig durchgängig miteinander verbindet. Der Flussraum ist die Mitte und die Freizeitdrehseibe der Stadt. Die Einkaufsstadt wird um ein „Zimmer“ erweitert.



Erste Schritte:

- Aufbereitung der planungsrelevanten Grundlagen, wie Ausstattung mit Wegen, Aufenthaltsräumen, Möblierung, hydrologische Daten, Freizeitnutzungen, wichtigen Querungsfunktionen, Grundeigentumsverhältnissen etc.
- Erörterung diverser Planungsverfahren – seitens Modul5 wird ein kooperatives Verfahren mehrerer interdisziplinärer Teams vorgeschlagen
- Ausschreibung eines Wettbewerbsverfahrens für die (kooperative) Erstellung eines Masterplans „Iller rauf und runter“

Zielsetzung

In dem Projekt werden vorhandene Entwicklungskonzepte mit Bezug zur Iller und gesammelte Projektideen evaluiert und mit Bezug auf das Fitnessprogramm neu bewertet. Im Fokus steht, dass ein gemeinsamer Gestaltungswille von Politik und Verwaltung hergestellt wird, der zu mehr Handlungssicherheit und schrittweiser Realisierung führt.

Handlungsfeld

Kernstadtverwebung, konsumfreie Orte

Handlungsraum

Von König-Ludwig-Brücke bis Adenauerring beidseits der Iller

Akteure

Umsetzung: Amt für Tiefbau und Verkehr

Zeithorizont

Langfristig

Transformationsbezug

Flusslandschaften erobern die Städte; sie bieten Platz für Freizeit und „Selfness“; Ökologisierung der Stadt

Kempten zu Fuß erleben

Kempten ist eine bedeutende städtetouristische Destination. Im Kontext der Region ergänzt sie die touristischen Angebote des Allgäus als „Schlechtwetter-Alternative“ mit eher „klassischem“ Charakter.

Projektidee: Kempten soll sein Image hin zu einem spannenden touristischen Ziel verändern und gleichzeitig neue Mobilitätsformen und Erlebnisformen etablieren. Auf einer auch touristischen Route rückt das Thema „Gehen“ in den Mittelpunkt und das Entdecken der Stadt zu Fuß. Dieses Angebot richtet sich primär an Stadtbesucherinnen und -besucher, ist aber ebenso für die Einheimischen attraktiv.



Erste Schritte:

- die besonderen Punkte der Kernstadt auflisten und professionell dokumentieren, Erzählungen und Hintergründe sammeln
- Foto-Wettbewerb und Ausstellung zu besonderen Plätzen und Geschichten
- den Gehweg durch die Stadt planen und relevante Umgestaltungspunkte im öffentlichen Raum einbeziehen
- temporäre Interventionen für bessere Fußwegverbindungen setzen und eine Kampagne starten
- mögliche Themen: Industrie, Römer, Zweistadtgeschichte, Iller, Hochschule.

Zielsetzung

Alternative Mobilitätslösungen probieren, unkonventionelle touristische Angebote schaffen

Handlungsfeld

Intelligente Mobilität, Kernstadtverwebung, konsumfreie Orte

Handlungsraum

Innenstadt, Sehenswürdigkeiten, touristische Orte

Akteure

Umsetzung: Kempten Tourismus, Kulturamt, Stabstelle Smart City, City-Management Kempten e. V., Freunde der Altstadt Kemptens e. V., Stiftsstadt Kempten e. V.

Zeithorizont

Kurzfristig, mittelfristig und langfristig

Transformationsbezug

Alltagsgerechte Stadt, Authentisches Entdecken, Resonanztourismus

Solarpassage

Die Kemptener Einkaufsinnenstadt erfüllt gestalterisch und funktional ihre Funktion als Einzelhandels- und Geschäftsbereich sehr gut. In Bezug auf ökologische Gesichtspunkte gibt es hingegen noch Optimierungsmöglichkeiten, die auch im Sinne der ganzheitlich betrachteten Frage nach der Resilienz einer Innenstadt relevant sind.

Projektidee: Einen Teil der Fußgängerzone für eine städtebaulich und technisch innovative Beschattungs- und Regenschutzanlage, die der Stromgewinnung dient, nutzen. So wird der ökologische Aspekt mit einer Erhöhung der Aufenthaltsqualität (Beschattung und Regenschutz) kombiniert

Erste Schritte:

- vertiefte Prüfung der Idee und Konzepterstellung (insbesondere unter Berücksichtigung der Themen: Abstimmung mit Eigentümerinnen und Eigentümern, Machbarkeitsprüfung mit AÜW, Brandschutz, Barrierefreiheit, Rettungswege beachten)
- Smart City als Umsetzungsschiene prüfen und die Hochschule ins Boot holen
- einen (internationalen) Designwettbewerb durchführen

Zielsetzung

- Steigerung der Aufenthaltsqualität
- mit Solarpanelen als funktionale Möblierungselemente im Stadtraum ein zukunftsweisendes Signal setzen und ein überregional wirksames Alleinstellungsmerkmal schaffen

Handlungsfeld

Einkaufsinnenstadt, Stadtökologie

Handlungsraum

Bahnhofstraße – Residenzplatz (und ggf. Nebenstraßen/-gassen)

Akteure

- Umsetzung: City-Management Kempten e. V., Einzelhandelsverband, Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung
- Referat Planen, Bauen und Verkehr (Denkmalschutz), Smart City

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

Ökologisierung der Stadt, Klimawandelanpassung, Einkaufsinnenstädte zukunftsfit machen

Festival

Kempten sieht sich selbstbewusst als kultureller Hotspot des Allgäus. Das Angebot ist in der Tat breit aufgestellt und es gibt verschiedene Veranstaltungs- und Eventlocations mit regionaler Bedeutung. Gerade in Bezug auf die freie Szene gibt es aber keine wirklich etablierten Locations oder regelmäßige Festivals. Das Beispiel des Poolbar-Festivals in Feldkirch (Vorarlberg) zeigt, dass die „Indie-Szene“ das städtische Kulturangebot um einen überregional bedeutenden Faktor bereichern und positiv zum urbanen/kreativen/zeitgeistigen Image einer Stadt beitragen kann.



Projektidee: In Kempten soll ein überregionales Festival aus der Taufe gehoben werden, das ganz klar positioniert ist und regelmäßig stattfindet, beispielsweise im Independent-Sektor. Das Münchener Tollwood-Festival könnte von seinem Konzept und seiner inhaltlichen Ausrichtung dabei ebenso als Referenz dienen wie das erwähnte Poolbar-Festival in Feldkirch.

Erste Schritte:

- Eine Projektleitung finden und konkret mit der Aufgabe betrauen.
- Den Bedarf bei der Zielgruppe abfragen und konkretisieren.
- Einen geeigneten Ort und einen Veranstalter finden und die Umsetzung initiieren.

Zielsetzung

Das Eventspektrum Kemptens erweitern und ein Zeichen für die Jugend in der Stadt und im Umland setzen.

Handlungsfeld

Kunst, Subkultur und Freie Szene, Junges Leben und Jugendkultur

Handlungsraum

Illerauen, THEATERINKEMPTEN (T:K), Allgäuhalle, Burghalde

Akteure

Umsetzung: Amt für Jugendarbeit, Stadtjugendring, T:K, Messe- und Veranstaltungsbetrieb, Kulturinitiativen, Jugendgruppen, ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, lokale und regionale Künstlerinnen und Künstler

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

Urbanisierung, Festivalisierung der Stadt (im positiven Sinne!)

Vernetzung Innenstadt-Verwaltung

Kempten kann auf eine sehr professionell aufgestellte und ebenso professionell agierende Stadtverwaltung bauen. Zahlreiche Fachbereiche befassen sich mit Planungs- und Entwicklungsthemen zur Innenstadt. Die Workshops, die im Rahmen des Fitnessprogramms Starke Zentren gemeinsam besucht wurden, haben den Mehrwert abteilungsübergreifender Kennenlern- und Abstimmungsrunden gezeigt und es wurde vielfach der Wunsch geäußert, diese zu „institutionalisieren“.

Projektidee: Innenstadtentwicklung ist ein Querschnittsthema, das vor allem dann erfolgreich umgesetzt werden kann, wenn die Expertinnen und Experten der relevanten Fachbereiche über die Arbeit der benachbarten Abteilungen informiert sind, Einblick in deren Herangehensweisen bekommen und eine gemeinsame Abstimmung zu den innenstadtrelevanten Themen und Projekten erfolgt.

Erste Schritte:

- in regelmäßigen Jour-Fixe-Terminen zweimal jährlich (bei Bedarf auch öfter) den gemeinsamen Entwicklungsfokus stärken
- die interdisziplinäre Innenstadtgruppe kann an den Oberbürgermeister gebunden werden – siehe Modellprojekt „Erklärung“
- Kümmerer für die abteilungsübergreifende Vernetzung zum Thema Innenstadt bestimmen
- in den Abteilungen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter benennen und mit Kompetenz ausstatten
- inhaltliches Konzept und Programm für die Jour-Fixe-Termine „Innenstadt“ erarbeiten

Zielsetzung

Die Fachbereiche stehen im aktiven Austausch zu den Fragen und Projekten der Innenstadtentwicklung.

Handlungsfeld

Einkaufsinnenstadt, Verwaltung intern vernetzen

Handlungsraum

Nicht relevant

Akteure

Umsetzung: Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung, sowie jeweilige Fachbereiche

Zeithorizont

Kurzfristig

Transformationsbezug

Neues strategisches Management

Lebensraum Straße „Wochenende ohne Auto“

Kempten ist eine autogerechte Stadt. Die pandemiebedingten Lockdowns haben vielen Stadtbewohnerinnen und -bewohnern aufgezeigt, welche stadträumlichen Qualitäten die Innenstadt bietet und was für eine Vielzahl an positiven Auswirkungen ein auf das Minimum reduzierter Pkw-Verkehr z.B. in Hinblick auf die Stadt-Atmosphäre, die Aufenthaltsqualität, die Stadtwahrnehmung, die Verkehrssicherheit usw. mit sich bringt.

Projektidee: An einem Wochenende werden Teile der Innenstadt zu autofreien Quartieren und der Straßenraum wird bespielt, in Szene gesetzt und anders genutzt als sonst (Straßenfestival, Lange Nachbarschaftstafel, Quartiersgrillfeste etc.). Dies geschieht in Kombination mit einem fachlichen Dialog zum Thema und durch die Einbindung verschiedener Gruppen und Vereine.



Erste Schritte:

- das Konzept ausarbeiten, inkl. denkbarer Beteiligungsformate (Befragung, Geh:sprache)
- Sperrung zentraler Straßen für Autoverkehr
- Kooperationspartner einbinden, z.B. AllgäuMobil (Landkreis OA)
- Plattform für Vorstellung verschiedener Unternehmen einrichten (mona, ZAK,...)

Zielsetzung

Mobilitätslösungen probieren; Resonanz sammeln und in die Zukunft planen positive Effekte der Mobilitätsreduktion erleben; Bewusstsein schaffen für Mobilitätsbelastung im Alltag

Handlungsfeld

Intelligente Mobilität, konsumfreie Orte, Stadtökologie

Handlungsraum

Ring (innerhalb) in Kempten

Akteure

Umsetzung: Alle Mobilitätsanbieter, Polizei, Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung, Stabsstelle Klimaschutz, eMobilitätsmanagement, Amt für Tiefbau und Verkehr, Landkreis OA

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

Klimawandelanpassung, Alltagsgerechte Stadt, Mobilität der Zukunft

Kraftwerk-Quartier

Kemptens Stadtentwicklung hat stets „diesseits“ und „jenseits“ der Iller stattgefunden. Um Stadtentwicklung zukunftsgerichtet zu denken, soll der Fluss als verbindendes konzeptionelles Element in den Mittelpunkt gerückt werden. Das Kraftwerk-Quartier umschließt den Einkaufsinnenstadtraum um den St.-Mang-Platz bis zur Iller, das Kraftwerk, die Iller selbst von der St.-Mang-Brücke bis zum Steg in den Jahnweg und die ganze Siedlungs- und Freiraumlinse um das Stadion.

Projektidee: die Stadt über die Iller gesamthaft denken und ein lebendiges Quartier entwickeln. Das Leben am St.-Mang-Platz ist ein gelungener Impuls. Der Modellcharakter liegt in der räumlichen Öffnung und schafft somit eine neue Mitte und neue Akzente.



Erste Schritte:

- Das Thema „Quartiersplanung“ fachlich auf den Tisch bringen und ausformulieren.
- Die Akteure an den Tisch bringen und den Dialog eröffnen.
- Räume/Potenzial für multifunktionale Nutzung erfassen, z.B. Picknick-Plätze, Kulturforum, Flächen für kleine regelmäßige Konzerte/Kleinkunst, Yoga, Streetball
- Liberale Regeln für Nutzerinnen und Nutzer, Jugend, Studierende u.a.

Zielsetzung

Stadtplanung und Projektentwicklung modellhaft weiterentwickeln

Handlungsfeld

Kernstadtverwebung, Quartiersentwicklung

Handlungsraum

St.-Mang-Platz bis zur Iller, das Kraftwerk, die Iller selbst von der St.-Mang-Brücke bis zum Steg in den Jahnweg und die ganze Siedlungs- und Freiraumlinse um das Stadion.

Akteure

Umsetzung: Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung, Amt für Tiefbau und Verkehr, Stadtplanung, City-Management Kempten e. V.

Zeithorizont

Langfristig

Transformationsbezug

Menschengerechte Stadt (z.B. Superblock-Barcelona), Stadt am Wasser

Kunst im öffentlichen Raum

Kempten kann auf ein attraktives und regional wirksames Angebot in der etablierten Kultur verweisen. Die bildende Kunst und die freie Szene im Allgemeinen sind tendenziell unterrepräsentiert.

Projektidee: Um den in Kempten und der Region lebenden und schaffenden Künstlerinnen und Künstler Raum und Sichtbarkeit zu geben, werden bestimmte öffentliche Räume zu (temporären) Ausstellungsräumen. Es wird eine Win-Win-Situation zwischen Kommune und Künstlerinnen und Künstler erzeugt, indem der öffentliche Raum aufgewertet wird und die Kunst auf sehr hohen Besuchszahlen trifft.



Erste Schritte:

- konzeptionelle, rechtliche und organisatorische Rahmenbedingungen klären – rechtssicheren Rahmen schaffen,
- Orte im öffentlichen Raum festlegen und das Nutzungskonzept-Allgäuhaus miteinander beinhalten,
- Qualitätskriterien für Ausstellerinnen und Aussteller festlegen und ein Kuratierungsmodell aufstellen,
- die Freie Szene aktivieren und
- einen Testbetrieb durchführen und evaluieren

Zielsetzung

Die Stadt zu einer öffentlichen Galerie machen und den lokalen und regionalen Kunstschaaffenden eine Bühne geben.

Handlungsfeld

Einkaufsstadt, Kunst, Subkultur und Freie Szene, konsumfreie Orte, Junges Leben und Jugendkultur

Handlungsraum

Einkaufsstadt, Quartiersplätze, Points of Interest in der Innenstadt und darüber hinaus

Akteure

Umsetzung: Kulturamt, Kulturschaaffende, Amt für Tiefbau und Verkehr, Amt für Jugendarbeit, Kempten Tourismus City-Management Kempten e. V.

Zeithorizont

Mittelfristig bis langfristig

Transformationsbezug

Urbanisierung, Festivalisierung der Stadt (im positiven Sinne!)

Temporäre Stadtoasen

Ausgangssituation: Die historische Innenstadt ist autogerecht organisiert, stark versiegelt und konsumoptimiert und bietet wenige Aufenthaltsräume.

Projektidee: In einem Wettbewerb werden Geschäftsbetreibende und Nachbarschaft zur Gestaltung einer „Stadtoase“ auf der Fläche eines Parkplatzes aufgerufen. Die Stadtoase ist temporär öffentlich und unentgeltlich in der Zeit Mai bis Oktober benutzbar. Es werden drei bis fünf Preisträgerinnen und -träger mit einem Materialzuschuss von je 2.000 Euro unterstützt. Die Errichtung und Instandhaltung tragen die Wettbewerbssiegerinnen und -sieger.



Erste Schritte:

- Recherche: von anderen Beispielen lernen (z.B. Grätzeloase Wien)
- den Gestaltungsrahmen klären und die Mindestanforderungen für Sicherheit und Stadtökologie definieren
- Konzept (Organisation, Finanzierung etc.) absichern, inklusive der Evaluierung und Anpassung des Verfahrens

Zielsetzung

Das Projekt beweist, dass Veränderung im Kleinen möglich ist, indem drei bis fünf Autoabstellplätze durch temporäre Stadtmöblierung ersetzt werden. Um zukünftig resilient zu sein, sollen die Rahmenbedingungen so gestaltet werden, dass multifunktionale Nutzungen ermöglicht werden.

Handlungsfeld

Einkaufsinnenstadt, konsumfreie Orte, Junges Leben und Jugendkultur, Stadtökologie

Handlungsraum

Öffentliche Parkplätze in der Umgebung St.-Mang-Platz

Akteure

Umsetzung: Amt für Tiefbau und Verkehr, Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung, Stabsstelle Klimaschutz, City-Management Kempten e. V.

Zeithorizont

Kurzfristig

Transformationsbezug

Urbanisierung und Demokratisierung des Stadtraums, Stadtökologie

Pop-up-Store Ausbildung

Die Zwischennutzung leerstehender Geschäftslokale wird in Kempten bereits aktiv vorangetrieben. Dabei wird u.a. die Kooperation mit Forschungseinrichtungen gepflegt, die hier Raum für die Kommunikation nach außen bekommen. Der Fachkräftemangel ist in der Region Allgäu ein hoch relevantes Thema, dem es auf unterschiedliche Weise zu begegnen gilt.

Projektidee: Mit Pop-Up-Stores, in denen sich alles rund um verschiedene Handwerksberufe bzw. um Ausbildungsmöglichkeiten jenseits eines Studiums dreht, sollen Jugendliche gezielt angesprochen werden. Hier können sie sich niederschwellig informieren und werden dort abgeholt, wo sie sich gerne aufhalten: in der Innenstadt. Die Pop-Up-Stores sind innovative Orte für das Matchmaking von Schülerinnen und Schüler/Absolventinnen und Absolventen und Betrieben. Dieses Konzept der Leerstandsbespielung wurde in Augsburg bereits erfolgreich umgesetzt.



Erste Schritte:

- inhaltliches Konzept für Ausbildungs-Pop-Up-Stores entwickeln
- Kooperationspartner suchen und einbinden (IHK, Handwerkskammer, Berufsschulen etc.)
- geeignete Leerstände finden und deren Bespielung in die Wege leiten

Zielsetzung

- Leerstände sinnvoll zwischennutzen und fokussiert die Zielgruppe der (älteren) Schülerinnen und Schüler ansprechen.
- Bewerbung von Ausbildungsberufen in der Stadt und in der Region

Handlungsfeld

Junges Leben und Jugendkultur, Leerstand in ABC-Lagen

Handlungsraum

Mögliche Umsetzungsräume und denkbare Projektstandorte

Akteure

Umsetzung: IHK Schwaben, HWK Schwaben, Agentur für Arbeit Kempten, Allgäu GmbH, Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung, City-Management Kempten e. V.

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

Fachkräftemangel, Infotainment

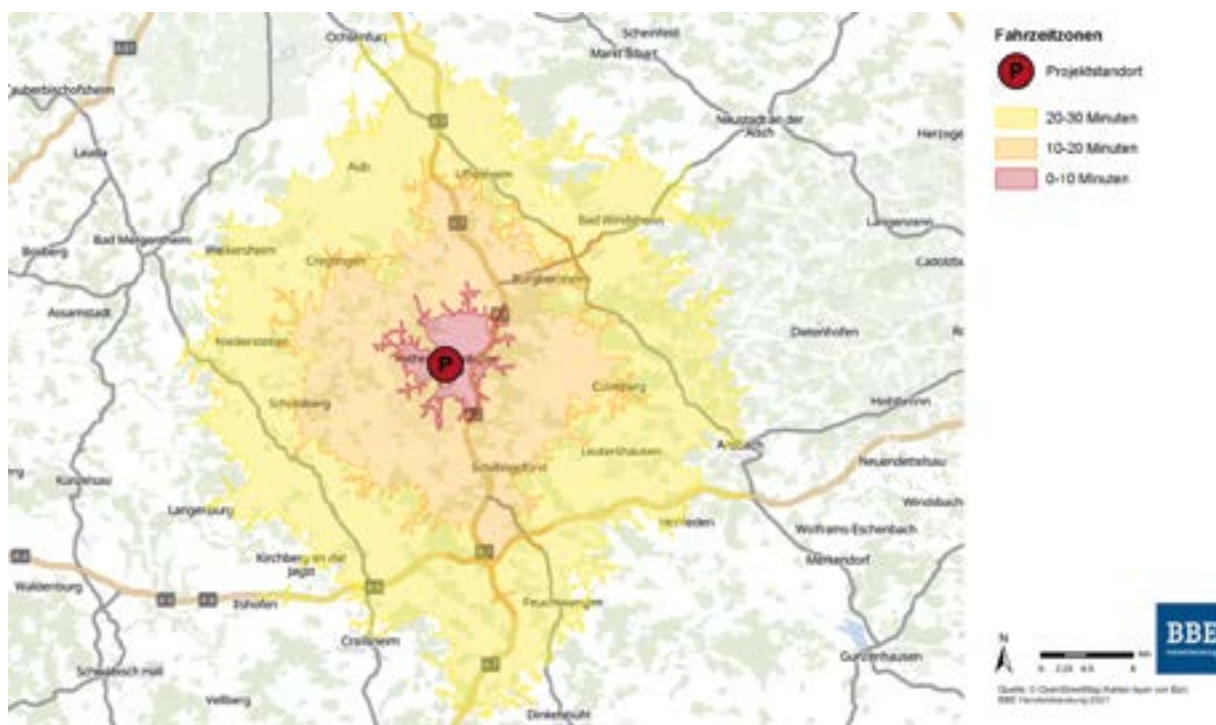


3.4 Modellkommune Rothenburg ob der Tauber

Gemäß dem Regionalplan des Planungsverbandes Westmittelfranken stellt Rothenburg ob der Tauber ein Mittelzentrum mit rd. 11.300 Einwohnern (Stand 31.12.2020) dar, welches dank seiner guten verkehrstechnischen Erschließungsqualität enge Verflechtungsbeziehungen mit seiner Region aufweist. Besonders deutlich treten diese Verflechtungsbeziehungen zwischen Rothenburg und der Region im Bereich der Pendlerbeziehung zu Tage. So verzeichnet die Stadt mit 2.136 Einpendlern einen positiven Pendlersaldo, was die starke regionale Bedeutung der Stadt als Arbeitsort mit einer Vielzahl an Arbeitsplätzen verdeutlicht. Eine überdurchschnittliche Beschäftigtenzentralität von 155,8 unterstreicht dieses Bild zusätzlich.

Ein ähnliches Bild zeigt sich im Bereich der Einkaufsverflechtung Rothenburgs mit seinem Umland. So werden in einem Fahrzeitradius von 30 Minuten rund 180.700 Einwohner erreicht, wobei auf die 10-Minuten-Fahrzeitzone gut 16.400 Personen und auf die 20-Minuten-Fahrzeitzone rd. 34.500 Personen entfallen. Innerhalb der bis zu 20-Minuten-Fahrzeitzone sind die höchsten Einkaufsverflechtungen zu erwarten.

Abbildung 12 Verkehrliche Erreichbarkeit Rothenburg ob der Tauber



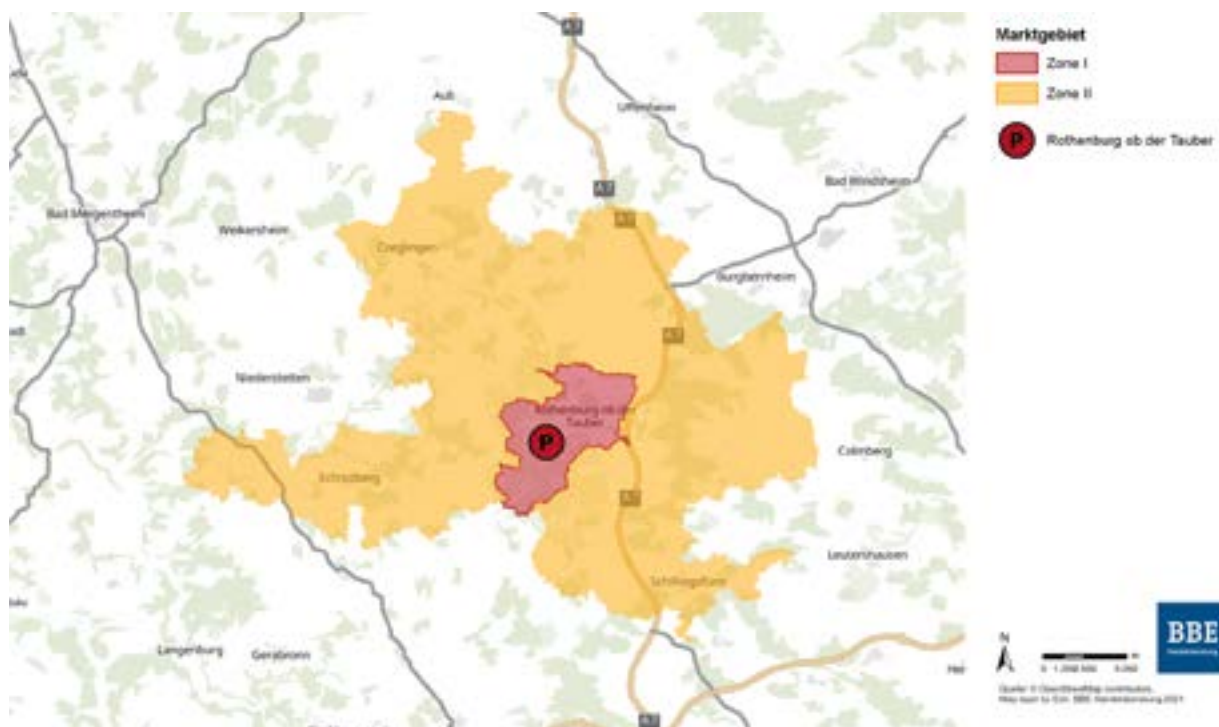
Quelle: BBE/ISR/PLANKREIS (2021)

In seiner Funktion als Mittelzentrum ist Rothenburg dazu angehalten, zentralörtliche Einrichtungen des gehobenen Bedarfs vorzuhalten sowie ein umfassendes Angebot an zentralörtlichen Einrichtungen der Grundversorgung für die Einwohner ihres Nahbereichs zur Verfügung zu stellen.

Die Analyse zeigt, dass die Bewohnerschaft der Stadt Rothenburg ob der Tauber (Zone I) eine einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von rund 73,6 Mio. Euro p.a. repräsentieren. In der Zone II des Marktgebietes ist ein Nachfragevolumen von insgesamt 153,2 Mio. Euro p.a. zu konstatieren, wobei 86,2 Mio. Euro p.a. auf den periodischen Bedarfsbereich und rund 67,5 Mio. Euro p.a. auf den aperiodischen Bedarf entfallen. In Summe beträgt das Nachfragevolumen 227,2 Mio. Euro p.a. was eine grundsätzlich solide Nachfrageplattform darstellt.

Rothenburg wird damit seiner Rolle als Mittelzentrum grundsätzlich gerecht. Zudem bietet Rothenburg Angebote zur Deckung der „Grundversorgung“ und des mittelfristigen bzw. „gehobenen“ langfristigen Bedarfs. Mit einer Einzelhandelszentralität von 196,6 liegt Rothenburg sehr deutlich über dem Bundesdurchschnitt und dokumentiert, dass die Stadt eine ganz wesentliche Rolle bei der Versorgung der umliegenden Gemeinden spielt. Insofern ist eine generell hohe Verflechtung mit der Region zu konstatieren, gleichwohl sind in bestimmten Versorgungsbereichen Verbesserungspotenziale zu erkennen, was unter Einzelhandelsgesichtspunkten auch auf das limitierte Nachfragepotenzial zurückzuführen ist.

Abbildung 13 Marktgebiet Rothenburg ob der Tauber



Quelle: BBE/ISR/PLANKREIS (2021)

Breites und vielfältiges Angebot im Bereich der Dienstleistungen, Gastronomie und medizinischen Versorgung

In den Bereichen Dienstleistungen, Gastronomie und medizinische Versorgung ist Rothenburg insgesamt gut aufgestellt. So lässt sich mit insgesamt 70 Dienstleistungs- und Büronutzungen vor allem in den Bereichen Friseur, Kosmetik, Gesundheit, Wellness, Versicherung, Reisen etc. ein insgesamt vielfältiges Angebot im Stadtgebiet erkennen. Auch im Bereich Gastronomie verfügt Rothenburg mit insgesamt 89 Anbietern über ein breites Angebot, wobei das Gros auf Hotels und Gasthäuser mit angeschlossener Gastronomie entfällt. Aufgrund der aktuellen COVID-19-Pandemie bleibt es abzuwarten, wie sich das gastronomische Angebot in Rothenburg in Zukunft entwickeln wird.

Im Bereich der medizinischen Versorgung verfügt Rothenburg mit insgesamt 22 Einrichtungen über ein breites Angebot. Aktuelle Versorgungslücken lassen sich nicht erkennen. Entsprechend gut ist der Fitnesszustand Rothenburgs in diesem Bereich.

COVID-19-Pandemie hinterlässt deutliche Spuren in Tourismus

Rothenburg zählt zu den touristischen Topdestinationen in Deutschland und ist sowohl bei inländischen als auch bei ausländischen Gästen gleichermaßen beliebt. Gemäß dem Bayerischen Landesamt für Statistik verfügt die Stadt über 2.594 Schlafgelegenheiten (Stand 2020). Entsprechend stark sind die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf diesen Sektor und entsprechend schwach ist der aktuelle Fitnesszustand. So verzeichnete Rothenburg im ersten Quartal 2020 einen Gesamtrückgang von über 26,7 % bei den Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Insbesondere bei den wichtigen Kernländern Japan (-35,0 %) und den USA (-51,2 %) sind signifikante Rückgänge zu verzeichnen. Insgesamt ging der Anteil an ausländischen Übernachtungen um 37,7 % im ersten Quartal 2020 gegenüber zum Vorjahreszeitraum zurück.

Positive Bevölkerungsprognose bei gleichzeitig starker Überalterung

Bezogen auf die soziodemographische Lage Rothenburgs zeigt sich für die Zukunft ein gemischtes Bild. Zwar wird die Stadt zukünftig, wie bereits in der Vergangenheit, weiter an Bevölkerung zulegen (2030: + 1,1 %), allerdings wird dieser positive Entwicklungspfad auf eine Gesellschaft treffen, die starke Überalterungstendenzen zeigt. So liegt das Durchschnittsalter bereits heute bei 46,3 Jahren. Dieser Prozess wird sich in Zukunft weiter verfestigen und entsprechende Entwicklungserfordernisse insbesondere in Bezug auf die Demografiefestigkeit Rothenburgs (z.B. Barrierefreiheit in der Innenstadt) notwendig machen, dies insbesondere um die Attraktivität langfristig zu sichern.

3.4.1 Fitnesscheck

Einzelhandelsstruktur in Rothenburg stark touristisch geprägt

Innerhalb des Innenstadtdistrikts von Rothenburg konnten zum Zeitpunkt der Erhebung 139 Ladenlokale festgestellt werden. Strukturell dominiert mit knapp 10.000 m² das Angebot im langfristigen Bedarfsbereich. Die starke touristische Bedeutung der Stadt spiegelt sich dabei auch in der Einzelhandelsstruktur wider.

Während in den Hauptlagen Untere und Obere Schmiedgasse, Marktplatz, Markt, Herrngasse, Hafengasse und Plönlein ein Übergewicht mit Angeboten aus dem touristischen Bedarfsbereich festzustellen ist, sind im Bereich Rödergasse und Galgengasse auch Angebote, die auf die lokale Bevölkerung abzielen, zu beobachten. Im Vergleich zu anderen Städten ist der Filialisierungsgrad gering, was unter anderem mit der kleinteiligen Struktur der Stadt zu erklären ist, die nur wenig Raum für die Etablierung des mittelgroßen Einzelhandels bzw. Filialisten mit entsprechenden Flächenansprüchen bietet.

Abbildung 14 Lagegefüge Rothenburg ob der Tauber





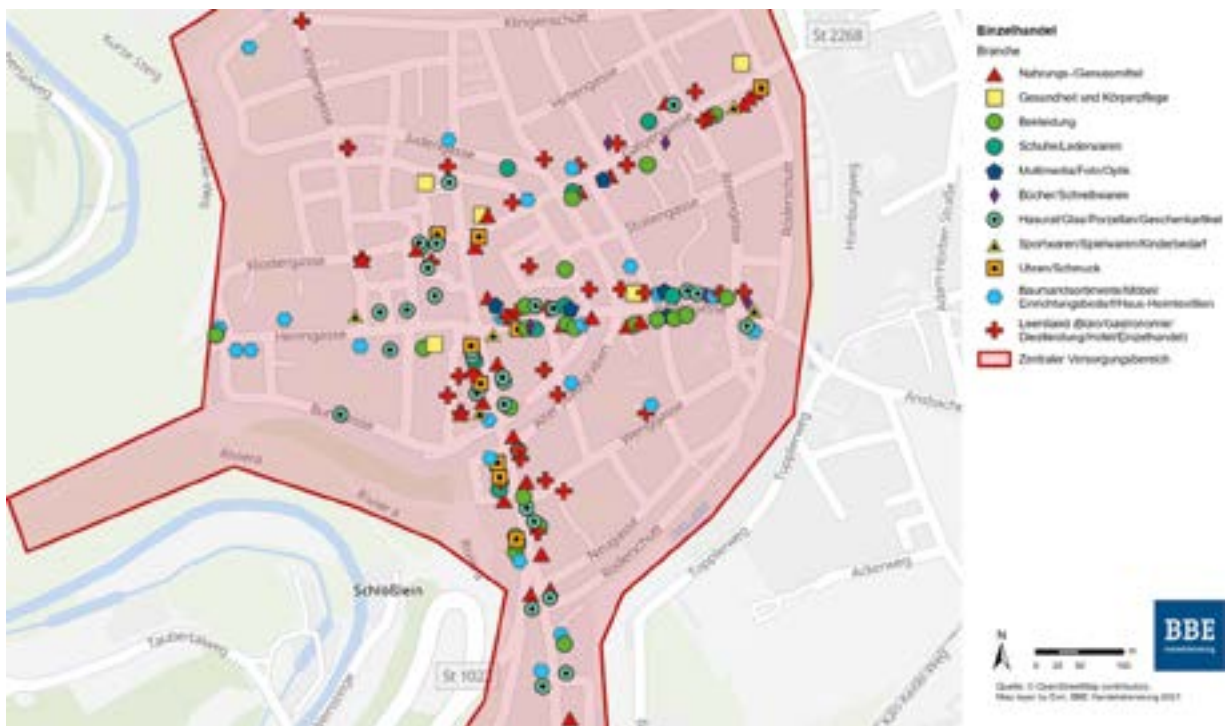
Rothenburg verfügt zudem über einen Wochenmarkt, welcher jedoch, so die Ergebnisse des Fitnesschecks, nicht sehr umfangreich ist und dementsprechend nicht im gewünschten Maß von der lokalen Bevölkerung frequentiert wird.

Viele Leerstände jenseits des Einzelhandels

Insgesamt erscheint die Innenstadt von Rothenburg einzelhändlerisch gut aufgestellt. Allerdings zeigen sich deutliche Angebotslücken. So findet sich innerhalb der touristischen Lagebereiche kein Angebot für die lokale Bevölkerung, sodass diese den Bereich eher selten frequentiert. Hinzu kommt, dass die Qualität des Einzelhandels im überwiegend auf die lokale Bevölkerung ausgerichteten Bereich, so zum Beispiel in der Galgen- oder Rödergasse, punktuell eher gering ist. Hier fehlt es eindeutig an Breite und Tiefe im Angebot. An dieser Stelle eröffnen sich mögliche Ansatzpunkte für zukünftige Entwicklungen der Rothenburger Einzelhandelslandschaft.

Die Ergebnisse des Fitnesschecks lassen zudem viele Leerstände erkennen, die nicht alle dem Einzelhandel zuzuordnen sind. Eine Konzentration ist hierbei in den Bereichen Rödergasse, Galgengasse und Untere Schmiedgasse festzustellen. Punktuell werden die Leerstände durch (Schaufenster-)Ausstellungen kaschiert, jedoch sind diese deutlich wahrnehmbar. Auch wirkt die Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung bei vielen Geschäften oftmals aus der Zeit gefallen.

Abbildung 15 Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes in der Innenstadt



Quelle: BBE/ISR/PLANKREIS (2021)

Zusammenfassend kann für den Bereich des Einzelhandels konstatiert werden, dass Rothenburg über ein breites, auf unterschiedliche Besuchergruppen ausgerichtetes und in weiten Teilen sehr qualitätsvolles Angebot verfügt. Dies lässt sich vor allem für das Angebot im touristischen Bereich beobachten. Gleichzeitig lassen die Ergebnisse des Fitnesschecks ein bipolares Einzelhandelsgefüge (Lokale vs. Tourismus) erkennen. Diesen Stärken stehen einige Schwächen gegenüber, wozu die kleinteilige Angebotsstruktur, die teilweise mangelnde Barrierefreiheit, die Leerstandsituation, die mangelnde Verfügbarkeit an Großflächen und die Angebotslücken zum Beispiel im Bereich Drogerie, Elektroartikel und Nahversorgung zählen.

Fitnessstärkung durch Bildung im regionalen Verbund

Die zentralörtliche Bedeutung der Stadt Rothenburg ob der Tauber und ihr Stellenwert für die Grunddaseinsfunktionen werden darüber hinaus auch im Bildungsbereich deutlich.

Rothenburg verfügt über ein gut ausgebautes und vielseitiges Schul- und Bildungssystem. Dies reicht von Kindertageseinrichtungen über alle Schulformen hinweg bis zur Hochschulausbildung in Kooperation mit der Hochschule Ansbach. Hier liegt für die zukünftige Entwicklung der Stadt ein großes Entwicklungspotenzial, welches es aufzugreifen gilt.

Neben der positiven Ausgangssituation zeigen sich in Rothenburg aber auch einige Defizite im Bereich der Bildung. So sind nur wenige Studiengänge im Hochschulangebot und keine Angebote im tertiären Weiterbildungsbereich auf Hochschulniveau am Standort zu verzeichnen.

Der Bereich Kultur mit großen Potenzialen für Rothenburg

Große Stärken zeigen sich im Themengebiet Kunst und Kultur. Diese sind mit Städtetourismus und dem Besucherverhalten eng verbunden. Dabei sind vor allem die kulturellen Angebote hervorragend geeignet, einem neuen Fokus im Tourismus, dem Resonanztourismus, zu folgen. In diesem Kontext ist vor allem das RothenburgMuseum zu nennen. Insgesamt zeigt der Fitnessscheck vor allem Stärken in der Vielfältigkeit des kulturtouristischen Angebots, dem Professionalisierungsgrad, der starken Erlebnisorientierung und im innovativen und programmatisch gut aufgestellten Sachgebiet „Tourismus, Kunst und Kultur“. Fitnessschwächende Elemente sind hingegen das teilweise überalterte Angebot, die Zielgruppenausrichtung oder der Mangel an komplementären Angeboten zum Beispiel im Bereich Kulinarik, Erlebnisastronomie etc.

Schwächen bestehen weiterhin in der strategischen Aufstellung der Stadt. Ein konsistentes Leitbild oder Markenverständnis liegen nicht vor. Dies ist aber für einen bedeutenden Tourismusstandort eine entschiedene Notwendigkeit. Hieraus resultiert zurzeit keine ableitbare gesamtheitliche städtische Kommunikationsstrategie, die einen klaren, abgestimmten kommunikativen Auftritt der Stadt nach außen behindert.

Stadtstruktur mit hoher Gesamtqualität

Die historische Altstadt als „Kapital“ und lebendiges Zentrum weist – auch dank jahrzehntelanger Sanierungstätigkeiten im Rahmen der Städtebauförderungsprogramme – insgesamt eine hohe Gesamtqualität auf. Diese gestalterische, funktionale und städtebauliche Attraktivität gilt es zu erhalten und aufzuwerten. Hierbei soll der attraktive Zusammenhang von Wohnen und Arbeiten in historischem und naturnahem Ambiente noch weiter herausgearbeitet werden: Handlungsfelder liegen in der Erhaltung des Gesamtensembles und seiner Erlebbarkeit, der Verbesserung der Einkaufsatmosphäre auch durch stadtgestalterische Maßnahmen im öffentlichen Raum wie zum Beispiel durch Möblierung, Schaffung von Barrierefreiheit, Abbau der autogerechten Gestaltung oder der Reduzierung der Verkehrsbelastung und der Sicherung der Verzahnung von Stadt- und Landschaftsraum als Teil des Stadtdenkmalbereichs.

Zu den Stärken Rothenburgs im Bereich Stadtstruktur zählen vor allem die historische Altstadt mit seiner hohen Denkmaldichte sowie die enge Verbindung der gebauten mittelalterlichen Stadt zu Grünbereichen um die Altstadt. Auf der anderen Seite lässt der Fitnesscheck aber auch einige Schwächen erkennen. Hierzu gehört insbesondere der motorisierte Verkehr und die defizitäre Ausstattung des öffentlichen Raumes.

Stärken-Chancen-Profil eröffnet vielfältige Ansatzpunkte für neue Entwicklungspfade

Die Analyse zur Fitness der Stadt Rothenburg hat gezeigt, dass den mannigfaltigen Stärken und Chancen auch eine Vielzahl an Schwächen und Risiken gegenüberstehen. So wird die Stadt ihrer mittelzentralen Versorgungsfunktion für das Umland grundsätzlich gerecht, lässt jedoch auch Verbesserungspotenziale erkennen. Neben der gegebenen hohen touristischen Bedeutung ist auch eine grundsätzlich gute Verflechtung in die Region zu konstatieren, was sich zum einen im breiten und vielfältigen kulturellen Angebot und zum anderen in der Bedeutung als Versorgungs- und Arbeitsplatzstandort widerspiegelt.

Abbildung 16 fasst Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken für Rothenburg ob der Tauber überblicksartig zusammen.

Abbildung 16 SWOT-Analyse Modellkommune Rothenburg ob der Tauber

Stärken

- stark touristisch geprägte Stadt
- intaktes historisches Stadtbild
- räumlich attraktive Umgebung (Taubertal)
- großes, vielfältiges kulturelles Angebot
- starker Bildungsstandort
- grundsätzlich gute Infrastruktur
- zentralörtliche Bedeutung
- gute überregionale Verkehrsanbindung

Schwächen

- Gefahr der Monokultur
- Überalterung der Bevölkerung
- Angebotslücken im Einzelhandelsbestand
- hohe Leerstandquote
- Verkehrsprobleme im Zentrum
- Barrierefreiheit nicht gegeben
- Sanierungsstau

Chancen

- Attraktivierung der Innenstadt für die lokale Bevölkerung
- Innenstadt als Wohnort
- Potenzial für junge Leute in der Innenstadt (Hochschule Ansbach)
- tertiärer Bildungsstandort
- Ausbau touristische Bedeutung des Taubertals
- Erlebnistourismus ausbauen und etablieren
- Welterbestatus

Risiken

- Verlust der touristischen Bedeutung (u.a. Besucherschwund)
- Verödung der Innenstadt
- Disneyfizierung
- Verfall der Gebäudesubstanz

Quelle: Darstellung BBE/ISR/PLANKREIS (2021)

Fazit Rothenburg ob der Tauber

Aufbau von Profilen jenseits des Tourismus sind notwendig

Rothenburg gehört zu den stärksten touristischen Standorten in Deutschland. Von diesem Standpunkt aus muss sich die Stadt jedoch weiterentwickeln und darf nicht im Bisherigen verharren. Rothenburg benötigt ein „zweites Standbein“. Diese Notwendigkeit zeigte sich insbesondere während der pandemiebedingten Lockdowns, in denen das Geschäftsleben in der Innenstadt phasenweise zum Erliegen kam. Die starken Umsatzrückgänge durch den fehlenden Tourismus konnten jedoch teilweise durch die Kundenloyalität der Rothenburger sowie der Einwohner des Umlandes aufgefangen werden. Hierbei zeigt sich deutlich die Verbundenheit der Bürger mit ihrer Stadt bzw. Region.

Gute Grundphysis mit Entwicklungspotenzial

Der Fitnesscheck in den untersuchten Feldern Einzelhandel, Kultur, Bildung, Kommunikation und Stadtstruktur hat ergeben, dass die Stadt grundsätzlich ihrer mittelzentralen Versorgungsfunktion gerecht wird und neben dem Tourismus eine wichtige Rolle als Zentrum für das angrenzende Umland einnimmt. Gleichwohl zeigen die Ergebnisse trotz der allgemein guten „Grundphysis“ der Stadt in den untersuchten Bereichen auch das Potenzial für Verbesserungen und Entwicklungen.

Sowohl Einzelhandel, Stadtstruktur, Kultur, Bildung und weitere Bereiche der Grunddaseinsfunktionen benötigen dringend eine Weiterentwicklung und dürfen nicht im „Sanierungsstau“ bzw. in der Selbstzufriedenheit verharren. Hierzu sollen Schlüsselprojekte in zentralen Handlungsbereichen entscheidende Impulse für die zukünftige Entwicklung der Stadt bieten und die Stadt resilienter und breiter aufstellen. Neben der Attraktivierung des (innerstädtischen) Einzelhandels für die Einwohner Rothenburgs und der Region bieten u.a. Maßnahmen zum Ausbau des Bildungsstandortes Rothenburg sowie die Etablierung eines ganzheitlichen strategischen Kommunikationskonzeptes die Chance, Rothenburg nachhaltig und zukunftsorientiert auszurichten bzw. zu stärken. Auch der schon heute gut aufgestellte Tourismussektor kann in Richtung Resonanztourismus weiterentwickelt werden.

3.4.2 Fitnessplan

Entwicklung/Weiterentwicklung/Etablierung der „Marke Rothenburg“

Zur zielgerichteten Profilierung von Rothenburg ob der Tauber soll eine Marke erarbeitet bzw. weiterentwickelt werden, welche die Grundlage für den zukünftigen erfolgreichen Wettbewerb zwischen konkurrierenden Standorten bilden soll. Die Erarbeitung eines Markenkonzpts ist ein zentrales Element in der Erarbeitung einer städtischen Persönlichkeit. Es führt zu deutlich wahrnehmbaren Alleinstellungsmerkmalen und schärft das Profil der Stadt. Es dient für die weitere städtische Entwicklung dabei als Navigationsgrundlage für die städtische Verwaltung und relevante städtische Akteurinnen und Akteure, an dem die Maßnahmen möglichst vieler städtischer Handlungsbereiche ausgerichtet werden können. Die städtische Marke ist daher viel mehr als nur ein Marketinginstrument, sie ist ein strategisches Steuerungsinstrument.



Quelle: ISR, 2021, verändert nach Esch 2003

Maßnahmenschritte:

1. Einführende Analyse der existierenden Markensituation
2. Einrichtung einer Lenkungsgruppe
3. Wettbewerbsanalyse – wer sind die Mitwettbewerber?
4. Fremdimage-/Eigenimageanalyse
5. Positionierungsworkshop
6. Entwicklung Markensteuerrad
7. Brand Book
8. Markenführung

Zielsetzung

Die Stadt Rothenburg soll eine konsistente strategische Grundlage erhalten und sich als leistungsfähige, einzigartige Marke im Standortwettbewerb positionieren.

Handlungsfeld

Kommunikation

Handlungsraum

Stadt Rothenburg ob der Tauber – Rathaus

Akteure

Oberbürgermeister („Chefsache“), Verwaltung, Stadtmarketing, Vereine, Verbände, Wirtschaft, Bürgerinnen und Bürger

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

Verlagerung vom Standort- zum Kommunikationswettbewerb. Etablierte Marken schaffen Vertrauen und bilden in Krisenzeiten ein klares verlässliches und vertrauensvolles Angebot für die Zielgruppen. Das erhöht – gerade in Coronazeiten – die Resilienz des Standortes (Risikovorsorge). Bezugsebene: lokal, regional, international.

Nutzung der Chancen des Stadtmarketings/Leerstandsmanagements/Beratung Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer und Mieterinnen und Mieter

Die Stadt Rothenburg hat zentrale Aufgaben hinsichtlich des Stadtmarketings an den „Stadtmarketing Rothenburg ob der Tauber e.V.“ vergeben. Das Aufgabenspektrum reicht vom Aufbau eines qualifizierten Leerstandsmanagements über die Steigerung der Anzahl der Akzeptanzstellen der Rothenburg-Plus-Card und Beratung des Einzelhandels bis hin zur Durchführung von jährlichen Veranstaltungen sowie der Vernetzung von Einzelhandel und Gastronomie.



Aktuell wird das volle Potenzial des Stadtmarketing e.V. nur unzureichend genutzt bzw. werden die Aufgaben nur bedingt zufriedenstellend erfüllt. Das Schlüsselprojekt soll die Kommunikation zwischen Stadtmarketing e.V., Stadt sowie weiteren Akteurinnen und Akteuren verbessern und die Instrumente wie Leerstandsmanagement und Beratung des Einzelhandels weiterentwickeln bzw. verbessern.



Zielsetzung

Verbesserung der Kommunikation zwischen Stadt und Stadtmarketing e.V., verbessertes Controlling

Handlungsfeld

Aufwertung und Stärkung der Einzelhandelsstrukturen in der Innenstadt, neue Impulse zur Weiterentwicklung

Handlungsraum

Innenstadt Rothenburg ob der Tauber

Akteure

Stadt Rothenburg, Stadtmarketing e.V., Wirtschaftsförderung

Zeithorizont

Kurzfristig bis mittelfristig

Transformationsbezug

Stabilisierung des einzelhändlerischen Angebotes, Abbau von Leerständen und damit einhergehende Vermeidung der Verödung der Innenstadt jenseits des touristischen Handels

Stärkung der Zusammenarbeit der verschiedenen örtlichen und regionalen Akteurinnen und Akteuren

Die Stadt Rothenburg zeichnet sich durch eine Vielzahl von Akteurinnen und Akteuren aus unterschiedlichen Stoßrichtungen aus, die nur punktuell miteinander interagieren und kommunizieren. Das Expertenforum hat gezeigt, dass ein gemeinschaftlicher Austausch und eine abgestimmte Kommunikation nach außen derzeit nicht stattfinden.

Jedoch liegt gerade die Stärke eines besonderen Wirtschaftsstandorts darin, dass die Akteurinnen und Akteure vor Ort gemeinschaftlich an Themen arbeiten und diese auch abgestimmt kommunizieren, um gesteckte Ziele zu erreichen bzw. den Standort nachhaltig aufzustellen und in den Köpfen der Zielgruppen zu verankern.

Das Schlüsselprojekt dient dem Abbau von Kommunikationshemmnissen bzw. der besseren Vernetzung der Akteurinnen und Akteure vor Ort.

Zielsetzung

Erarbeitung einer internen Kommunikationsstrategie für die Stadt Rothenburg ob der Tauber, Erzeugung eines „WIR-Gefühls“

Handlungsfeld

Kommunikation

Handlungsraum

Verflechtungsraum Rothenburg ob der Tauber

Akteure

Stadt Rothenburg, Vereine, Verbände und Institutionen Rothenburg, Stadtmarketing e.V.

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

Beseitigung von Kommunikationshemmnissen, Stärkung der Vernetzung vor Ort



Stärkere Ausrichtung auf Resonanztourismus

Touristen fragen immer mehr intensive und individuelle Reiseerlebnisse und Urlaubserfahrungen nach. Sie wollen auf Reisen „einbezogen werden“ und „mit dazu gehören“; d.h. in eine authentische Beziehung mit der Umgebung, mit den Einheimischen treten. Man möchte nicht mehr als außenstehende Besucherschaft, sondern fast als „Beteiligter“ gelten, mit zu einer „Wir-Kultur“ gehören. Dies erfordert eine neue Qualität des Tourismus, der den Blick auf menschliche Werte und Bedürfnisse richtet. Es geht darum, Beziehungen zu Menschen zu gestalten. Touristische Destinationen müssen aus diesem Grund Beziehungsqualitäten zu ihren Besucherinnen und Besuchern entwickeln, das Grundbedürfnis nach Resonanz befriedigen. Das Grundprinzip Resonanz, der Wunsch nach nachhaltigen Beziehungen, wird durch die Coronakrise noch einmal einen enormen Aufschwung erhalten.

Maßnahmenschritte:

1. Bestehende Angebote auf Resonanzerfahrungen hin überprüfen
2. Neue Angebote in Richtung einer „Wir bzw. Resonanzkultur“ entwickeln
3. Authentizitätsschwerpunkte entwickeln
4. Resonanz in der touristischen Wertschöpfungskette berücksichtigen

Zielsetzung

Stärkung des touristischen Standorts durch Resonanzerfahrungen ermöglichen

Handlungsfeld

Freizeit und Tourismus

Handlungsraum

Lokal, regional, national, international

Akteure

Rothenburg Tourismus Service, Hotel- und Gaststättengewerbe, Einzelhandel, Dienstleistungen

Zeithorizont

Langfristig

Transformationsbezug

Beitrag zur Bewältigung übergeordneter Trends – Resonanztourismus. Nach und in der Coronakrise hat die Tourismuswirtschaft auf ein gestiegenes Sicherheits- und Vertrauensbedürfnis der Menschen zu reagieren. Der regionale, authentische und individualisierte Tourismus wird an Attraktivität gewinnen.

Verbesserung der Verkehrssituation – Entwurf eines umfassenden Mobilitätskonzepts inkl. Parken, ÖPNV, Fahrrad, alternative Mobilität

Rothenburgs Innenstadt ist noch zu sehr durch Verkehr belastet, der sich insb. aus Anwohnerschaft, Hotelgäste und Lieferverkehr zusammensetzt. Das Ziel eines Mobilitätskonzeptes ist die Sicherung einer nachhaltigen Mobilität. Durch den Einbezug aller Stakeholder kann eine ressourceneffiziente Gestaltung der Mobilität erfolgen, die nicht an Raum-, System- oder Verwaltungsgrenzen endet. Analysiert werden die einzelnen Verkehrsarten wie Fußverkehr, Radverkehr, ÖPNV, MIV, Wirtschaftsverkehr, aber auch übergeordnete und querschnittsorientierte Mobilitätsthemen wie die Verkehrssicherheit, Mobilitätsmanagement, Carsharing oder Elektromobilitätsformen. Ein klar strukturiertes, ganzheitliches Konzept vereint neue, effiziente und alternative Lösungsansätze im Verkehrsbereich wie insb. die Verkehrsvermeidung im städtischen Raum oder die Verkehrsteilnahme in ländlichen Räumen. Schritte: Bestandsaufnahme und -analyse mit öffentlichem Beteiligungsprozess, um Stärken und Schwächen der verkehrlichen Ausgangssituation herauszustellen. Anschließend lassen sich die konkreten Ziele einer angestrebten Entwicklung ableiten.



Zielsetzung

Leitgedanke ist die „Stadt der kurzen Wege“, der insbesondere auch mit der zunehmenden Alterung der Gesellschaft an Bedeutung gewinnt. Die Konzepte zur Nahmobilität setzen auf eine wohnungsnahe Versorgung und umfassen im Wesentlichen die täglichen Wege, die überwiegend im Stadtquartier zu Fuß, mit dem Rad oder mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt werden, so z.B. Einkäufe, Arzt- und Behördenbesuche, Freizeitgestaltung usw.

Handlungsfeld

Verkehrliche Erreichbarkeit, Mobilität

Handlungsraum

Lokal, regional

Akteure

Politik und Verwaltung, Verkehrsunternehmen, Verbände, Interessengruppen, Vereine und Bürgerinnen und Bürger

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

Als strategisches Planwerk definiert ein Mobilitätskonzept die grundsätzlichen Rahmenbedingungen der Verkehrsplanung sowie -entwicklung für die nächsten Jahre. Hierzu zählen vor allem die verkehrlichen Folgen des demographischen Wandels, steigende Anforderungen im Klimaschutz sowie die Finanzierbarkeit, Kosteneffizienz und Umsetzbarkeit von Maßnahmen

Aufwertungen im öffentlichen Raum durch verbesserte Begehbarkeit, Beleuchtung, Möblierung, Grün- und Freiraumelemente

Der öffentliche Raum in Rothenburg ist noch zu stark verkehrsfunktional geprägt und soll seiner städtebaulichen Bedeutung angemessen und behutsam umgestaltet werden. Hierbei ist insb. eine hohe funktionale Flexibilität und Nutzbarkeit (z.B. für Außengastronomie) herzustellen. Zahlreiche „Stolperfallen“, z.B. durch hohe Bordsteinkanten oder unterschiedliche Bodenbeläge und Materialien etc. beeinträchtigen die Funktionalität und das historisch großzügige Erscheinungsbild. Verbessert werden soll unter anderem die Begehbarkeit (Barrierefreiheit für alle Generationen), auch die Defizite in Beleuchtung, Möblierung, Grün- und Freiraumelementen



Marktplatz gegen Norden (Stich von 1762)

schränken die Aufenthaltsqualität ebenso ein wie die Dominanz des ruhenden Verkehrs. Eine gute Erreichbarkeit der Einzelhandels- und Dienstleistungsunternehmen sowie bedarfsgerechte Stellplatzkapazitäten sind auch nach der Umgestaltung zu gewährleisten. Falls notwendig, sind Ersatzparkplätze in fußläufiger Nähe zu schaffen. Schritte: Erstellung eines Grobkonzepts zur Umgestaltung in Varianten, u.a. unter Einbindung der Anwohnerschaft und Gewerbetreibenden. Dabei sind unterschiedliche Entwicklungsszenarien zu prüfen. Es sind Möglichkeiten zu prüfen, inwiefern Teilbereiche vom ruhenden und fließenden Verkehr befreit werden können und als Räume mit hoher Aufenthaltsqualität, bspw. für Außengastronomie oder nicht kommerzielle Verweilmöglichkeiten, qualifiziert werden können. In der Gestaltung zeitgemäßer Stadtmöblierung (z.B. smarte Bänke) für alle Generationen sind auch künftig hohe Maßstäbe anzulegen.

Zielsetzung

Multifunktional nutzbare öffentliche Räume

Handlungsfeld

Aufenthaltsqualität, Grünraumplanung

Handlungsraum

Gesamte Altstadt, zunächst z.B. Rödergasse, Galgengasse

Akteure

Politik und Verwaltung, Planungsbüro, Interessengruppen, Vereine und Bürgerinnen und Bürger

Zeithorizont

Mittelfristig und langfristig

Transformationsbezug

- Die Innenstadt für die Bewohnerschaft und Besucherschaft „zurückerobern“ und zum „zweiten Wohnzimmer“ machen;
- Schaffung blauer und grüner Infrastruktur gegen Hitzestress (Klimawandel).

Entwicklung einer integrierten Kommunikationsstrategie für die Stadt Rothenburg

Eng mit einem strategischen System (siehe Schlüsselprojekt Marke) ist immer auch eine angepasste Kommunikationsstrategie im Sinne einer integrierten Kommunikation verbunden. Dazu gehört die inhaltliche und formale Abstimmung aller Maßnahmen der Marktkommunikation, um die gewünschten erzeugten Eindrücke zu vereinheitlichen und zu verstärken. Letztendlich geht es um die Übermittlung von Informationen mit dem Ziel der Steuerung von Meinungen, Einstellungen, Erwartungen und Entscheidungen bestimmter Adressaten und Zielgruppen für die Stadt Rothenburg.



Quelle: ISR, 2021, verändert nach Bruhn, 2013

Maßnahmenschritte:

1. Situationsanalyse der städtischen Kommunikationspolitik
2. Bestimmung von Zielen der Kommunikationspolitik
3. Zielgruppenplanung
4. Strategien für Kommunikationsinstrumente
5. Operative Planung
6. Organisationsmodelle
7. Erfolgskontrolle

Zielsetzung

Entwicklung eines übergreifenden Kommunikationskonzeptes und eine entsprechende integrierte Kommunikationsplanung. Ziel ist eine verbindliche mittel- bis langfristige Schwerpunktlegung für die Gesamtkommunikation der Stadt unter Berücksichtigung eines gesamtstädtischen Kommunikationskonzeptes.

Handlungsfeld

Kommunikation

Handlungsraum

Lokal, national, international

Akteure

Verwaltung, Vereine und Institutionen

Zeithorizont

Kurzfristig und in der Folge kontinuierlich

Transformationsbezug

Herausforderung in der Kommunikationspolitik: Multioptionalität und zunehmende Fragmentierung der Zielgruppen durch Individualisierung verlangt differenzierte Zielgruppenansprache. Neue Technologien und Anwendungen im Bereich Social Media müssen stärker Berücksichtigung finden.



3.5 Modellkommune Schwandorf

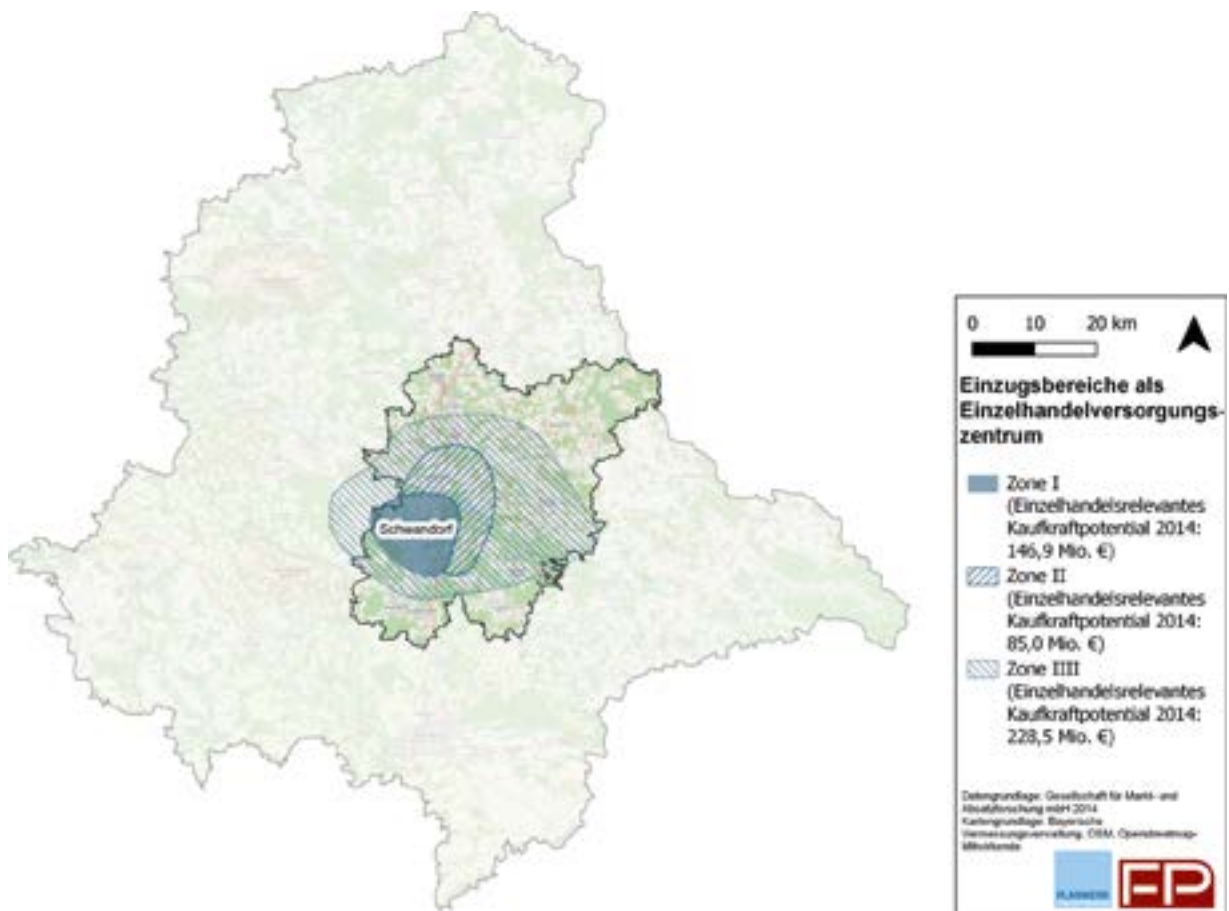
Die Große Kreisstadt Schwandorf ist Mittelzentrum im gleichnamigen Landkreis des Regierungsbezirks Oberpfalz. Als Teil der Planungsregion 6 „Oberpfalz-Nord“ bildet das Gebiet sowohl räumlich als auch strukturell das Scharnier zwischen dem Verdichtungsraum Regensburg und der strukturschwächeren nördlichen Oberpfalz. Das gesamte Kreisgebiet inklusive der Stadt Schwandorf ist als Raum mit besonderem Handlungsbedarf ausgewiesen. Schwandorf gehört nicht der Europäischen Metropolregion Nürnberg an, was die Ausrichtung der Verflechtung mit der Region verdeutlicht, die eher nach Süden zu Regensburg tendiert.

Schwandorf mit wichtiger Rolle und fester Verankerung in der Region

Die zentralörtliche Funktion und Ausstattung Schwandorfs übertrifft die anderer bayerischer Mittelzentren deutlich. Wesentliche Kriterien dabei sind Stadtgröße, Einzelhandelsdichte, Arbeitsplatzzahl sowie Infrastrukturen wie ein Krankenhaus, zahlreiche Fachärzte, Veranstaltungsort Oberpfalzhalle, Fortbildungszentrum der Handwerkskammer Charlottenhof oder der Bahnknotenpunkt. Das nächste Oberzentrum der Region ist Amberg im Nordwesten. Weiden im Norden und Cham im Osten sind etwa gleich weit entfernt wie Regensburg, aber nur dorthin besteht eine wesentliche Verflechtung im Alltag und in der Identität der Menschen in der Region.

Das Stadtgebiet Schwandorfs umfasst eine Fläche von 123,76 km². Schwandorf hat rd. 29.000 Einwohner. Die Kernstadt umfasst das Gebiet der Innenstadt sowie die Stadterweiterungen des 20. Jahrhunderts. In diesem Gebiet wohnen rd. 17.000 Personen. Die historische, verdichtete Innenstadt bildet das Zentrum. Diese fungiert mit ihren kleinteiligen Nutzungsstrukturen als Begegnungs- und Versorgungszentrum einer überschaubaren Region gemäß den oben beschriebenen Regionalstrukturen.

Abbildung 17 Das Starke Zentrum in der Region



Quelle: Darstellung Planwerk, Dr. Fruhmann & Partner (2021). Datengrundlage: Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH; Kartengrundlage: Bayerische Vermessungsverwaltung, OSM.

Vorhandene Infrastruktur zeigt Funktion des Knotenpunkts in der mittleren Oberpfalz auf

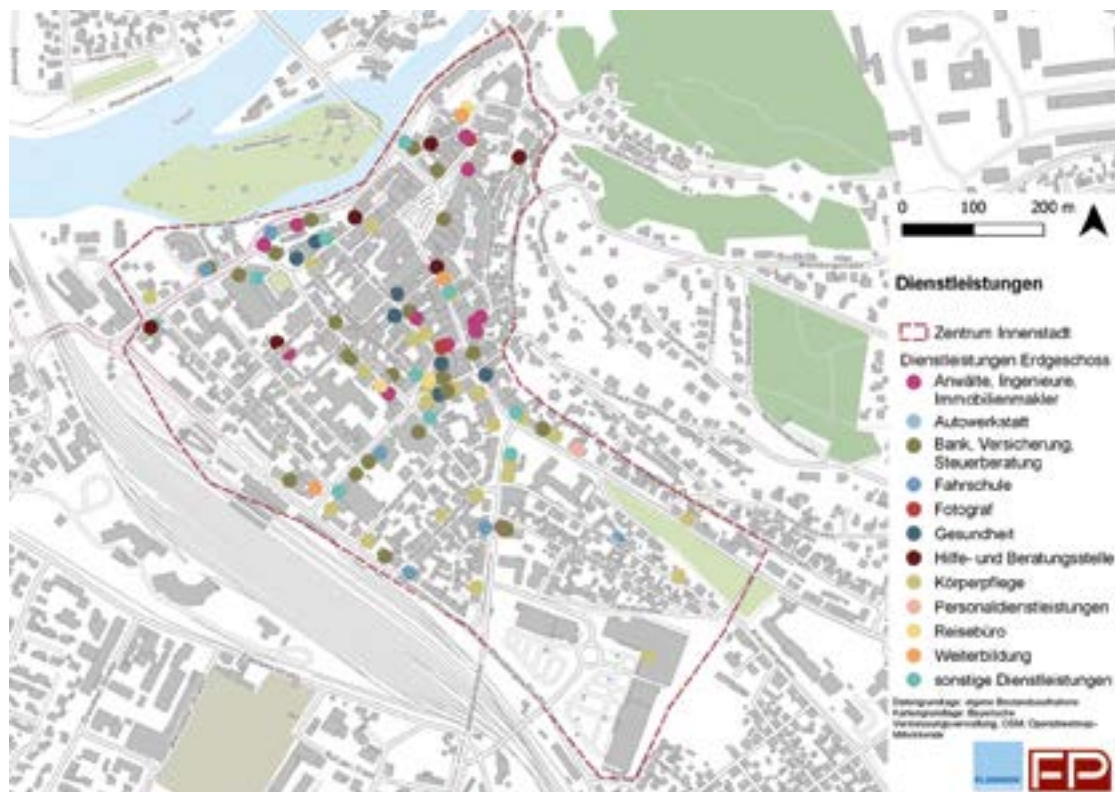
Den Übergang zwischen Innenstadt und den gartengeprägten Wohngebieten bilden die vorstädtischen Wohngebiete. Hier befinden sich zahlreiche öffentliche Einrichtungen und Schulen. In den östlichen und südlichen Randlagen werden die Gebiete von Industrie- und Gewerbenutzungen geprägt. Es sind Arbeits- und Versorgungsorte angegliedert an den Knotenpunkt der Verkehrsachsen B 85 und A 93. Unmittelbar südwestlich der Innenstadt befindet sich der Bahnhof der Stadt Schwandorf, der als historisch gewachsener Knotenpunkt nach Nordbayern und seit Fall des Eisernen Vorhangs auch nach Osten bis Prag unverändert (wieder) große Bedeutung hat, auch für den Güterverkehr (Rangierbahnhof).

Positive Wirtschaftssituation hat die Bevölkerungsentwicklung befördert

Die Bevölkerungsentwicklung Schwandorfs von rd. 26.000 Einwohner und Einwohnerinnen 1990 auf jetzt rund 29.000 (Stand: 31.12.2020) verdeutlicht einen Aufschwung, der besonders der Automobilindustrie und dem Maschinenbau zugerechnet werden darf. Im Jahr 2020 wies die Stadt Schwandorf mit 1.799 Zuzügen und 1.798 Fortzügen einen ausgeglichenen Wanderungssaldo auf. Beide Entwicklungen werden durch die Bevölkerungsprognosen bestätigt, wobei der Zuzug von Bevölkerung ein Entwicklungstreiber ist.

Ein genauerer Blick auf die Wirtschaftsstrukturen zeigt aber auch, dass Schwandorf ein bedeutender Standort für öffentliche wie private Dienstleistung ist, die als Branche prozentual mit 36 % die meisten sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten aufweist, vor dem produzierenden Gewerbe mit 35 %.

Abbildung 18 Mikrostandort Innenstadtzentrum mit Dienstleistungsangebot



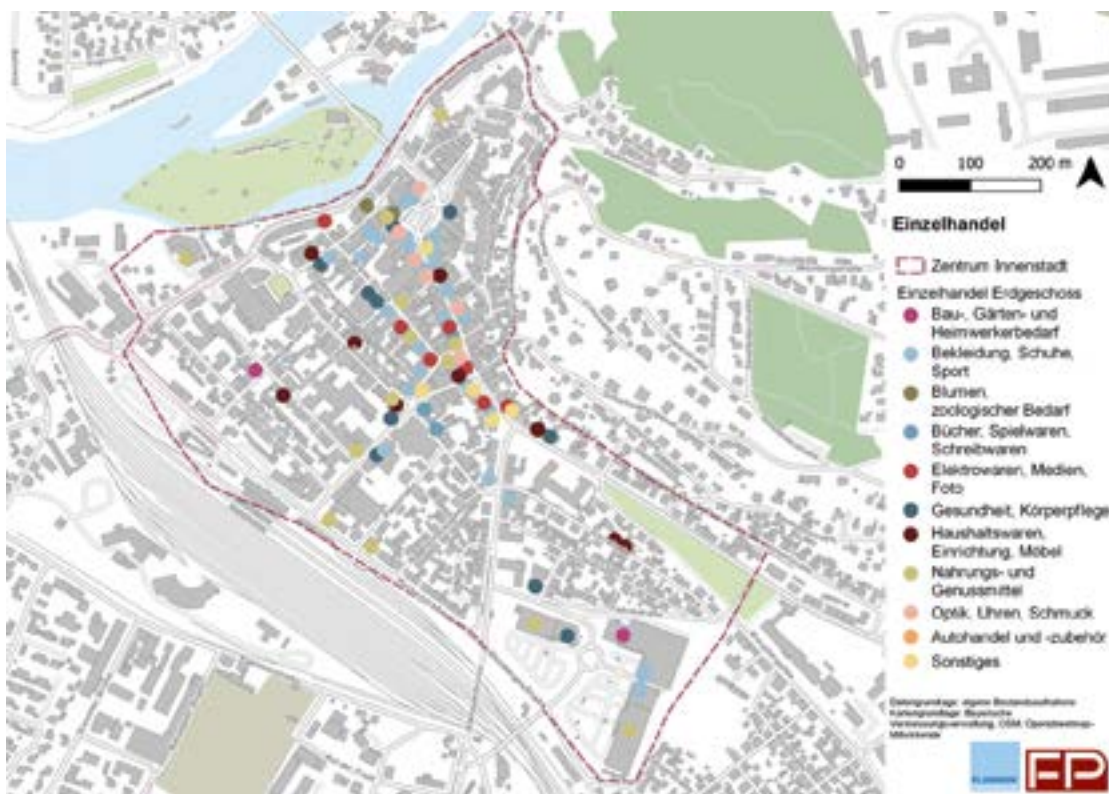
Quelle: Darstellung Planwerk, Dr. Fruhmann & Partner (2021). Datengrundlage: Eigene Bestandsaufnahme; Kartengrundlage: Bayerische Vermessungsverwaltung, OSM.

Buntes Bild im Einzelhandelsbereich mit facettenreichen Angeboten und Fokus auf die Kernstadt

Schwandorf ist ein regionales Einzelhandelsversorgungszentrum. Das Marktgebiet unterteilt sich in drei Zonen und umfasste 2014 (zusammen mit den Ergänzungsbereichen Burglengenfeld, Maxhütte-Haidhof und Nittenau im Süden) ein Einwohnerpotenzial von ca. 120.510 Personen und ein einzelhandelsrelevantes Gesamtkaufkraftpotenzial von 626,5 Mio. Euro (Gesellschaft für Markt und Absatzforschung).

Der Einzelhandel konzentriert sich dabei stark auf das Zentrum der Innenstadt und gliedert sich dort in vielfältiger Weise in verschiedene Geschäftsbereiche auf, was Schwandorf eine bunte Einzelhandelsstruktur und eine gute Versorgungslage beschert. Eine Entwicklungsaufgabe besteht in der Nutzung der nicht erst pandemiebedingt häufiger anzutreffenden Ladenleerstände in der Innenstadt. Hier weist Schwandorf eine Leerstandquote von 25 % im Zentrum auf.

Abbildung 19 Einzelhandelsstruktur in Schwandorf



Quelle: Darstellung Planwerk, Dr. Fruhmann & Partner (2021). Datengrundlage: Eigene Bestandsaufnahme; Kartengrundlage: Bayerische Vermessungsverwaltung, OSM

3.5.1 Fitnesscheck

Schwandorf ist ein vollständig ausgestattetes Mittelzentrum mit einer gerade im Einzelhandel, im Bildungsbereich und im Gesundheitsbereich umfassend aufgestellten Versorgungsstruktur mit Strahlkraft ins Umland.

Gefahr von Trading-Down-Effekten im Leerstand bietet gleichzeitig Chance für die Stadtplanung

Seit dem Jahr 2020 ist in Einzelfällen ein Trading-Down-Effekt durch die Schließung von Geschäften festzustellen, der allerdings nicht ausschließlich auf die Pandemie zurückgeführt werden kann, sondern oft auch mangels Betriebsnachfolger zustande kommt. Die Corona-Krise birgt dabei auch die Möglichkeit, andere ergänzende Handlungsfelder in die Stadtplanung einfließen zu lassen.

Mit der Nachnutzung des Schmidt-Bräu-Geländes im unmittelbaren Marktplatzumfeld soll in Eigenregie der Stadt Wohnraum mit ausgeprägter Sozialkomponente geschaffen werden. Dieses Projekt kann Impuls für weitere Wohnbauprojekte in der Innenstadt sein. Nutzungsmischung, Leerstandaktivierung, Frequenz- und Nachfragesteigerung für die Stadtmitte sowie Fachkräftesicherung durch gezielte Wohnangebote sind dabei erfolversprechende Ziele.

Fokus auf Frequenzsteigerungen

In räumlichem Zusammenhang mit diesem Projekt ist das sog. Forum als Multifunktionsstandort aus Veranstaltungsort, Musikschule, Kinder- und Jugendbücherei und möglichen weiteren öffentlichen Einrichtungen wie ein Tourismusbüro geplant. Zudem werden hier vorrangig Frequenzsteigerungen und Leerstandsaktivierung bzw. -vermeidung angestrebt. Auch unter Frequenzgesichtspunkten wie ebenfalls zur Attraktivierung der Stadtmitte gezielt für junge Menschen ist der Umbau des obersten (Freiluft-)Decks im Naabparkhaus konzipiert. Hier ergeben sich Verbindungen zum schon im selben Gebäude existierenden Jugendtreff.

Verbesserte Aufenthaltsqualität soll unter anderem durch Verkehrsberuhigung erreicht werden

Beschlossen und in den nächsten beiden Jahren zur Umsetzung anstehend ist ein verkehrsberuhigter Bereich – kurze Fußgängerzone – in der Friedrich-Ebert-Straße. Dies hat zur Folge, dass eine grundsätzliche Konzeption der innerstädtischen Verkehrslenkung erfolgen muss, die Erreichbarkeit ohne Parkplatzsuchverkehr sichert und den überörtlichen Durchgangsverkehr flüssig ableitet. Die Maßnahme verfolgt das Ziel, die Aufenthaltsqualität und die Verkehrssicherheit aus Fußgänger- und Radfahrersicht deutlich zu verbessern. Die Gestaltung von kleinen Grüninseln, sog. „Pocket Parks“ u.ä., in der Stadtmitte leistet ein Beitrag zur Aufenthaltsqualität und zum Mikroklima in der Stadt. Hierzu können Leerstände eingebunden werden.

Einbindung von Eigentümern zur Leerstandbehebung

Die Beratung der Immobilieneigentümer bietet Potenziale, Leerstandsaktivierung und Zielgruppenansprache zu verbessern. Im Zentrum wird eine konzertierte Marktbeobachtung und -betreuung für Nutzung und Funktionen in der Stadtmitte sein. Ein Fokus soll dabei abseits der A-Lagen auf der Schaffung von Wohnraum liegen.



Verbesserte Vernetzung der Akteure erforderlich

Vor allem der Stadtmarketingverein ist sehr aktiv in Schwandorf, der mit neuen Projekten wie Eislaufbahn oder dem „Lieblingsfreitag“ maßgebliche Akzente zur Überwindung der Pandemiefolgen setzt. Eine verstärkte Vernetzung der Akteure auch über die Stadtgrenzen hinaus eröffnet Chancen für neue Zielgruppen gerade aus dem touristischen Bereich (Verzahnung Oberpfälzer Seenland – Felsenkeller – Innenstadt).

Eine engere Kommunikation der Akteure untereinander schafft Impulse (wechselseitige Firmenbesuche, ggf. Etablierung einer Art Wirtschaftsbeirat, Kooperation Tanzschule – Jugendtreff, Verzahnung von Events wie z.B. Lieblingsfreitag mit städtischen Platzkonzerten). Aus der engeren Kooperation und Kommunikation soll mittelfristig auch ein (neues) Image, ggf. ein Motto für die Stadt Schwandorf entstehen, das Position im positiven Wettbewerb mit umliegenden Städten bezieht.

Fitnesscheck macht in Schwandorf die zentralen Handlungsfelder sichtbar

Auf Basis der Ergebnisse des Fitnesschecks für Schwandorf lassen sich folgende vier zentrale Handlungsfelder identifizieren:

- Handlungsfeld 1: Verkehr
- Handlungsfeld 2: Frequenz, Kaufkraft
- Handlungsfeld 3: Aufenthalt, Wohlfühlen
- Handlungsfeld 4: Vernetzung, Strukturen und Image

Die nachfolgende Abbildung fasst die zentralen Befunde des Fitnesschecks entlang von Stärken und Schwächen beziehungsweise Chancen und Risiken zusammen.

Abbildung 20 SWOT-Analyse Modellkommune Schwandorf

Stärken

- gute verkehrliche Anbindung
- frequenzbringende Facharztpraxen
- Branchenmix und inhabergeführte Geschäfte
- Marktplatz mit gastronomischen Angeboten
- Bahnknotenpunkt
- Global Player als wichtige Arbeitgeber
- Akteure wie Stadtmarketing, Citymanagement

Schwächen

- Verkehrsaufkommen im Innenstadtbereich, verursacht insbesondere durch überörtlichen Durchgangsverkehr
- Parkhausgestaltung, Abstellmöglichkeiten Rad
- fehlende Verknüpfung Stadtpark – Innenstadt sowie Innenstadt – Fachmarktzentrum gerade für Fußgänger
- fehlendes Mietraumangebot im Innenstadtbereich
- fehlende Aufenthaltsqualität entlang der Friedrich-Ebert-Straße
- unspezifisches bzw. unkommuniziertes Image, Alleinstellungsmerkmal

Chancen

- Umgestaltung und Attraktivierung des Stadtparks
- Umbau Schmidt-Bräu-Areal als Multifunktionsbereich
- Vernetzung mit Tourismusregion Oberpfälzer Seenland
- Bündelung und Kooperation von Events
- Freiraum (Leerstände) für neue Funktionen in der Stadtmitte (Dienstleistung/Office, ggf. Handwerk)
- Eigenimage und Regionalmarketing; Slogan/Motto für Schwandorf

Risiken

- hohe Altersstruktur und fehlende Nachfolger im Einzelhandel
- innerstädtischer (Laden-)Leerstand
- anhaltende Belastung durch Durchgangsverkehr
- mangelnde Kooperation der Akteurinnen und Akteure
- Online-Handel

Quelle: Darstellung Planwerk, Dr. Fruhmann & Partner

Fazit Fitnesscheck Schwandorf

Schwandorf ist das bedeutendste Mittelzentrum der mittleren Oberpfalz. Der Standort profitiert von seiner Lage zwischen Regensburg, Nürnberg und dem noch dünner besiedelten und deutlich strukturschwächeren Norden und Osten der Oberpfalz. Entsprechend wirken traditionelle zentralörtliche Funktionen und Bindekräfte bis heute und tragen zu einer über verschiedene Indikatoren hinweg positiven Entwicklung der Stadt bei. Besonders zu erwähnen sind hier die Bevölkerungsentwicklung mit einer hohen Zuwanderungsdynamik und die Entwicklung des Wirtschaftsstandortes, der von der sehr guten Verkehrsanbindung über Straße und Schiene mit weit überregionaler Knotenfunktion profitiert.

Die strukturellen Voraussetzungen zur erfolgreichen Bewältigung der Aufgaben sind gegeben. Politik und Verwaltung agieren zielgerichtet und mit hohem Autonomiestreben zur Sicherung der Gestaltungshoheit, was sich insbesondere am Wohnungsbau in direkter städtischer Verantwortung ohne Stadtbaugesellschaft o.ä. zeigt. Mit der angestrebten Fortschreibung des ISEK wird der planerische Rahmen gesetzt, um über die einzelnen Immobilien- und Entwicklungsprojekte hinweg strategisch zu agieren.

Auf der operativen Ebene werden die Entwicklungen mit den städtischen Fachabteilungen inkl. Citymanagement vorangetrieben. Der Stadtmarketingverein entwickelt eigene Projekte aus dem Umfeld der Betriebe heraus. Neue Partnerschaften wie etwa zwischen Stadt und Oberpfälzer Seenland konnten fundiert werden, bestehende Strukturen wie etwa zwischen Stadt und Stadtmarketingverein über konkrete Projekte (Lieblingsfreitag, Eislaufbahn im Stadtpark) vertieft und neue Ideen (digitale Einzelhandelsplattform) entwickelt werden. Eine verbesserte Kommunikation der Akteure untereinander wurde als Erfolgsfaktor erkannt.

Die Bürgerschaft als Akteursebene ist zum Beispiel bei der Stadtparkgestaltung und -aufwertung direkt in den Planungsprozess eingebunden, was ein wesentlicher Erfolgsfaktor zur Umsetzung auch größerer Projekte ist.

3.5.2 Fitnessplan

Regionalmarketing/RegioGuide

Gemeinsames Regionalmarketing für Schwandorf und das Oberpfälzer Seenland als Versorgungs-, Freizeit- und Urlaubs- bzw. Erlebnisstandort.

- Erarbeitung einer gemeinsamen Markenidentität, gerade auch für Schwandorf als Zentrum
- Durchführung einer Testimonial-Kampagne mit regionalen Akteurinnen und Akteuren (hier insbesondere auch Daseinsvorsorgeakteure und Frequenzbringer wie Ärzteschaft, Bildungsträger, Kultur, Jugend)
- Erarbeitung von gemeinsamen Werbe- und Informationsmaterialien über wechselseitige Besucherinformationen
- Erschließung und Bindung von neuen Zielgruppen (WoMo-Touristen, US-Army, Fachtourismus Bergbaufolgelandschaften etc.) über einen digitalen und analogen RegioGuide



Zielsetzung

Etablierung Schwandorfs als DAS Zentrum Oberpfalz Mitte und Schaffung von gemeinsamen Synergieeffekten

Handlungsfeld

Kooperation und Vernetzung, Kommunikation

Handlungsraum

Innenstadt – Oberpfälzer Seenland

Akteure

Initiator und Umsetzer: Amt für Kultur und Tourismus Schwandorf, Zweckverband Oberpfälzer Seenland; Mitwirkende: Stadtmarketing e.V.

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

Schwandorf bildet mit dem Oberpfälzer Seenland eine bayerische Urlaubs- und Freizeitregion. Ein pandemiebedingter Effekt ist, dass Urlaubsreisen innerhalb von Deutschland immer beliebter werden. Diesen Effekt gilt es über ein Regionalmarketing aufzugreifen und den Tourismusstandort zu stabilisieren. Zugleich Bewusstsein der Einwohnerinnen und Einwohner auf zentralörtliche Stärken Schwandorfs lenken (hohe Arztdichte, Stadt der kurzen Wege etc.).

Digitales Stadttor

Eine gemeinsame digitale Plattform für alle Betriebe (Einzelhandel, Handwerk/Gewerbe und Dienstleistung) in Schwandorf.

- Bündelung der individuellen Sichtbarkeit über eine neue Digitalplattform
- Darstellung von Betriebs- und Serviceprofilen zur Kundeninformation
- Weiterentwicklung als Online-Marktplatz für Schwandorf, um weitere Vertriebsmöglichkeiten für den Einzelhandel zur Verfügung zu stellen
- möglichst breite Darstellung aller innerstädtischen und gesamtstädtischen Anbietern von Leistungen jeder Art (Handel, Dienstleistung, Gastronomie, Freizeit, Bildung etc.)



Zielsetzung

Entwicklung eines Online-Schaufensters und -Marktplatzes als Gesamtlösung zur Stärkung des innerstädtischen Handels bzw. aller innerstädtischen Leistungsanbieter

Handlungsfeld

Digitalisierung

Handlungsraum

Gesamtstadt, insbesondere Innenstadt

Akteure

- Initiatoren: Citymanagement
- Umsetzer: Stabsstelle Wirtschaftsförderung
- Mitwirkende: Einzelhandel, Gastronomen, Dienstleister, kommunale Einrichtungen, Bildungseinrichtungen

Zeithorizont

Mittelfristig bis langfristig

Transformationsbezug

Informationen werden über das Internet abgerufen, daher ist eine digitale Sichtbarkeit ergänzend zum Standort unabdingbar. Pandemiebedingt verstärkt sich der Trend hin zum Online-Handel. Dies stellt den stationären Handel vor neue Herausforderungen und zeigt Handlungsbedarf.

Professionelles Eventmanagement

Ein externes, hauptamtliches Eventmanagement für Veranstaltungen in Schwandorf.

- Beauftragung eines professionellen Eventmanagements
- Etablierung von bestehenden Veranstaltungen mit überregionaler Wirkung, z.B. die Eislaufbahn als jährliche Veranstaltung des Stadtmarketing Schwandorf e.V.
- Verzahnung der Veranstaltungen z.B. Lieblingsfreitag mit städtischer Konzertreihe oder Felsenkellerführungen mit Besuch der Innenstadt
- Zuständigkeit insbesondere auch für Abwicklung der Events



Zielsetzung

Professionalisierung von Veranstaltungsstrukturen; Koordinierung und Entlastung der Ehrenamtsstrukturen bei der konkreten Eventabwicklung und Akteurskoordinierung („Blaulicht-Funktionen“, Sicherheit, Auf-/Abbau etc.)

Handlungsfeld

Kommunikation

Handlungsraum

Innenstadt, Stadtpark

Akteure

- Initiatoren und Umsetzer: Stadtmarketing e.V.
- Mitwirkende: Stabsstelle Wirtschaftsförderung, Amt für Kultur und Tourismus, Bauhof

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

Regulierungsgemäße Abwicklung von Veranstaltungen und zunehmender Überlastung des Ehrenamtes; Ehrenamt benötigt immer stärker professionelle Anleitung und Unterstützung.

Die Stadt als Entwicklerin

- Entwicklung von baulichen, frequenzbringenden innerstädtischen Projekten
- Gestaltungs-/Steuerungshoheit über aktives Handeln zur Behebung von Missständen
- eigenständige Umsetzung von städtischen Entwicklungszielen

Frequenzbringendes Multifunktionsprojekt „Forum“

Schaffung eines Veranstaltungssaales im Stadtzentrum mit Integration der städtischen Musikschule, Bibliothek und VHS im aktuellen Leerstand „Alte Post“ am Marktplatz.

Sozial-orientiertes Wohnprojekt „Schmidt-Bräu“

Schaffung von innerstädtischen (Sozial-)Wohnungen



Zielsetzung

Erhöhung der innerstädtischen Frequenz; Erhalt der städtischen Entwicklungshoheit

Handlungsfeld

Frequenz, Kaufkraft

Handlungsraum

Innenstadt, Projektstandorte: Konversionsfläche Schmidt-Bräu, Leerstand „Alte Post“ am Marktplatz

Akteure

- Initiatoren und Umsetzer: Amt für Planen und Bauen, Sachgebiet Stadtplanung
- Mitwirkende: Architekten, VHS, Stadtbibliothek

Zeithorizont

Langfristig

Transformationsbezug

Beitrag zur nutzungsgemischten Innenstadt; Stärkung der Grunddaseinsfunktionen im Innenstadtbereich

Stadtumbau-Kommunikator

Einführung eines zentralen Ansprechpartners in der Verwaltung zur geplanten innerstädtischen Verkehrslenkung und zu den damit einhergehenden Baumaßnahmen sowie zu den immobilienbezogenen großen Kernmaßnahmen der Stadt unmittelbar im Zentrum (Schmidt-Bräu-Areal, Forum)

- Brückenbauer zwischen Verwaltung, Ladeninhaber und Anlieger
- Reduzierung von Streitfaktoren über ein aktives Baustellenmarketing
- Öffentlichkeitsarbeit in Richtung Kundschaft und Besucherinnen und Besucher (Verständnis schaffen, Neugier auf Kommendes wecken)



Zielsetzung

Unterstützung der Imagebildung für Schwandorf nach innen und außen

Handlungsfeld

Kommunikation und verkehrliche Erreichbarkeit

Handlungsraum

Innenstadt, Einkaufsstraßen

Akteure

- Initiatoren und Umsetzer: Sachgebiet Tiefbau
- Mitwirkende: Amt für Planen und Bauen

Zeithorizont

Kurzfristig bis langfristig

Transformationsbezug

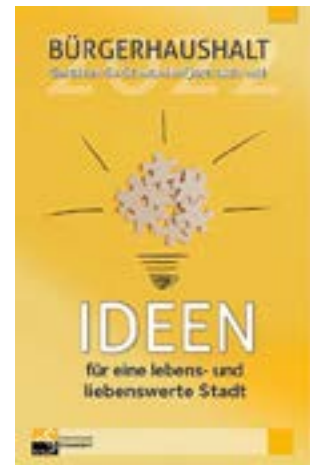
Unterstützung der Frequenzstärkung, Sicherung der Kundenfrequenz auch in belasteten Phasen etwa bzgl. Aufenthaltsqualität. Kommunikation mit den Betriebsinhabern zur koordinierten Gestaltung der Umbauphase

Bürgerhaushalt SAD

Bürgerschaft kann den Bürgerhaushalt (jährliches Budget von 100.000 Euro) mitgestalten und sich gezielt an der Entscheidung über öffentliche Ausgaben beteiligen. Hierzu zählen Anregungen zur Verschönerung des Stadtbildes, für weitere Erholungs- und Sportmöglichkeiten oder kulturelle und soziale Angebote.

Organisation in vier Projektphasen

1. Vorschläge abgeben
2. fachliche Prüfung in der Verwaltung
3. Stimmen vergeben
4. TOP-Liste der Vorschläge zur Abstimmung im Hauptausschuss des Stadtrates



Zielsetzung

Stärkung der städtischen und regionalen Identität

Handlungsfeld

Aufenthaltsqualität

Handlungsraum

Gesamtstadt

Akteure

- Initiatoren: Büro des Oberbürgermeisters und Pressestelle
- Umsetzer: Stadtverwaltung
- Mitwirkende: Stadtrat Schwandorf, Bevölkerung

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

„Bürger gestalten ihre Heimat mit“

Naabinsel

Schaffung einer zentrumsnahen Location mit

- Erholungsfunktion
- Funktion als Eventstandort für Freiluftaktivitäten (Konzerte, Eisbahn, Sommerstrand) gerade auch für Jugendliche
- Funktion für das Stadtklima
- Verbindung Shoppen und Erholung
- Neugestaltung des Stadtparkes als „Garten der Innenstadt“
- Öffentlichkeits- und Bürgerbeteiligung
- Entwicklung eines nachhaltigen Nutzungskonzeptes



Zielsetzung

Stärkung der zentralörtlichen Freizeit- und Erholungsfunktion

Handlungsfeld

Aufenthaltsqualität, Wohlfühlen und Erholung, Grünflächen

Handlungsraum

Projektstandort: Stadtpark Schwandorf mit Auswirkungen auf die Gesamtstadt und darüber hinaus

Akteure

- Initiatoren und Umsetzer: Stadt Schwandorf
- Mitwirkende: Veranstalter, Stadtmarketing e.V., Jugendamt

Zeithorizont

Mittelfristig

Transformationsbezug

Unterstützung des Trends zur Naherholung. (Inner-) städtische Nahangebote für weniger mobile Bevölkerungsgruppen (Seniorenschaft, Jugendliche). Aufwertung des innerstädtischen Wohnstandortes und Beitrag zur Klimaanpassung.



4 Modellprojekte: Inspiration für „Starke Zentren“

Das nachfolgende Kapitel setzt auf den Ergebnissen des Fitnessplans der einzelnen Modellkommunen auf und entwickelt vielversprechende sowie exemplarische Schlüsselprojekte zu Modellprojekten weiter. Dabei werden auch Ressourcen, Planungswerkzeuge, -instrumente und -methoden sowie Umsetzungs- und Planungspfad betrachtet.

Das thematische Spektrum der Modellprojekte wurde breit gewählt und umfasst unter anderem Projekte aus den Bereichen Digitalisierung, Immobilienentwicklung und Leerstandmanagement, Vernetzung und Kooperation, Bildung, Jugend, Handwerk, Kunst und Kultur sowie Grünraumplanung.

Mit den Modellprojekten sollen den Kommunen in ganz Bayern übertragbare Handlungsansätze zur Verfügung gestellt werden, die zur Entwicklung und Durchführung eigener Projekte für die Stärkung ihrer Zentren inspirieren.

Für weitergehende Rückfragen zu den Modellprojekten stehen Ihnen die Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner in den einzelnen Modellkommunen zur Verfügung. Eine Auflistung der jeweiligen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner zusammen mit den jeweiligen Kontaktdetails finden Sie im Anhang.

4.1

Modellprojekt 1 (Beilngries): Immobilien-Qualifizierungsoffensive

Beschreibung

Initiierung eines Aufwertungsprozesses und Steigerung der Investitionsbereitschaft in innerstädtische Immobilien durch die Durchführung eines Innenstadt-Immobilienentwicklungswettbewerbs:

- Wirtschaftlichkeits-Potenzialanalyse für leerstehende Objekte (auch in Richtung Wohnnutzung, „Transition house“ für Jugendliche oder Betreuungseinrichtung)
- Eigentümerberatungen
- Abbau der Investitionsskepsis der Hausbesitzer durch Aufzeigen konkreter Potenziale und Nutzungsmöglichkeiten

Zielsetzung:

- Erhalt und Steigerung der zentralörtlichen Funktion als Versorgungsstandort: In den Seitengassen der Beilngrieser Innenstadt befinden sich Bereiche mit umfangreichem Sanierungsstau, insbesondere im Immobilienbestand. Ganze Gebäude stehen leer.
- Initiierung multifunktionaler Geschäftshausentwicklungen sowie innovativer Immobiliennutzungen
- Auslösen von projektspezifischen Kooperationen mehrerer Innenstadt-Immobilienbesitzer
- Bewerbung des Standortes Beilngries und insbesondere der Beilngrieser Innenstadt als innovativer Standort, der aktiv an der Inwertsetzung seiner Gebäudesubstanz arbeitet
- Schaffung eines Netzwerks aus Architekten, Bauträgern, Handwerkern, Finanzierungspartnern etc., Vernetzung der Immobilienbesitzer vor Ort sowie Vernetzung bestehender und neuer Konzepte

Zielgruppen

Die wesentliche Zielgruppe ist die der Eigentümer mehrheitlich leerstehender oder untergenutzter Innenstadtimmobilien, insbesondere auch derer, die bereit sind, mit weiteren Eigentümern zusammenzuarbeiten.

Das Projekt dient aber auch als Drehscheibe, um Eigentümer, Architekten, Bauträger, Handwerker, Finanzierungspartner, lokale Unterstützter und neue Nutzungskonzepte zu vernetzen.

Handlungsfeld

Aufenthaltsqualität und Leerstandssituation

Handlungsraum

Gesamte Innenstadt, speziell die Nebenlagen und Seitengassen der Innenstadt, z.B. die äußere Poststraße oder die Lange Gasse

Planungswerkzeuge, -instrumente, -methoden

- Bestandserhebungen
- Kartierungen
- Eigentümerbefragungen
- Wettbewerb
- Online-Informationsmöglichkeiten
- Nutzungskonzeptionen

Akteure

- Initiator: Stadtverwaltung
- Umsetzer: Altstadtmanagement
- Mitwirkende: Immobilieneigentümer, Architekten, Bauträger, Handwerker, Finanzierungspartner

Ressourcenbedarf

- Marketingaufwand zur Bewerbung des Gesamtprojektes und des Wettbewerbs
- Begleitende Öffentlichkeitsarbeit
- Beratungsleistungen im Rahmen der immobilienwirtschaftlichen Einzelgespräche
- Prozessmanagement (z.B. durch das Altstadtmanagement)



Umsetzungs- und Planungspfad

1. Erhebung leerstehender oder untergenutzter Innenstadt-Immobilien
2. Ermittlung der jeweiligen Eigentümerschaft
3. Erstellung eines geeigneten Anschreibens und Versand an die betreffenden Hauseigentümer, parallele Erstellung von Online-Informationsseiten. Ergänzend können auch die Eigentümer aller innerstädtischen Immobilien einbezogen werden, die Interesse an einer Nutzungsintensivierung und -aufwertung zeigen
4. Immobilienwirtschaftliches Einzelgespräch mit interessierten Eigentümern zur Erfassung immobilienbezogener Informationen und Basisdaten
5. Erstellung erster Nutzungs- und Entwicklungsszenarien für die Inwertsetzung bzw. Neunutzung der Gebäude, Berechnung der notwendigen Investitionen sowie der Amortisationsdauer
6. Innenstadt-Immobilienentwicklungswettbewerb: Aufruf der Hausbesitzer, sich mit einer Nutzungskonzeption an diesem Wettbewerb zu beteiligen. Für die Konzepterstellung werden kostenfreie Erstberatungsleistungen von Architekten, Banken, Steuerberatern und der Abteilung Bau und Bauverwaltung der Stadt Beilngries zur Verfügung gestellt
7. Einreichung der Wettbewerbskonzepte mitwirkungsbereiter Eigentümer
8. Beurteilung der eingereichten Konzepte durch eine Jury städtischer/regionaler Fachexperten und Auswahl von z.B. drei Gewinnerkonzepten. Als Auswahlkriterien sollten u.a. die Multifunktionalität und Innovation der Immobiliennutzungen gelten, auch kooperative Vorgehensweisen benachbarter Immobilien sind positiv zu bewerten
9. Angebot weitergehender Beratungs- und Unterstützungsleistungen zur weiteren Projektentwicklung und Umsetzung der Immobilienrevitalisierung. Hier können z.B. auch Leistungen von Handwerksbetrieben aus der Region im Rahmen des Innenausbau bereitgestellt werden

Als Zeitrahmen sind für die Schritte 1 bis 9 rd. zehn bis zwölf Monate anzusetzen, hieran setzt die eigentliche Umsetzung der jeweiligen Projekte an. Der Kostenrahmen ist von der Anzahl der zu fördernden Projekte und dem Umfang der Beratungs- und Unterstützungsleistungen abhängig. Ausgehend von drei Projekten und kostenfreien Beratungsleistungen der Banken, Architekten, Steuerberater etc. sind für die Gesamtdurchführung rd. 50.000 Euro anzusetzen. Als Finanzierungsansätze sind Mittel der Städtebauförderung, des bestehenden Altstadtmanagements sowie Sponsoring (Banken, Projektentwickler) zu sehen.

Gelingfaktoren

- Mitwirkungsbereitschaft der Hausbesitzerinnen und Hausbesitzer
- Entwicklung wirtschaftlich tragbarer Konzepte
- Senkung des Finanzierungsbedarfes durch Nutzung von Fördermöglichkeiten

Transformationsbezug

Leerstehende Immobilien werden von der Eigentümerschaft oftmals nicht wieder vermietet, da sie auf die gleiche Nutzung wie zuvor hoffen (aber nicht alle ehemaligen Einzelhandelslagen sind heute noch für den Einzelhandel attraktiv) oder da sie auf eine Mieteinnahme in gleicher Höhe wie zuvor hoffen (das gewerbliche Mietniveau ist insbesondere in den Nebenlagen kleinerer Städte gesunken bzw. entspricht nicht der gefühlten Euro-gleich-DM-Entwicklung). Hier braucht es Aufklärung, aber vor allem das Aufzeigen alternativer Nutzungsmöglichkeiten.

Empfehlungen aus der Praxis für die Praxis

Nicht jede Fläche, die zuvor mit Einzelhandel besetzt war, lässt sich heute noch durch Einzelhandel nutzen. Hier bedarf es eines Umdenkens bei den Hauseigentümern. Dies ist erfahrungsgemäß nicht leicht zu erreichen. Es ist daher hilfreich, alternative Nutzungsmöglichkeiten aufzuzeigen, die eine nachhaltige Verwendung ermöglichen.

4.2

Modellprojekt 2: Weiterentwicklung der Plattform „bewusst-beilngries.de“

Beschreibung

Ausbau der bestehenden Internetseiten „bewusst-beilngries.de“ zu einer zentralen Content-Plattform, die möglichst viele relevante Informationen aus dem städtischen (Er)Lebensumfeld der Bürgerschaft, Kundschaft und Gäste bündelt, um einerseits Mehrwert im Alltag/täglichen Leben zu bieten und gleichzeitig Besuchsimpulse für die Innenstadt und die dortigen kundenorientierten Betriebe (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerk) zu generieren:

- Ergänzung z.B. durch Vereins-News, Mittagspausenangebote der Gastronomie, Fahrpläne, themenspezifische Umfragen oder auch Gewinnspiele
- Andockung verschiedener, bereits bestehender Elemente an die Plattform, z.B. vorhandene City-App, Informationen, Services usw., so dass die Online-Plattform als Bindeglied fungiert und entsprechend aufgewertet wird.

Zielsetzung:

- Die zentralörtliche Funktion als Versorgungsstandort sollte auch im Online-Auftritt der Stadt vermittelt werden: Beilngries ist mehr als eine „Einkaufsstadt“; die weiteren Funktionen wie z.B. Kultur oder soziale Infrastruktur sind auch online-erlebbar zu gestalten
- Einbindung von Unternehmen, die eine Online-Präsenz nicht oder in nicht nachfragegerechter Form aufweisen
- Schaffung eines lokalen Aktionsbündnisses zur Steigerung der Online-Sichtbarkeit und Online-Attraktivität
- Erhöhung der Akzeptanz (click-rates) der „bewusst-beilngries.de“-Internetseiten durch Erweiterung des Angebots- und Informationsumfangs

Zielgruppen

Auf der Nachfrageseite sind Kunden, Gäste und Bürger als Zielgruppen zu sehen, auf der Anbieterseite Gewerbetreibende und Institutionen wie Kultur-, Freizeit-, Sozial- und touristische Einrichtungen.

Handlungsfeld

Digitalisierung

Handlungsraum

Der eigentliche Handlungsraum ist online, richtet sich aber an Kernstadt, Stadtteile und Umland.

Planungswerkzeuge, -instrumente, -methoden

- Gäste- und Kundenbefragungen
- Qualifizierungsangebote (Beratungen, Workshops)
- Online-Präsenzcheck

Akteure

- Initiator: Stadtverwaltung
- Umsetzer: Stadtverwaltung mit IT-Dienstleister
- Mitwirkende: lokale Unternehmen, Institutionen und Akteure

Ressourcenbedarf

- Begleitende Öffentlichkeitsarbeit
- Unterstützungsleistungen im Rahmen der Befragungen und Online-Checks
- Beratungs- und Moderationsleistungen im Rahmen der Schulungen
- IT-Infrastrukturgeber (überregionale, spezialisierte Anbieter oder ein lokaler IT-Anbieter im Zusammenspiel mit einer lokalen Werbeagentur)



Ausschnitt der aktuellen Startseite von bewusst-beilngries.de

Umsetzungs- und Planungspfad

1. Festlegung der Ziele (was soll mit der erweiterten Plattform erreicht werden, welches sind die Zielgruppen, welche Informationen geben den Zielgruppen einen echten Mehrwert, in welcher Tiefe sollen die Informationen bereitgestellt werden) und Rahmenbedingungen (Integration in die lokale Marketing- und Digitalisierungsstrategie)
2. Analyse der Ist-Situation: Wie sind die Betriebe und Institutionen online aufgestellt (Onlinepräsenz-Check), welche Erwartung haben die Zielgruppen (Befragung der Kunden, Gäste und Bürger auf der Nachfrageseite und Gewerbetreibenden auf der Anbieterseite)
3. Vorbereitende Nutzerqualifizierung der örtlichen Betriebe und Institutionen in Bereichen wie GoogleMyBusiness, Social Media und Bereitstellung/Aufbereitung von Inhalten (Texte, Fotos etc.) durch Beratungsangebote oder Workshops
4. Festlegung der eigenen Anforderungen an die erweiterte Plattform, z.B. von der reinen Information zur Interaktion (Suchfunktion, Chat) und Servicefunktion (Mittagspausenführer, Schulmateriallisten, Öffnungszeitenverzeichnis, Veranstaltungskalender)
5. Überführung in ein Lastenheft (Grundsätzliche technisch-konzeptionelle Anforderungen, Frontend- und Backend-Programmierung)
6. Angebotseinholung und Auswahl eines IT-Infrastrukturbetreibers, falls der aktuelle Anbieter den erweiterten Umfang nicht leisten kann
7. Finanzplanung (Erarbeitung einer Kosten- und Finanzierungsstruktur)
8. Teilnehmerakquise durch Informationsveranstaltungen, Ansprache von Multiplikatoren und individuelle Ansprache
9. Plattform-spezifische Qualifizierung der Teilnehmerschaft in Anbindung an Schritt 3
10. Klärung der Aufgaben und Zuständigkeiten für Leistungen wie Redaktion, Management und Nutzerbetreuung, Monitoring, Marketing. Diese sind idealerweise durch den Einsatz eines Projektmanagers/„Kümmers“ sicherzustellen
11. Start der erweiterten Plattform mit einer begleitenden Social Media- und Presseoffensive sowie Öffentlichkeitsarbeit
12. Durchführung erster Online-Aktionen auf der Plattform
13. Anpassung und Weiterentwicklung der Plattform (Verbesserungen, neue Tools, Kundenbindungssysteme)

Als Zeitrahmen bis zum Start der erweiterten Plattform, also für die Schritte 1 bis 10, sind rd. sechs Monate anzusetzen.

Der Kostenrahmen umfasst die einmaligen Investitionen in die Plattform (z.B. Technik und Programmierung, wobei hier die Produktionskosten von Umfang und technischem sowie gestalterischem Aufwand abhängen) und die Nutzerqualifizierung sowie die wiederkehrenden Kosten (z.B. Personalkosten, Lizenzgebühren, Marketing).

Als Finanzierungsansätze sind die aktuell bereits für „bewusst-beilngries.de“ genutzten Mittel der Städtebauförderung, Teilnehmerbeiträge sowie Sponsoring (IT-Unternehmen, Tourismusanbieter) zu sehen.

Gelingfaktoren

- Mitwirkungsbereitschaft der Betriebe und Institutionen
- Einsatz eines Projektmanagers/„Kümmerers“
- Verzicht auf die Shop-Funktionalität, also Einsatz eines Online-Schaufensters statt eines Online-Marktplatzes

Transformationsbezug

Auch wenn Digitalisierung und E-Commerce für viele stationäre Einzelhändler und damit auch für Innenstädte eine Herausforderung bedeuten und sich die Auswirkungen des Online-Handels zunächst eher zu Lasten des stationären Einzelhandels darstellen, bietet die Digitalisierung auch reelle Chancen. So wird eine Kaufentscheidung oftmals online vorbereitet, jedoch im stationären Handel tatsächlich getätigt. Essenziell ist daher eine Online-Präsenz, um digital aufgefunden zu werden und den Kunden vor einem Einkauf über die jeweiligen Angebote und Leistungen informieren zu können.

Empfehlungen aus der Praxis für die Praxis

Bei der Einführung einer Online-Plattform wird oft an einen Online-Marktplatz mit Shop-Funktionalität anstatt an ein Online-Schaufenster gedacht. Bei einem Online-Marktplatz erwartet die Kundschaft eine umfassende Einkaufsmöglichkeit über die Plattform, was viele Marktplätze nicht gewährleisten. Oft bieten Betriebe nur ein einziges Produkt online an. Auch bei einer Schaufenster-Lösung können einzelne Betriebe einen Online-Shop hinterlegen, es wird jedoch auf die übergeordnete Funktion des Online-Einkaufs über die Plattform verzichtet. Der Vorteil: nicht jeder teilnehmende Betrieb muss Produkte für die Shop-Funktion zur Verfügung stellen. Das Online-Schaufenster ist daher oft die passendere Lösung, um möglichst viele Betriebe auf die gemeinsame Online-Seite zu bringen.

4.3

Modellprojekt 3 (Beilngries): Einrichtung eines innovativen Handwerkerhofes mit Existenzgründungsunterstützung und Coworkingmöglichkeiten

Beschreibung

Schaffung einer räumlich konzentrierten Ansiedlungsmöglichkeit für bestehende und neugegründete Handwerksbetriebe mit Ergänzung von beratungs- bzw. unterstützungsleistenden Büros. Der Handwerkerhof soll sich durch für Hobby- und Heimwerker offene Maker Spaces und Räumlichkeiten zum Coworking auszeichnen:

- Konzentration von Anbietern aus dem Handwerksbereich und so gegenseitige Kundenzuführung und Erleichterung gemeinsamer Angebote
- Förderung der Zusammenarbeit und des Networkings durch gemeinsame Besprechungs-, Seminar- und Präsentationsräume
- Coworking-Werkstatt zur gemeinsamen Arbeit an Projekten, auch im Sinne eines Maker Space
- Auch eine firmenübergreifende Azubiwerkstatt sowie Räume für die betriebliche Aus- und Weiterbildung sind denkbar
- Vernetzung von professionellen und privaten Projekten
- Einrichtung einer gemeinsamen Kantine bzw. eines Essensraums
- Bereitstellung eines Fitnessraums oder einer Chill-out-Area
- Ergänzung durch beratungs- bzw. unterstützungsleistende Büros (z.B. Architektur, Bauberatung, Energieberatung, IT-Dienstleistungen, Gründungscoaching, 3D-Druck, Modellbau, Design) und Workshop-Angebote
- Ergänzung durch eine aufzubauende Online-Community, in der Fragen beantwortet sowie Tipps gegeben werden

Zielsetzung

In Beilngries ist eine Überalterung der ansässigen Handwerker feststellbar, die Nachfolge ist oftmals nicht gewährleistet. Trotz guter Auftragslage und Zukunftsaussichten müssen Betriebe aufgrund fehlender Nachfolger schließen und reduzieren so das Angebot vor Ort. Besonders im Handwerk kann eine Bündelung der Anbieterschaft dazu führen, Betriebe für eine Nachfolge attraktiver zu machen.

- Attraktivitätssteigerung eines Handwerkerhofes gegenüber Einzelbetrieben für neu an den Standort ziehende Handwerker bzw. Neugründungen
- zusätzliche Bereitstellung professionell ausgestatteter Maker Spaces (Holzwerkstatt, Metallwerkstatt, Textilwerkstatt etc.)
- Sicherung der Handwerksunternehmen am Standort

Zielgruppen

Das Vorhaben richtet sich an bestehende und neu zu gründende Handwerksbetriebe, an Hobby- und Heimwerker sowie Dienstleistungsbetriebe und Existenzgründer z.B. aus den Bereichen Architektur, Bauberatung, Energieberatung, IT, Coaching, 3D-Druck, Modellbau, Design.

Handlungsfeld

Zusammenarbeit und Networking

Handlungsraum

Das Vorhaben sollte bevorzugt innenstadtnah bzw. unter unmittelbarer Anbindung der Innenstadt realisiert werden. Konkret besteht auf dem Straßenmeisterei-Gelände an der Kelheimer Straße 8 (Bundesstraße B299) in Beilngries die Möglichkeit, auf einem unmittelbar an die Innenstadt grenzenden Areal mit einer Gesamtfläche von rd. 8.000 m² das Projekt eines solchen Handwerkerhofes zu realisieren.

Planungswerkzeuge, -instrumente, -methoden

- Machbarkeitsstudie
- Gewerbebefragung
- Nutzungskonzeption
- Projektentwicklung
- Architekturwettbewerb



Akteure

- Initiator: Stadtverwaltung
- Umsetzer: Stadtverwaltung
- Mitwirkende: Immobilien- bzw. Flächenbesitzer, Handwerker, Dienstleistungsbüros

Ressourcenbedarf

- Gutachterliche Leistungen
- Architektenleistungen
- Projektentwicklungsleistungen
- Prozessmanagement

Umsetzungs- und Planungspfad

Bereits seit längerem bestehen beim Staatlichen Bauamt in Ingolstadt Überlegungen, den Bauhof der Straßenmeisterei innerhalb von Beilngries zu verlagern. Der aktuelle Standort an der Kelheimer Straße würde somit für eine neue Nutzung frei. Die Lage an der Kelheimer Straße, zugleich Bundesstraße B299, würde die für eine weiterhin gewerbliche Nutzung notwendige Erreichbarkeit mit Pkw und Lkw sicherstellen. Das Umfeld ist durch Gewerbe, Bildungseinrichtungen und Grünflächen geprägt, so dass eine auch in Teilen möglicherweise störende Nutzung wie die eines Handwerkerhofes realisierbar scheint. Voraussetzung für die nachfolgend beschriebenen Schritte sind die Abstimmung mit dem Staatlichen Bauamt sowie die Verlagerung des Bauhofes innerhalb der Stadt. Ansonsten müsste zuvor eine alternative Standortfestlegung erfolgen.

1. Erstellung einer Machbarkeitsstudie, wobei insbesondere die Nachfrage zu prüfen und Hinweise auf den Bedarf (Gebäudeflächen, Stellplätze) und die grundsätzlichen Anforderungen z.B. in den Bereichen Ausstattung (Technik, Ver- und Entsorgung) und Arbeitsplatztypen (Werkstatt, Labor, Büro) zu eruieren sind. Dies kann am besten über eine Gewerbebefragung erfolgen.
2. Prüfung des am Standort bestehenden und ggfs. Schaffung geeigneten Baurechts
3. Träger/Betreibersuche
4. Erwerb des Grundstückes
5. Konzeption des Handwerkerhofes, d.h. Erstellung einer konkreten Nutzungskonzeption (Nutzerbedarfsprogramm, Funktions-, Flächen-, Raum- und Ausstattungsprogramm)
6. Planerische/architektonische Umsetzung (Vorplanung, Entwurfsplanung und Genehmigungsplanung), ggfs. mit vorgeschaltetem Wettbewerb
7. Ausschreibung der baulichen Leistungen
8. Vergabe
9. Parallel: Nutzerakquisition
10. Bauausführung

Als Zeitrahmen bis zum Beginn der Bauleistungen, also für die Schritte 1 bis 9, sind rd. zwölf Monate anzusetzen.

Als Kostenrahmen sind für die Schritte 1 bis 3 und 5 bis 9, also ohne Grundstückserwerb und Bau, sicher 300.000 bis 350.000 Euro anzusetzen.

Die Finanzierung kann über die Städtebauförderung unterstützt werden.

Gelingfaktoren

- Flächenverfügbarkeit
- Träger/Betreiber muss gefunden werden
- Bekanntheit des Projektes, um die Nachfrage zu entwickeln
- gute Verkehrsanbindung, auch für den Umweltverbund

Transformationsbezug

Der Stellenwert eines solchen Vorhabens ergibt sich aus der wachsenden Bedeutung des Handwerks für eine nachhaltige Zukunft und den notwendigen schonenden Umgang mit den natürlichen Ressourcen. Beispiele hierfür sind die Bereiche regenerative Energien, Wärmedämmung, energetische Sanierung des Gebäudebestandes, Klimaschutz oder die wachsende ökonomische und ökologische Bedeutung von Reparaturdienstleistungen.

Empfehlungen aus der Praxis für die Praxis

Die Kooperation von Handwerksbetrieben mit anderen, die inhaltlich angrenzende Gewerke bedienen, führt zu einer höheren Wettbewerbsfähigkeit. So können z.B. kooperierende Spengler, Zimmerer und Trockenbauer gemeinsame Projekte anbieten und bearbeiten, wobei jedes Unternehmen weiterhin auch einzeln agieren kann. Der räumliche Zusammenschluss fördert die Zusammenarbeit zwischen den Unternehmen und schafft so Synergien.

4.4

Modellprojekt 4 (Coburg): Integriertes Innenstadtmanagement – Projektgruppe Stadtmacher

Beschreibung

Innenstädte sind in einem tiefgreifenden Wandel und ein lebendiges Zentrum setzt einen gesunden Mix aus Wohnen und Leben, Arbeiten und Einkaufen, Freizeit und Gastronomie voraus. Mit Blick auf den Druck auf öffentliche Haushalte und Zuständigkeiten bei Akteurinnen und Akteuren der Innenstadtentwicklung sind Synergieeffekte und Förderkulissen künftig bestmöglich zu nutzen. In der Vergangenheit bewährte Instrumente betrachten Geschäftslagen und Leerstände (Wirtschaftsförderungsgesellschaft der Stadt Coburg mbH), den Einzelhandel (Citymanagement) bzw. Wohn-, Arbeits- und Erlebniswelten (Wohnbau Stadt Coburg GmbH) jeweils in eigenständigen Strukturen. Durch das Zusammenlegen von Kompetenzen in einem abteilungsübergreifenden Team als Projektgruppe „Integriertes Innenstadtmanagement“ sollen bewährte Handlungsmethoden zusammengeführt, aber auch neue Wege mit Blick auf die Entwicklung der Innenstadt beschritten werden. Die derzeit sechs Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der drei Partner arbeiten seit 2021 als „Stadtmacher“ kooperativ unter dem Dach der Wohnbau Stadt Coburg GmbH. Die Taskforce ist mit einem entsprechenden Budget aus den bisherigen Einzelhaushalten ausgestattet. Zusätzlich kümmert sich das Team aber auch um die Akquise von Fördermitteln. Das integrierte Innenstadtmanagement befindet sich aktuell in einer Pilotphase. Nach Überprüfung der Wirkungskraft dieser Kooperation entscheidet sich, ob die Aufgabenbereiche ggf. dauerhaft, mit allen notwendigen gesellschaftsrechtlichen Konsequenzen in einer Organisation zusammengeführt werden.

Ziel(gruppen)

Das Ziel der Projektgruppe ist eine enge ressortübergreifende Arbeitsweise, gezielte Aktivierung und Koordination von integrierten Konzepten. Die Funktion, Gestaltung und Nutzung der Coburger Innenstadt soll somit noch attraktiver gestaltet werden. Die Einführung einer „Task Force Innenstadt“ läutet auch einen Strategiewechsel in der Innenstadtentwicklung ein. Dieser aktivierende und innovative Ansatz beinhaltet zum einen deutlich mehr Bezug zu den Bereichen Städtebauförderung, Stadtentwicklung und Geschäftslagenentwicklung und wird zudem durch ein strategisch sinnvoll eingesetztes Citymanagement als Schnittstelle zu Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung ergänzt.

Handlungsfeld

Kommunikation und Kooperation, Stärkung der Frequenz, Leerstand

Handlungsraum

Der Handlungsraum ist die Coburger Innenstadt, wie sie im Integrierten Innenstadtkonzept (ISEK) definiert ist. Eine Abgrenzung des Wirkungs- und Handlungsraumes ist in der Umsetzung von Projekten wichtig und von Vorteil.

Planungswerkzeuge, -instrumente, -methoden

Im Vorfeld der Etablierung der Projektgruppe wurde eine professionelle Organisationsanalyse durchgeführt. Auf dieser Grundlage definiert ein offizieller Projektauftrag die übergeordnete Projekt- und Leitungsstruktur der Projektgruppe und gewährleistet somit das effiziente Arbeiten bei bereichsübergreifenden Zuständigkeiten im Tagesgeschäft. Das Projektteam verfügt über eigene Räumlichkeiten, die Treffpunkt und Anlaufstelle für Interessierte zugleich sind. Dieses „Stadtmacherbüro“ wurde in einem ehemaligen Leerstand im aktuellen Sanierungsgebiet eingerichtet.

Für die Etablierung des Projektteams in der Stadtstruktur ist die Findung eines eingängigen Namens unverzichtbar. Dieser sollte nicht bereits anderweitig besetzt sein und sich klar von bestehenden Strukturen abgrenzen. Instrumente des Projektteams, welche sich bereits bewährt haben, sind sog. „Stadtmachergespräche“ oder interne Workshops zur Vernetzung mit weiteren Akteurinnen und Akteuren aus der Stadtgesellschaft.

Akteure

Aktuell: Stadt Coburg, Wohnbau Stadt Coburg GmbH, Wirtschaftsförderung Stadt Coburg mbH, Eigenbetrieb Coburg Marketing. Die Projektgruppe arbeitet darüber hinaus u.a. mit der Stadtverwaltung Coburg, der Werbegemeinschaft Zentrum Coburg oder der IHK zu Coburg zusammen.



Ressourcenbedarf

Das Team arbeitet unter dem Dach der Wohnbau Stadt Coburg GmbH und ist räumlich damit zusammengeführt. Aktuell arbeiten insgesamt sechs Personen zum Teil ganztags, zum Teil aber auch nur stundenweise in der Projektgruppe. Das Projektbudget setzt sich aus den Einzelhaushalten der drei Partner zusammen und wird voraussichtlich ergänzt durch entsprechende Fördermittel aus Bund (BMI „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“) und Land (Bayerisches Städtebauförderungsprogramm Sonderfond „Innenstädte beleben“).

Umsetzungs- und Planungspfad

Auf Basis der Ergebnisse einer professionellen Organisationsanalyse befürwortete der Stadtrat Ende 2020 die Installation einer festen Projektgruppe „Integriertes Innenstadtmanagement“, zunächst für zwei Jahre.

Eine Kooperation im Rahmen einer Projektgruppe birgt den entscheidenden Vorteil, weit weniger formal zu sein und dadurch deutlich zeitnaher agieren und bereits in der Projektphase Erfahrungswerte aufzeigen zu können. Eine Übertragung von Wirtschaftsgütern oder Anstellungsverhältnissen findet in dieser Phase noch nicht statt.

Gelingfaktoren

„Es braucht zum einen den politischen Willen, Personal und Kompetenzen zu bündeln und aus unterschiedlichen Bereichen zusammenzuführen. Auch im Team braucht es den Willen zur Zusammenarbeit und eine Offenheit für neue kreative sowie nachhaltige Ideen und Lösungen.“ Anette Vogel, Projektleitung Stadtmacher

Transformationsbezug

Zukunftsfest ist die Innenstadt nur dann, wenn sie im Zusammenspiel ganz vieler Akteure und Handlungsfelder funktioniert: Handel, Gastronomie, Kunst, Kultur und Bildung. Ebenso wichtig sind die Themen Wohnen, insbesondere innovative Wohnformen, Arbeiten über Co-Working Angebote, auch als Nachnutzung von derzeit leerstehenden Gewerbeflächen. Im Fokus sollte die Frage stehen „Wie klimagerecht, wie gut erreichbar und wie digital vernetzt ist unsere Innenstadt in Zukunft?“ Zusammenarbeit ist dabei das Gebot der Stunde!

Empfehlungen aus der Praxis für die Praxis

„Die Task Force lohnt sich und Synergien finden sich in der Zusammenarbeit zuhauf. Projekte und Ideen können so auch zeitlich schneller umgesetzt werden. Wichtig ist es, im Vorfeld die Aufgabenbereiche festzulegen und Personalfragen und Funktionen innerhalb der Gruppe zu definieren, etwa über einen offiziellen Projektauftrag durch den Oberbürgermeister.“ Anette Vogel, Projektleitung Stadtmacher

4.5

Modellprojekt 5 (Coburg): Zwischenzeit Steinweg

Beschreibung

Leerstehende Läden beleben, die Innenstadt attraktiver machen und Raum geben für kreative Köpfe, Kunst und Begegnung – das ist die Idee hinter dem Projekt „Zwischenzeit Steinweg“. Deshalb „fair“-mietet die Wohnbau Stadt Coburg GmbH Läden im aktuellen Sanierungsgebiet II/VII, die sich im Besitz der Stadt befinden und bis zur anstehenden Sanierung leer stehen würden, günstig an Zwischennutzerinnen und -nutzer.

Saniert werden die Gebäude in den kommenden Jahren von der Wohnbau als Sanierungstreuhänder der Stadt Coburg. Neun Leerstände wurden bereits von Vereinen, Institutionen und Privatpersonen umgenutzt: ob Umsonst-Laden, Theater-Spielstätte, Pop-Up-Stores mit Design im Schaufenster, Kunsthandwerk, Stadtmacher Büro oder studentische Co-Working-Flächen. Aus den Nutzungen ergeben sich bestenfalls langfristige Ansiedlungen, die die (Sub)Kultur über alle Generationen hinweg nachhaltig stärken.

Wunsch ist es, auch nach der Sanierung der Gebäude den kreativen Aufschwung im Viertel halten zu können. „Zwischenzeit Steinweg“ wird umgesetzt von der Projektgruppe „Stadtmacher“ Coburg (vgl. Modellprojekt „Integriertes Innenstadtmanagement, Projektgruppe Stadtmacher“).

Zielgruppen

Das Projekt „Zwischenzeit Steinweg“ spricht Bürgerinnen und Bürger mit kreativen Ideen an: Studierende, Künstlerinnen und Künstler, Vereine, Start-ups, soziale Organisationen, Kultureinrichtungen, Bildungsinstitutionen und Privatpersonen. Die Ladennutzungen der Nutzerinnen und Nutzer greifen eine breite Themenvielfalt wie umweltbewusstes Handeln, soziales Miteinander, neue Arbeitsformen, Kunst, Handwerk und Design auf. Es handelt sich um ein inklusives, niedrighschwelliges Vorgehen, welches gesellschaftliche Teilhabe fördert und Menschen aller Generationen dazu ermuntert sich einzubringen.

Handlungsfeld

Leerstand, Kommunikation und Kooperation, Stärkung der Frequenz, Stadt der Generationen, Stärkung des Versorgungsangebotes

Handlungsraum

Das Projekt „Zwischenzeit Steinweg“ fokussiert sich auf leerstehende Ladenlokale im aktuellen Sanierungsgebiet II/VII der Stadt Coburg. Die Leerstände befinden sich im Besitz der Stadt Coburg und würden bis zur anstehenden Sanierung durch die Wohnbau Stadt Coburg GmbH als Sanierungstreuhänder der Stadt Coburg leer stehen. Derzeit handelt es sich um neun Gewerbeflächen.

Planungswerkzeuge, -instrumente, -methoden

Niedrighschwellige innerstädtische Leerstandsnutzung von Kreativschaffenden; Einbindung der Zwischenzeit-Nutzerinnen und -Nutzer in Quartiers-Aktionen

Akteure

Wohnbau Stadt Coburg GmbH, Projektgruppe „Stadtmacher“, Stadt Coburg

Ressourcenbedarf

Eine Quartiersmanagerin bzw. ein Quartiersmanager in Vollzeit kümmert sich um Öffentlichkeitsarbeit, Betreuung der Zwischennutzerinnen und -nutzer, Erstellung von Nutzungsvereinbarungen, unterstützt bei Fragen zur Instandhaltung des Leerstands, Kommunikation mit dem Gebäudeeigentümerinnen und -eigentümer (falls keine städtischen Gebäude), Aufbauen eines Netzwerkes sowie Einbindung in die Nachbarschaft und weitere Quartiers-Events.



Die Wohnbau Stadt Coburg GmbH betreut die Zwischenzeit-Gebäude als Sanierungstrehänder für die Stadt Coburg. Aus diesem Grund können Zwischennutzungen durch die Wohnbau Stadt Coburg GmbH selbst vorgenommen werden. Das Projekt „Zwischenzeit Steinweg“ wird mit Mitteln des Bundes und des Freistaats Bayern aus dem Städtebauförderungsprogramm „Lebendige Zentren“ gefördert. Eine Förderung ist individuell über Bundes- oder Landesförderprogramme, über regional ansässige Firmen und Stiftungen bzw. durch Sachspenden für Unterhalts- und Nebenkosten durch die Immobilienbesitzerinnen und -besitzer möglich.

Umsetzungs- und Planungspfad

Die Bevölkerung wird durch einen Presseaufruf eingeladen und motiviert, bei „Zwischenzeit Steinweg“ mitzumachen. In den sozialen Medien, der Presse, der Homepage und durch einheitliche Schaufensterbeklebung sowie über Infotafeln wird über das Projekt informiert. Beteiligte agieren als Multiplikatoren und verbreiten die aktuellen Entwicklungen rund um die Zwischennutzungen. Alle Zwischenzeit-Objekte sind mit einer einheitlichen Beklebung im Schaufenster markiert und werden durch den Slogan „Aus Alt wird Neu. In der Zwischenzeit...Mach was aus mir.“ sichtbar. Eine Liste der beteiligten Leerstände enthält Angaben zu vorherigen Nutzungen, Flächengröße, Flächenzustand und Angaben zu Nebenkosten und Nutzungsentgelt. Es wird eine Anfragenliste von Künstlerinnen und Künstler, Vereinen, Institutionen, Start-ups, Studierenden und Privatpersonen geführt, die Interesse an einer Ladennutzung haben. Diese wird laufend erweitert. Auf diese Kontakte wird bei neuen und freiwerdenden Leerständen zurückgegriffen. Neben der Initiierung von neuen Zwischennutzungen werden gleichzeitig auch Synergien geschaffen und zwischen den Kreativschaffenden vermittelt. Aus Nutzungen, die nicht zustande kommen, können sich zu einem späteren Zeitpunkt in einem anderen Kontext Kooperationen ergeben. Eine Nutzungsvereinbarung regelt die Kooperation: Sie definiert alle Modalitäten wie z.B. Nutzungsart, Flächennutzung, Nutzungsdauer, Nutzungsentgelt, Versorgung mit Strom, Wärme und Wasser, Zugang für Besucherinnen und Besucher, Versicherungsfragen und Übergabe. Aufgaben werden in einer Checkliste mit Zuständigkeiten aufgeführt. Bei Raumnutzungsproblemen und Fragen zur Instandhaltung unterstützt das Quartiersmanagement, teilt Erfahrungswerte und moderiert bei Konflikten. Die Erstellung eines Handouts mit FAQs für Nutzerinnen und Nutzer und Immobilienbesitzerinnen und -besitzer ist sinnvoll, um Unklarheiten bei potenziell Beteiligten zu beseitigen.

Gelingfaktoren

Eine unbürokratische Zusammenarbeit und direkte Kommunikationswege mit städtischen Ämtern wie Ordnungsamt, Stadtbauamt und Stabstellen mit Bezug zu Kultur, Bildung, Jugend, Seniorinnen und Senioren und Familien sind für den Projektablauf wichtig und helfen bei einer schnellen Umsetzung. Standardisierte Nutzungsvereinbarungen mit den temporären Nutzerinnen und Nutzer schaffen einen verbindlichen Rahmen. Da eine hohe Anzahl bzw. ein breites Spektrum an Anfragen für die Zwischennutzungen eingehen kann, sollte das Gesamtziel des Projektes im Auge behalten werden.

Zudem sollten Kosten und Nutzen bei Investitionen in stark sanierungsbedürftigen Leerständen abgewogen werden.

Durch die aktuellen Bestimmungen im Zuge der Corona-Pandemie kommt es zu neuen Herausforderungen. So ist beispielweise kein oder nur eingeschränkter Publikumsverkehr möglich, wodurch die finanzielle Situation für Kreativschaffende zusätzlich erschwert wird. Hierzu sollten individuelle Lösungen in enger Abstimmung mit den Nutzerinnen und Nutzer gefunden werden. Bei nicht-städtischen Gebäuden ist eine enge Kooperation mit privaten Eigentümerinnen und Eigentümer notwendig. Hier sollte zusätzliche Vorlaufzeit für die Akquise von Kooperationspartnern eingeplant werden. Es bedarf zudem eines niedrigschwelligen Austausches über das Projekt und dessen Vorzüge für die Entwicklung der Innenstadt.

Transformationsbezug

Strukturwandel und veränderte Funktion von Innenstadt, Partizipative Innenstadtentwicklung, Multifunktionalität von Stadtraum.

Die durch Corona beschleunigte Leerstandszunahme in den Innenstädten erfordert neu gedachte, agile Lösungen. Leerstände stellen während der Pandemie eine Chance dar, Stadträume zu entzerren und Kultur und Kunst im öffentlichen Raum auf alternative Weise zu etablieren.

Empfehlungen aus der Praxis für die Praxis

„Bei der Umsetzung mit städtischen Objekten können kreative Leerstandsnutzungen eine Vorbildfunktion für private Besitzerinnen und Besitzer haben und Mut machen, eigene Flächen für innovative Nutzungsformen zur Verfügung zu stellen. Vernetztes Denken und eine offene Haltung sind voraussetzend fürs Projekt.“ Hanna Rancke, Stadtmacher Coburg

4.6

Modellprojekt 6: PinaCOtheca – Offenes Atelier für Coburg

Beschreibung

Angebote der Kreativpädagogik mit dem Schwerpunkt „Bildende Künste“ finden meist sozialräumlich, auf eine Zielgruppe festgelegt oder nur mit fristbezogener und teilnehmerbegrenzter Anmeldung statt. In Coburg gibt es bislang kein offenes Angebot im Bereich der Kreativpädagogik mit Schwerpunkt bildende Künste, welches als konstantes Angebot zur Förderung von Kunst im öffentlichen Raum dient und darüber hinaus einen ganzheitlichen Ansatz im Rahmen der kulturellen Bildung entlang des Lebenslaufes verfolgt.

Ein offenes Atelier in einem Ladenlokal in der Coburger Innenstadt kann diese Lücke schließen: „PinaCOtheca“. In regelmäßigem Wechsel von mehreren Wochen sind hier regionale Künstlerinnen und Künstler zu Gast. Sie geben mit Ausstellungen und Workshops Einblicke in ihre Arbeit und ermutigen Menschen aller Altersgruppen, sich im Rahmen einer offenen Werkstatt auf niederschwellige Weise der Kunst zu nähern. Die Öffnungszeiten des Ateliers bieten Kunst- und Kulturinteressierten jeden Alters ebenso wie der Laufkundschaft in der Innenstadt eine spontane Möglichkeit, den Künstlerinnen und Künstler bei der Arbeit zuzuschauen und sich so neuen Kunstformen zu öffnen. Ziel ist es, insbesondere junge Menschen für die verschiedenen Bereiche der bildenden Kunst zu gewinnen, um eine lebendige und jugendliche Kunstszene in Coburg zu fördern. Die „PinaCOtheca“ selbst ist täglich geöffnet, sodass eine Beteiligung aller Interessierten möglich ist. Die Wirkungsphase der Künstlerinnen und Künstler schließt mit einer Ausstellung ab, welche die in Coburg entstandenen Werke zeigt und auch die Ergebnisse der Workshops mit den Teilnehmenden der Workshops einschließt. „PinaCOtheca“ beschränkt sich zunächst auf regionale Kunstschaaffende, um die regionale Kunstszene zu stärken. Im Projektverlauf ist auch eine Ausweitung auf überregionale Kunstschaaffende möglich und sinnvoll, um neue Impulse für die Coburger Kunstszene zu gewinnen. Eine Erweiterung des Ansatzes stellt „artist in residence“ dar. Dazu ist es erforderlich, neben dem Arbeitsatelier auch eine Unterkunft zu stellen. Darüber hinaus ist ein Künstlerhonorar für die Zeit der Residenz bzw. der Tätigkeit in Coburg notwendig.

Zielgruppen

Der Fokus liegt auf regionalen Kunstschaffenden aus dem Bereich der bildenden Kunst. Mit dem Projekt sollen alle Coburger Bürgerinnen und Bürger, unabhängig von sozialem Status, angesprochen werden. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der jungen Bevölkerung: Kinder, Jugendliche und Studierende.

Handlungsfeld

Stärkung der Frequenz, Aufwertung des öffentlichen Raumes, Leerstand, Stärkung Stadt-Umland-Beziehung

Handlungsraum

Gut erhaltener Leerstand in der Coburger Innenstadt gemäß ISEK. Bei Ausweitung des Projektes auf überregionale Künstler wäre eine angegliederte Wohneinheit wünschenswert (Artist in Residence).

Planungswerkzeuge, -instrumente, -methoden

Für die Projektplanung sollte eine interdisziplinäre Arbeits- bzw. Planungsgruppe gegründet werden, welche durch relevante Schnittstellen besetzt ist: Kulturabteilung der Stadt Coburg, Projektgruppe Stadtmacher, Wohnbau Stadt Coburg GmbH. Für die Auswahl der Kunstschaffenden sollte zudem ein Gremium gegründet werden, welches aus Akteurinnen und Akteuren der lokalen Kunst- und Kulturszene besteht. Denkbar wären hier Vertreter der VHS, lokaler Kunstvereine oder der kommunalen Kulturabteilung.

Akteure

Akteurinnen und Akteure für das Projekt „PinaCOtheka“ sind u.a. die Wohnbau Stadt Coburg GmbH als Vermittler von leerstehenden Ladenlokalen. Die städtische Kulturabteilung der Stadt Coburg legt künstlerische und pädagogische Anforderungen fest, fungiert als Vermittler zwischen den Bewerbern und sonstigen Strukturen und kümmert sich um Öffentlichkeitsarbeit und Koordination.

Der Kunstverein Coburg unterstützt bei der Vermittlung und Auswahl der regionalen Künstlerinnen und Künstler, unterstützt bei Planungsprozessen und fungiert als Berater für alle Beteiligten. Die VHS Sommerakademie unterstützt zusätzlich bei der Künstlerauswahl. Die Projektgruppe „Stadtmacher“ bindet das Projekt in weitere öffentlichkeitswirksame Aktionen zu den jeweiligen Kunstschaffenden ein.



Ressourcenbedarf

Für die Umsetzung wird ein gut erhaltener, zentraler Leerstand mit geeigneter Atelieratmosphäre in der Coburger Innenstadt benötigt. Bei der Erweiterung auf „Artist in Residence“ wird zusätzlich die Option auf eine Wohneinheit benötigt. Weiterhin notwendig ist die individuelle Erarbeitung eines Vermittlungsprogramms für die künstlerisch-pädagogische Arbeit der jeweiligen Künstler sowie eine Betreuung der Künstlerinnen und Künstler während ihrer Tätigkeit in Coburg. Kosten entstehen durch die Finanzierung des Leerstandes (Miete, Laufende Kosten), Materialaufwendungen für Kulturvermittlungsangebote sowie durch das Honorar für die Künstlerinnen und Künstler. Angedacht ist ein Honorar in Höhe von ca. 500 Euro/Monat. Fördermöglichkeiten bestehen ggf. über Bundes- oder Landesförderprogramme, über regional ansässige Firmen und Stiftungen bzw. durch Sachspenden für Unterhalts- und Nebenkosten durch die Immobilienbesitzerinnen und -besitzer.

Umsetzungs- und Planungspfad

Die Umsetzung des Projekts „PinaCOtheka“ beginnt mit dem Aufbau der Planungsgruppe sowie der Besetzung des Auswahlgremiums. In einem zweiten Schritt wird eine mögliche Immobilie gesucht. Anschließend sollten Qualitätskriterien für die künstlerische und pädagogische Arbeit der Kunstschaffenden erarbeitet und festgesetzt werden. Der Zeithorizont des Projekts sieht einen Wechsel der Künstlerinnen und Künstler ca. alle zwei Monate vor. „PinaCOtheka“ ist für die ersten zwei Jahre als Pilotprojekt geplant. Bei einer positiven Resonanz und hoher Akzeptanz kann das Projekt dauerhaft in Coburg verstetigt werden.

Gelingfaktoren

Für eine erfolgreiche Durchführung des Projektes benötigt es neben finanziellen und personellen Ressourcen auch Engagement der ehrenamtlich arbeitenden Vereine und der lokalen Kunst- und Kulturszene, bspw. als Akteur in der Planungsgruppe oder dem Auswahlgremium. Bei der Wahl von nicht-städtischen Gebäuden als Künstleratelier ist eine enge Kooperation mit privaten Eigentümerinnen und Eigentümer notwendig. Hier sollte zusätzliche Vorlaufzeit für die Akquise von Kooperationspartnern eingeplant werden.

Transformationsbezug

Die Corona-Pandemie hat die Kunst- und Kulturszene besonders hart getroffen. Kunst und Kultur sind vielfach aus dem Bewusstsein der Menschen verdrängt worden. Es ist daher sehr wichtig, Kunst und Kultur direkt zu den Menschen zu bringen (aufsuchende Kulturarbeit) – und dies geschieht durch Kunst im öffentlichen Raum. Hier können barrierefreie Zugänge mit öffentlichem Diskurs zu künstlerischen Aktivitäten gefördert werden.

4.7

Modellprojekt 7 (Kempten): Illerstrand – den jungen Menschen Raum geben

Beschreibung

Zur konkreten Ausgangssituation

Der Illerstrand im Bereich des Skateparks beim Stadion ist heute schon beliebter Treffpunkt der Kemptener Jugendlichen. Sowohl bei den Skateanlagen als auch an der Iller finden in diesem Bereich regelmäßig größere und kleinere Parties statt. Allerdings werden Feste auch dort für gewöhnlich frühzeitig von der Polizei aufgelöst. Den Jugendlichen stehen keine öffentlichen WC-Anlagen zur Verfügung. Durch die ab 22h abgeschaltete Beleuchtung bei der Skateanlage entsteht ein Angsträum. Die jungen Kemptenerinnen und Kemptener fordern einen Raum für sich zu Recht ein.

Zum gesamtstädtischen Hintergrund

Im Zusammenwirken von Politik und Verwaltung hat sich Kempten ein von bürgerlichen Werten der Erwachsenen getragenes Regelwerk verordnet. Die Grünflächensatzung wird strikt umgesetzt und unterscheidet nicht nach Stadträumen. Der Illerstrand liegt nicht im unmittelbaren Zentrum, jedoch zentrumsnah und ist daher sehr gut geeignet, ein Experiment und Lernfeld zu eröffnen.

Der Projektansatz

Der Illerstrand im Bereich des Skateparks soll zu einem deregulierten Raum transformiert werden, der den Jugendlichen in der Innenstadt einen weitgehend „freien“ Treffpunkt und Rückzugsraum bietet. Zugleich setzt die Stadt einen wichtigen Meilenstein in Richtung „echter“ Urbanität und erprobt einen Modellfall für Deregulierung.

- Installation öffentlicher Toiletten im Bereich der Illerwiese
- punktuelle Beleuchtung der Wiesen, Vermeidung von Angsträumen
- Bereitstellung von verschiedenen Sitz- und Liegemöglichkeiten
- Anlegen einer fest installierten Grillstelle

Die ersten Schritte

Erster und wichtigster Schritt ist die Einleitung eines moderierten Deregulierungsprozesses mit den relevanten Akteurinnen und Akteuren, um eine tragfähige Basis für die moderate Umgestaltung zu schaffen, die in weiterer Folge von den Jugendlichen mit Verantwortung angenommen und von den Anrainerinnen und Anrainern und Kemptenerinnen und Kemptener wertgeschätzt wird.

Zielgruppen

Jugendliche der Stadt Kempten, die Anrainerinnen und Anrainer und Bürgerinnen und Bürger der Stadt; die Akteursgruppen Stadtverwaltung und Politik

Handlungsfeld

Junges Leben und Jugendkultur; konsumfreie Orte

Handlungsraum

Das Projekt erstreckt sich auf einen kleinen Teil des Illerstrands, den Bereich Skatepark am Stadion; das Deregulierungsmodell soll zu weiteren Anwendungen im gesamten Stadtraum führen.

Planungswerkzeuge, -instrumente, -methoden

Der Bedarf wurde in einem Geh:spräch mit Jugendlichen ermittelt und im Dialog mit dem Projektteam und der Planungsabteilung konkretisiert.

Akteure

Amt für Tiefbau und Verkehr mit

- Amt für Gebäudewirtschaft
- Amt für Jugendarbeit
- Stadtjugendring
- Kempten Tourismus
- Wasserwirtschaftsamt
- den involvierten Jugendgruppen

Ressourcenbedarf

Seitens des Amtes für Tiefbau und Verkehr kann die Projektsteuerung über bisherige Mitarbeiter erfolgen. Die Zuarbeit seitens der anderen Ämter ist vor allem in der Phase der Workshops und der Planung notwendig. Hier ist bereits ein Moderator für die Gesamtmaßnahme mit einzubeziehen.

Die Kosten für die unmittelbar durchführbaren Maßnahmen, wie Bänke, Mülleimer etc. belaufen sich auf ca. 45 Tsd. Euro netto für den Projektstart.



Umsetzungs- und Planungspfad

Erfolgsfaktoren und Qualitätskriterien

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist ein kontinuierlicher und standhafter politischer Wille für das Vorhaben und gegen ablehnende Argumentationen. Dieser muss den Akteuren in der Ausübung ihrer Kompetenzen den Rücken stärken.

Damit die Abänderung der selbst auferlegten Regeln gelingt, werden in einem überschaubaren und sehr transparenten Beteiligungsprozess die Betroffenen miteinbezogen und in die Verantwortung genommen.

Qualitätsfaktoren sind die Akzeptanz bei Jugendlichen und Anrainerschaft sowie die Lernbereitschaft der Entscheidungsebene.

Umsetzungshindernisse

- politische Uneinigkeit
- eine gerade erst verabschiedete Grünflächensatzung
- nicht veranschlagte Haushaltsmittel für 2022
- Sorge um Kontrollverlust und die öffentliche Meinung
- Widerstand der Nachbarschaft gegen Lärm- und Müllbelästigung

Kosten

45 Tsd. Euro netto

Finanzierung

Eigenmittel der Kommune und Fördermittel, beide offen

Zeithorizont

ab 04/2022 bis 04/2023

Gelingfaktoren

Die Projektleitung mit Erfahrungshintergrund in unbequemen Aufgaben mit Kompetenzen und Budget ermächtigen und ihr den Rücken stärken.

Transformationsbezug

Das unscheinbare Vorhaben ist ein Urbanisierungsprojekt, das zentrumsnahe konsumfreie Orte fördert und in der Stadtgesellschaft Beteiligung und Teilhabe ermöglicht.

Empfehlungen aus der Praxis für die Praxis

Veränderungen gelingen in kleinen Schritten leichter und mit weniger Risiko an Plätzen in der zweiten Reihe.

4.8

Modellprojekt 8 (Kempten): St.-Mang-Platz – Innenstadtlabor für den öffentlichen Raum

Beschreibung

Zur konkreten Ausgangssituation

Der St. Mang-Platz hat im Stadtraum eine wichtige Funktion als stadträumliches Gelenk und als öffentlicher Aufenthaltsraum. Er ist der Platz, an dem man am längsten die Abendsonne genießen kann und der zugleich als stadträumliches Entree in die Einkaufsinnenstadt fungiert. Aufgrund seiner Bodenbeschaffenheit ist er zugleich eine stark versiegelte Hitzeinsel, sodass das Potenzial der Aufenthalts- und Nutzungsqualität für Flanierende, Nachbarschaft und Wirtschaftstreibende nur bedingt genutzt werden kann.

Zum gesamtstädtischen Hintergrund

In Kemptens öffentlichem Raum ist gut aufgeräumt. Die Aufenthaltsqualität ist entweder konsumorientiert oder auf die Benutzbarkeit des Autos ausgerichtet. Um in Zukunft multifunktionalen Stadtraum zu gewährleisten braucht auch der öffentliche Raum ein Redesign mit Nutzungsverschiebungen zu menschenoptimierten Aufenthaltszonen.

Der Projektansatz

Der St. Mang-Platz soll an frühere Zeiten anknüpfen, in denen er beliebter öffentlicher Raum war, in dem konsumfreie Nutzungen (z.B. Boccia) möglich waren. Er soll als Innenstadtlabor für aus stadtoökologischer Sicht zukunftsweisende Platzgestaltung und Nutzung dienen. Er soll sowohl den Anwohnerinnen und Anwohnern im direkten Umfeld als auch Passantinnen und Passanten einen hochwertigen, konsumfreien Raum bieten, in dem städtisches Miteinander gepflegt und gelebt werden kann.

Geplante Themenfelder

- Stadtlandwirtschaft/Urban Gardening
- Spiel und Freizeit im öffentlichen Raum
- Kunst im öffentlichen Raum
- Experimentierfeld
- nachhaltige Energiegewinnung
- Veranstaltungen im öffentlichen Raum

Das Innenstadtlabor verfolgt das Ziel, urbane Interventionen zu erproben, um mit den gewonnenen Erfahrungen im Stadtraum ausgerollt zu werden. Dadurch erfährt das Areal selbst eine Aufwertung und wird langfristig zu einer wertvollen, urbanen Aufenthaltszone transformiert. Erprobt werden materielle Umsetzungen wie auch die erforderlichen Verfahren zur Aktivierung von Engagement und Eigenverantwortung, von behördlichen Abläufen und zur Messung der Benutzerzufriedenheit.

Die ersten Schritte

- Die Projektunterstützung seitens der Platzeigentümer und der Pfarre sicherstellen
- Maßgebliche Hindernisse aus Sicht der Denkmalpflege, des Ensembleschutzes sowie des Tiefbauamts in Erfahrung bringen und den Handlungsrahmen abstecken
- Anwohnerschaft sowie Wirtschaftstreibende frühzeitig in Prozess einbinden, um Akzeptanz sowie aktives Mitarbeiten zu erwirken

Zielgruppen

- Anwohnerinnen und Anwohner und Wirtschaftstreibende im Umfeld des St. Mang-Platzes sowie die gesamte Einwohner- und Besucherschaft von Kempten; insbesondere Berufstätige, die nach dem Feierabend Sport treiben wollen, Kunstinteressierte, Jugendliche, die konsumfrei den Abend verbringen wollen
- Akteursgruppen City-Management, Stadtverwaltung Kempten



Handlungsfeld

Einkaufsstadt, Kernstadtverwebung, konsumfreie Orte, Stadtökologie

Handlungsraum

Zu Beginn liegt der Fokus auf dem St. Mang-Platz und unmittelbar angrenzende öffentliche Räume. In Folgejahren ist, bei positiver Resonanz, eine Ausdehnung des Innenstadtlabors auf die Bäckerstraße denkbar.

Planungswerkzeuge, -instrumente, -methoden

Das Vorhaben hat seinen Ursprung in einer Planungswerkstatt. In Geh:sprächen mit gemischten Gruppen wurde der Ansatz bestätigt. Die Projektausarbeitung wurde vom Projektteam Starkes Zentrum Kempten vertieft.

Akteure

City-Management Kempten mit

- Klimaschutzmanagement und Tiefbauamt
- Schule und Lebenshilfe, die als „grüne“ Paten die Vegetation auf dem Platz pflegen
- Stadtjugendring
- private Sportinitiativen wie Personal Trainer, Yoga-Coaches

Ressourcenbedarf

Der Projektstart kann mit dem bestehenden Personal initiiert werden. Sobald im Projektverlauf die Betreuung von Nutzergruppen anfällt, wird eine zusätzliche Teilzeitstelle (20h) erforderlich. Die Sachkosten für die erste Phase wurden mit 70 Tsd. Euro netto erhoben.

Umsetzungs- und Planungspfad

Erfolgsfaktoren und Qualitätskriterien

Ein Erfolgsfaktor für Veränderungen im Herzen der Stadt ist das geschlossene Vorgehen und eine abgestimmte Kommunikation zwischen City-Management, Verwaltung und Politik. Daher ist es sinnvoll positive Geschichten von den beteiligten Kindern und Anrainerinnen und Anrainern zu erzählen. Das Wagnis „Partizipation von Akteurinnen und Akteuren vor Ort“ gelingt mit eingehaltenen Versprechen. Die Erfolgsfaktoren dafür sind kalkulierbare und verlässliche Rahmenbedingungen sowie absolute Transparenz.

Umsetzungshindernisse

- Widerstand von Anrainerinnen und Anrainern gegen Lärm- und Müllbelastigung
- öffentliche Meinung – Sorge um Kontrollverlust und Vandalismus
- politische Uneinigkeit

Kosten

Personalkosten (20h); Sachkosten 70 Tsd. Euro netto

Finanzierung

Ist aktuell offen. Im mühevollen Weg der Partnerfinanzierung sind eingebunden: Klimaschutzmanagement, Stadtjugendring, Betriebe für Sachsponsoring und Standvermietungen. Wünschenswert ist die Teilfinanzierung über zukünftige Förderprogramme, konkret wird ein „Quartiersmanagement“ in Betracht gezogen.

Zeithorizont

Einsetzung einer Lenkungsgruppe 2022; erste konkrete Umsetzungen im Frühjahr 2023

Gelingfaktoren

Ein Projekt mit maximaler öffentlicher Wahrnehmung braucht neben einem stabilen Rahmen für flexible Lösungen eine exzellente Kommunikation.

Transformationsbezug

Eine neue Ländlichkeit durchzieht die Städte, angetrieben von Klimawandelanpassung und der produktiven Stadt, der Sehnsucht mit eigenen Händen etwas zu schaffen.

Empfehlungen aus der Praxis für die Praxis

Das Projekt muss weit vorausgedacht werden, um es in kleinen Schritten auf den Boden zu bringen. Es beginnt mit den dort ansässigen Menschen zu leben und nur bedingt durch institutionelle Partner.

4.9

Modellprojekt 9 (Kempten): Stadtmarke – Region und Stadt zusammenbringen

Beschreibung

Zur konkreten Ausgangssituation

Kempten wird von vielen als Hauptort des Allgäus wahrgenommen und die Kommune teilt dieses Selbstverständnis. Als kreisfreie Stadt war Kempten von jeher nicht im selben Maß ländlich geprägt wie sein räumliches Umfeld. Die Dualität Bürgertum – ländliche Bevölkerung wirkt, in veränderter Form, auch heute noch auf das Stadt-Umland-Verhältnis.

Es sind die ausgeprägten Versorgungsfunktionen Kemptens und die Attraktivität der Stadt, die sie zum Mittelpunkt für ihr Umland machen. Dennoch erscheint das Profil der Stadt nicht eindeutig zu sein. Wofür steht die Stadt, wofür ist sie weithin bekannt und vor allem in welchen Themen sieht sie selbst ihre Zukunft?

Daher wirken die kommunizierten Bilder über die Stadt Kempten nicht immer zusammen. Ein Logo macht noch nicht den Inhalt aus, sondern die Handlungen und Botschaften.

Zum gesamtstädtischen Hintergrund

Kempten erfüllt die Funktion eines Oberzentrums und profitiert von einem weiten Einzugsgebiet. Ihre Größe und Angebotsvielfalt wirken beeindruckender als urbanes Leben die Stadtmauern zu durchdringen vermag. Das Bewusstsein für die eigene Stadt steht an dieser Kippe, und dieses heterogene Bild von Stadt hemmt wichtige Entscheidungen. Stadtmarken haben die Kraft als emotionale Leitbilder zu wirken, Sicherheit zu geben und motivierend zu wirken.

Der Projektansatz

Wenn schon Kempten für viele der Hauptort des Allgäus ist, dann nimmt die Stadt für sich in Anspruch, die erste und kompetenteste Markenbotschafterin der Marke Allgäu zu sein. Die Kommune entwickelt keine neue Stadtmarke, sondern nutzt die bestehende Regionsmarke. Wo Allgäu drauf steht, soll Kempten drin sein.

Ziele

- Kempten nutzt die Marke „Allgäu“ und etabliert diese als „emotionales Leitbild“ für Kempten und seine Stellung in der Region
- Die Akteure der Stadt sprechen mit einer Sprache nach innen und außen und steigern dadurch die Authentizität und Reichweite
- Kempten nimmt in den verschiedenen Themenbereichen die Markenführung wahr

Umsetzung

- Umsetzung 1 – Entwicklung der Stadtmarke Kempten in einem moderierten Verfahren
- Umsetzung 2 – Markenarchitektur – Ableitung von Submarken aus der Dachmarke
- Umsetzung 3 – Entwicklung des Corporate Designs und verbindliche Implementierung in der Verwaltung, den Stadtbetrieben und gegebenenfalls bei Markenpartnern
- Umsetzung 4 – Entwicklung eines Internal-Brand-Konzepts zur Entfaltung einer gebündelten Wirksamkeit – Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu Markenbotschafterinnen und -botschaftern machen

Die ersten Schritte

- Einbindung der Region Allgäu in Form der Allgäu GmbH, um die Strategie abzustimmen und den Handlungsrahmen des Markeninhabers abzufragen und zu vereinbaren
- Definition des Leistungsbildes und Ausschreibung der externen Leistungsteile zur Ableitung der Stadtmarke Kempten

Zielgruppen

- primär die Stadtpolitik mit der Stadtverwaltung und den Stadtbetrieben sowie Leitbetriebe und die Bevölkerung
- sekundär die „Kundschaft“ und „Nutzerschaft“ der Stadt

Handlungsfeld

Stadtkommunikation, Vernetzte Zentrumspolitik, Verwaltung intern vernetzen

Handlungsraum

Stadt und Region Allgäu

Planungswerkzeuge, -instrumente, -methoden

Das Projekt ist das Ergebnis der Projektwerkstätten und wurde in einem Dialogverfahren verdichtet.

Akteure

- Kommune Kempten in Abstimmung mit der Allgäu GmbH
- Leitung durch das Büro des Oberbürgermeisters

Ressourcenbedarf

Es bedarf der Personalressourcen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus der Verwaltung, den Stadtbetrieben und der Allgäu GmbH sowie eine externe Markenagentur mit einem Designbüro zur Entwicklung des Corporate Designs.

Als externe Kosten wurden 130 Tsd. Euro netto ermittelt.

Umsetzungs- und Planungspfad

Erfolgsfaktoren und Qualitätskriterien

Die Markenführung beruht auf verbindlichen Kriterien die auszuarbeiten, vereinbaren und zu überprüfen sind. Die regelmäßige Evaluierung zeichnet eine professionelle Markenentwicklung aus. Dafür braucht es eine klare Regelung der Zuständigkeiten. Die Wirksamkeit einer Stadtmarke hängt von ihrer Akzeptanz und Authentizität ab. Der Entwicklungsprozess bezieht die Politik und vor allem die Anwenderinnen und Anwender ein.

Es sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die durch ihr Tun das Gesicht der Stadt sind bzw. die Kampagnen eine Stimme geben.

Umsetzungshindernisse

- schwierige Willensbildung in den kommunalen Gremien
- Bereitstellung der erforderlichen Budgets im Hinblick auf Kompensation der finanziellen Corona-Effekte
- häufig fehlende Akzeptanz bei Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der beteiligten Partner in Unkenntnis der Projektziele
- Skepsis bei Bürgerinnen und Bürgern gegenüber Veränderungen

Kosten

130 Tsd. Euro netto, ohne Umsetzung 4 (aktuell nicht abschätzbar)

Finanzierung

Eigenmittel der Kommune und Fördermittel, beide offen

Zeithorizont

ab 06/2022 bis 12/2024

Gelingfaktoren

Im Prozess braucht es die Innen- und die Außensicht auf die Stadt und die Region. Hierfür hat die Projektentwicklung SZB in den Fokusgruppen Vorarbeit geleistet.

Transformationsbezug

Unsere Welt besteht aus Marken, der Wert der Brands ist teilweise größer als der „materielle“ Wert von Unternehmen.

Empfehlungen aus der Praxis für die Praxis

Marke ist fordernd und nur dann eine Lösung, wenn sie mit aller Konsequenz umgesetzt wird. Ansonsten verkommt sie zu einem neuen überteuerten Logo.

4.10

Modellprojekt 10: Modernisierung und Nutzungskonzept des RothenburgMuseums als „Museums Lab“

Beschreibung

Museen haben eine nicht zu unterschätzende gesellschaftliche Relevanz. Rothenburg verfügt mit dem RothenburgMuseum über ein wichtiges Museum mit überregionaler Ausstrahlung. Allerdings sind die bisherigen Räumlichkeiten und die aktuelle Präsentation der Exponate nach traditionellem Muster und traditioneller Funktion gestaltet. Das Museumskonzept ist veraltet und das Museum leidet unter zurückgehenden Besucherzahlen. Dies war bereits vor der COVID-19-Pandemie der Fall.

Ein neues Nutzungskonzept wird daher dringend benötigt. Das dabei zu entwickelnde Konzept steht in engem Zusammenhang mit dem ebenfalls in diesem Kapitel ausgeführten Bildungsprojekt (vgl. Modellprojekt 11). Angedacht ist daher ein Museums Lab (Raumlabor), welches das Museum als populären Ort der Wissensproduktion, der Wissensvermittlung und des gemeinsamen Lernens – Stichwort Museumsakademie – nutzt.

Ergänzend zur Museumsfunktion wird die Kombination mit dem Thema Gründungszentrum (Start-ups) im thematischen Kontext der Denkmalpflege und Stadtentwicklung geprüft. Hierdurch werden Synergien und ein starker Praxisbezug entstehen. Des Weiteren ergibt sich hierdurch ein zusätzlicher Finanzierungsansatz.

Das Nutzungskonzept für das Museum soll dabei auf mehreren Ebenen stattfinden bzw. verschiedene Funktionen haben.

Thematischer Schwerpunkt

- Denkmalschutz und Stadtentwicklung, Fortbildungsangebote
- „Studio Lab“, hier werden anschaulich Fragestellungen und Grundlagen der Rothenburger Stadtentwicklung vorgestellt, die vertiefend studiert werden können
- „Make Lab“, hier werden Lösungsmöglichkeiten und Perspektiven erarbeitet und modellartig entwickelt. Dabei werden kleinere handwerkliche Tätigkeiten durchgeführt
- „Tech Lab“, hier werden unter Anleitung neue technische, bzw. digitale Möglichkeiten der Stadtentwicklung vorgestellt und angewandt
- Digitales Museum: Die Themen, Funktionen und Möglichkeiten des Museums sollen zukünftig u. a. durch eine interaktive App zugänglich sein

Zielgruppen

Stadtgesellschaft, Besucherinnen und Besucher, Schulen, Hochschulen, Stadtplanerinnen und Stadtplaner, Architektinnen und Architekten, Gründerinnen und Gründer etc.

Handlungsfeld

Stadtkultur, Stadtgeschichte, Stadtentwicklung, Fortbildung, Forschung, Museumspädagogik, Museumsdidaktik

Handlungsraum

RothenburgMuseum – Innenstadt Rothenburg



Planungswerkzeuge, -instrumente, -methoden

- Nutzungskonzept
- Quellenrecherche
- Best-Practice-Beispiele
- Wettbewerbsanalyse
- Machbarkeitsanalyse
- Expertengespräche und Workshops

Akteure

Verwaltung Stadt Rothenburg, externe sowie interne (lokale) Experten aus den Themenbereichen Geschichte, Museumswissenschaft, Denkmalpflege, Stadtentwicklung, Architektur etc.

Ressourcenbedarf

Neukonzeption und Neugestaltung des RothenburgMuseums: bauliche Maßnahmen bzw. Umbaumaßnahmen im Sinne einer Generalsanierung. Hierzu gehören u. a. die Einrichtung von Seminar- und Veranstaltungsräumen für die Funktionen einer zukünftigen Bildungsstätte, die Einrichtung von Werkstätten mit entsprechender Ausstattung, Modernisierung und Anpassung von Ausstellungsflächen für das neue Konzept, Aktualisierung der Exponate sowie technische Sanierung der Beleuchtung etc. (technische Infrastruktur), Optimierung des Brandschutzes. Entwicklung eines digitalen Angebots über eine App als Tour- und Audioguide und interaktive Mitmachstationen. Einstellung eines qualifizierten Mitarbeiterteams sowie eines Geschäftsführers mit interdisziplinären Qualitäten.

Umsetzungs- und Planungspfad

Für das Museum wird als erstes ein neues Nutzungskonzept entwickelt. Auf dieser Grundlage werden u. a. Fragen nach Konzept, Gestaltung, Ausstattung und Personal geklärt werden müssen. Im Rahmen des Nutzungskonzepts soll eine stufenartige Entwicklung vorgesehen werden, welche sukzessive neue, erweiterte Nutzungen und Angebote vorsieht. Eine erste „grundständige Nutzung“ wird durch die Rothenburg Akademie realisiert. Hierdurch ergibt sich bereits ein erster nationaler und internationaler Aufmerksamkeits- bzw. Imagefaktor für das Museum. In der weiteren Entwicklung müssen sowohl Förderprogramme, als auch Sponsoren akquiriert werden. Das Projekt soll in seinen ersten Funktionen im Jahr 2022 starten und dann mittelfristig weiterentwickelt werden.

Gelingfaktoren

Zu den wesentlichen Umsetzungsfaktoren gehört die Erkenntnis, dass das Museum einer grundsätzlichen Neuausrichtung bedarf, ohne die es seine Aufgabe in der Zukunft nicht mehr erfüllen kann und damit wirkungslos wird. Mit den Themen Denkmalschutz und Stadtentwicklung entsteht in Rothenburg ein Schwerpunkt, der über ein starkes Alleinstellungsmerkmal verfügt und in das bestehende Museum eingebunden werden wird. Bildungsprogramme führen zu ersten niedrighwelligen Nutzungen.

Transformationsbezug

Bildung und Ausbildung, Aufbau und Erprobung neuer museumsdidaktischer Entwicklungspfade, wissensbasierte Stadt- und Raumentwicklung, Wissensgesellschaft

4.11

Modellprojekt 11: Aufbau von Studiengängen mit konkretem Bezug zur Stadt Rothenburg

Beschreibung

Rothenburg ist im Bildungsbereich grundsätzlich gut aufgestellt. In der weiteren Entwicklung des Bildungsbereichs sollen vor allem die Hochschulbildung intensiviert und ausgebaut werden. Ziel ist es, Rothenburg als Studien- und Weiterbildungsstandort zu etablieren und für Studierende sowie für Lehrpersonal als permanenten Wohnstandort attraktiv zu machen. Gleichzeitig soll auf diese Weise die Lebendigkeit und Vitalität der Stadt gestärkt werden.

Aufbauend auf den Kernkompetenzen der Stadt sollen sowohl neue Leistungsbausteine entwickelt als auch das bestehende Hochschulangebot ausgebaut werden. Hierbei sollen intensive Vernetzungen und Synergien zwischen den Bildungsschwerpunkten entstehen.

Im Kontext der Weiterbildung ist das Thema Städtebau und Denkmalpflege besonders relevant, nicht zuletzt aufgrund der baulich und historisch wertvollen Bausubstanz der Stadt. Das bauhistorische Erbe gilt als bedeutender Baustein bei der Profilierung von Städten und Regionen, insbesondere im Wettbewerb der Kommunen um Alleinstellungsmerkmale.

Daneben sollen universitäre Summer und Winter Schools durchgeführt werden. Ziel ist es, international und interdisziplinär zur Verbesserung des Bildungsstandards der städtebaulichen Denkmalpflege und der Pflege des kulturellen Erbes beizutragen. Das Ausbildungsangebot soll in enger Abstimmung mit der Hochschule Ansbach entwickelt werden, die ihrerseits die Realisierung eines erweiterten Bildungsangebots am Standort Rothenburg überprüft. Anknüpfungspunkte sind u. a. die Ansbacher Schwerpunkte „Technische Innovation“ und „Multimediale Innovation“.

Zielgruppen

Nationale und internationale Architektinnen und Architekten, Stadtplanerinnen und Stadtplaner, Geographinnen und Geographen, Kulturwissenschaftlerinnen und Kulturwissenschaftler, Historikerinnen und Historiker, Verwaltungsangestellte, Handwerkerinnen und Handwerker und Bausachverständige sowohl als Post-Graduierte, Lehrpersonal und Studierende etc.

Handlungsfeld

Aus-, Fort- und Weiterbildung, Ausbau und Ergänzung des schon existierenden Hochschulangebots

Handlungsraum

Etablierung Rothenburgs als anwendungsorientiertes Aus-, Fort- und Weiterbildungszentrum mit nationalen und internationalen Ausstrahlungseffekten und als Reallabor mit themenspezifischem Schwerpunkt im Bereich des Denkmalschutzes und der Stadtentwicklung.

Rothenburg kann dabei als Gesamtstadt im Sinne eines Reallabors verstanden werden, an dem vor Ort die vielfältigen Themen des Denkmalschutzes und der Stadtentwicklung studiert und in praxisnahen Veranstaltungen bearbeitet und erlebt werden können.

Als vorgesehener Veranstaltungsort soll das RothenburgMuseum im Sinne einer Rothenburg-Akademie als multifunktionales Zentrum fungieren. Über die RWTH Aachen ist in weiterer Perspektive auch ein Zugang zu einem europäischen Verbund von Universitäten möglich. An diesem ENHANCE-Programm sind neben der RWTH Aachen, sechs technische Universitäten Teil der Europäischen Allianz. Gleichzeitig soll die Stadt als Studienstandort des Bildungsangebots der Hochschule Ansbach ausgebaut werden.



Planungswerkzeuge, -instrumente, -methoden

- Quellenrecherche
- Best-Practice-Beispiele
- Wettbewerbsanalyse
- Machbarkeitsanalyse
- Expertengespräche, Workshops, Kooperationsgespräche

Akteure

Verwaltung Stadt Rothenburg, Universitäten und Lehrstühle, Forschungseinrichtungen

Ressourcenbedarf

Zur Realisierung bedarf es unterschiedlicher Ressourcen auf unterschiedlichen Ebenen:

- Raumressourcen: Zur Realisierung der Akademie werden in einem ersten Schritt adäquate Räumlichkeiten notwendig sein. Eine Angliederung im Kontext des neuen MuseumsLabs (siehe oben) werden aktuell geprüft
- Serviced Apartments: Einrichtung von Serviced Apartments (Wohnen auf Zeit) beziehungsweise bezahlbaren Wohnraums für externe Teilnehmer während der Unterrichts- oder Studienzeiträume
- Personalressourcen: Zur Durchführung der unterschiedlichen Lehr- und Praxisveranstaltungen wird entsprechendes Personal aus Lehre und Praxis benötigt, z. B. den Bereichen Denkmalschutzbehörden, der Politik, der Verwaltung, der Immobilienwirtschaft, der Architektenkammer, der Handwerkskammer oder auch der Industrie- und Handelskammer

Umsetzungs- und Planungspfad

1. Gewinnung einer Leitpersönlichkeit mit entsprechendem Lehr- und Forschungsprofil sowie fachlicher Expertise für die Umsetzung
2. Bereitstellung von Veranstaltungsräumlichkeiten (diese werden durch die Stadt Rothenburg in Form des RothenburgMuseums zur Verfügung gestellt)
3. Schaffung von ausreichend Übernachtungsmöglichkeiten für die Teilnehmerschaft und Studierende. Hierfür werden Investoren gesucht

Gelingfaktoren

- Aufbau eines leistungsfähigen Netzwerkes mit Netzwerkpartner aus Wissenschaft und Forschung sowie Praxis
- Leitpersönlichkeit als Mittler zwischen Wissenschaft und Praxis
- Schaffung von Ausbildungsinhalten mit hohem Anwendungsbezug
- Einbindung von kommunalen Vertretern

Transformationsbezug

Lebenslanges Lernen und Fortbilden, Wissensbasierte Stadt- und Regionalentwicklung

4.12

Modellprojekt 12 (Rothenburg): Etablierung eines Regionalmarkts in der Schrannenscheune

Beschreibung

Die Stadt Rothenburg ob der Tauber verfügt aktuell über einen Wochenmarkt, der grundsätzlich gut angenommen wird, jedoch nicht in Gänze die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung befriedigt. Die zentral gelegene derzeit aber untergenutzte denkmalgeschützte Schrannenscheune von 1588 bietet ein großartiges Raumangebot zur Etablierung eines Regionalmarkts. Zudem sind gute Möglichkeiten der Außennutzung gegeben (Innenhof sowie Schrankenplatz).

Rothenburg und die Region Taubertal bieten vielfältige Möglichkeiten zur Vermarktung zum einen von regionalen Produkten sowie zum anderen von Produkten der Marke „Made in Rothenburg“. Aktuell gibt es in Rothenburg keinen zentralen Anlaufpunkt zur Vermarktung.

Ziel ist es, lokale und regionale Produkte unter einem Dach mit Markthallen-Charakter zu vermarkten. Der Regionalmarkt soll als neuer, wetterunabhängiger Anziehungspunkt und Treffpunkt für die lokale und regionale Bevölkerung fungieren.

Im Kontext des Modellprojektes sollen auch die Chancen des Stadtmarketings beleuchtet werden, wobei hier die Kommunikation zwischen Stadtmarketing e.V., Stadt sowie weiteren Akteurinnen und Akteuren verbessert und die Instrumente wie Leerstandsmanagement und Beratung von Einzelhändlern weiterentwickelt bzw. verbessert werden sollen.

Zielgruppen

Produzenten und Anbieter aus dem lokalen und regionalen Umfeld; Einheimische und Besucherinnen und Besucher

Handlungsfeld

Attraktivierung des innerstädtischen Einzelhandels, Stärkung der regionalen Vernetzung, Nutzungsintensivierung denkmalgeschützter Bausubstanz; städtebauliche Aufwertung und neue Impulse zur Weiterentwicklung

Handlungsraum

Schrannenscheune und Innenstadt Rothenburg ob der Tauber

Planungswerkzeuge, -instrumente, -methoden

Runder Tisch, Befragung, Objektplanung

Akteure

Stadt Rothenburg, Produzenten und Anbieter aus dem lokalen und regionalen Umfeld, Architekt für die Objektplanung, Stadt Rothenburg, Stadtmarketing e.V., Wirtschaftsförderung, Städtebauförderung

Ressourcenbedarf

Bereitstellung finanzieller Mittel zur Etablierung des Regionalmarkts in der Schrannenscheune. Mit Blick auf das Stadtmarketing ist ggf. eine zusätzliche Stelle z.B. bei Rothenburg Tourismus Service erforderlich, sofern maßgebliche Aufgaben von der Stadt übernommen werden.



Umsetzungs- und Planungspfad

1. Schaffung der baulichen und funktionalen Strukturen, z.B. Klärung brandschutzrechtlicher Fragestellungen
2. Ansprache und Akquise lokaler und regionaler Akteurinnen und Akteure
3. Akquise von finanziellen Ressourcen (z.B. über die Städtebauförderung)
4. Für die Aufwertung und Verbesserung des Stadtmarketings ist ein intensiver Dialog zwischen den beteiligten Akteursgruppen erforderlich
5. Zu Erreichung von Punkt 4 ist eine Überarbeitung von Strukturen und Kontrollmechanismen notwendig.
6. Aufbau eines qualifizierten Leerstandsmangements/-katasters unter Einbindung der Immobilieneigentümer ist ebenso zu empfehlen, wie ein Ausbau der Beratung der innerörtlichen Händlerinnen und Händler

Gelingfaktoren

- Schaffung baulicher Strukturen inkl. Brandschutzverbesserung
- Finanzielle Unterstützung z.B. durch Städtebauförderung
- Gewinnung lokaler und regionaler Akteurinnen und Akteure
- ggf. Betreiberkonzept analog zu Markthallen
- Runde Tische und Dialoge
- Verknüpfung maßgeblicher Akteursgruppen in Rothenburg für ein Miteinander

Transformationsbezug

Transformation der Innenstädte, Regionalität, Wir-Gefühl, Treffpunkte schaffen

4.13

Modellprojekt 13 (Schwandorf): Grüninitiative (Pocket Parks)

Beschreibung

Anlage von blau-grünen Pocket-Parks (= botanische und Wasserelemente) zur Verdichtung der innerstädtischen Grünstruktur. Bisher untergenutzte oder stark versiegelte Freiflächen sollen über eine Neugestaltung qualifiziert werden. Es soll ein Netz aus Erholungs- und Aktivitätsräumen geschaffen werden. Über diese Aufwertungsmaßnahmen soll die Innenstadt als ein attraktives Zentrum mit mehr Aufenthaltsqualität für Bewohnerinnen und Bewohner und Besucherinnen und Besucher weiterentwickelt werden. Zugleich leisten die Pocket-Parks einen Beitrag zur Verbesserung des innerstädtischen Mikroklimas im Zuge einer Klimaanpassung.

Konzeptionelle Erweiterungsmöglichkeiten bestehen über Fassadenbegrünung (Hanging Gardens), indem auch private Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer einbezogen werden, ggf. auch über ein kommunal gestütztes Förderprogramm.

Über die Förderinitiative REACT-EU werden fünf Pocket-Parks mit einer Förderquote von 90 % gefördert. Die Fertigstellung muss bis Mitte 2023 erfolgen.

Für eine erfolgreiche Realisierung bedarf es folgender Maßnahmenschritte: Standortsuche/-auswahl, Skizzierung grober Nutzungs- und Platzkonzepte, Finanzierungssicherung z.B. über Förderprogramme sowie die Beauftragung eines externen Fachbüros für die Detailplanung zur Bepflanzung, Gestaltung und Möblierung.

Zielgruppen

Bewohnerschaft sowie Besucherinnen und Besucher der Schwandorfer Innenstadt

Handlungsfeld

- Aufenthaltsqualität
- Wohlfühlen/Erholung
- Klimaanpassung

Handlungsraum

Folgende Standorte in der Innenstadt:

- Stettnerplatz
- Adolf-Kolping-Platz
- Freifläche Nähe Wendelinplatz
- Kreuzbergallee
- Freifläche Nähe Konrad-Adenauer-Brücke

Planungswerkzeuge, -instrumente, -methoden

- Flächenmanagement und Immobilienbewirtschaftung
- Machbarkeitsuntersuchungen und -studien
- Nutzungskonzepte
- Stadt- und Umweltplanung
- Anliegergespräche
- Nutzerbeteiligung

Akteure

- Initiatoren: Amt für Planen und Bauen
- Umsetzer: externes Fachbüro (Planung), Landschaftsbau (Umsetzung)
- Mitwirkende: Verwaltung, lokale Akteurinnen und Akteure

Ressourcenbedarf

Personelle Ressourcen im Amt für Planen und Bauen Sachgebiet Stadtplanung für:

- erste Konzepterstellung
- Fördermittelbewerbung und Förderanträge
- Ausschreibung(en) der Planung
- Vergabe der Planungsleistungen, Begleitung der Planung



In der weiteren Planungs- und Umsetzungsphase:

- Ausschreibung der Bauleistungen
- Auswahl und Begleitung des externen Dienstleisters (Landschaftsbau)
- Überprüfung der Bauleistungen
- Abrechnung und Verwendungsnachweise

Für den zu leistenden Eigenanteil müssen finanzielle Mittel im Haushalt eingeplant werden. Im vorliegenden Fall wurde die Förderinitiative REACT-EU mit einem Förderanteil von 90 % eingesetzt.

Umsetzungs- und Planungspfad

1. Entwicklung der Grundidee (kleine Westentaschenparks mit grünen und blauen Elementen)
2. Benchmarking mit möglichen vergleichbaren Projekten
3. Abgrenzung des Einsatzraumes (Innenstadt)
4. Festlegung von Kriterien (Erreichbarkeit, Größe, Zugang, Verfügbarkeit, stadträumliche Lage)
5. Ortsbegehung (mehrere Disziplinen: Stadtplanung, Verkehrsplanung, Jugendhilfe, Kulturamt, Sportamt etc.) mit Auswahl der potenziellen Standorte
6. Auswahl der konkret umsetzbaren Projekte
7. Entwicklung von ersten Konzeptideen für die geplanten Pocket-Parks mit grober Abschätzung der anfallenden Kosten (Flächenansatz)
8. Herbeiführen eines positiven politischen Grundsatzbeschlusses (je nach lokaler Konstellation kann dieser Punkt auch früher sinnvoll sein)
9. Klärung der Finanzierung und möglichst der Förderung; Stellung von Förderanträgen (StBauF, Ländliche Entwicklung, LEADER, Sonderprogramme); im vorliegenden Fall ist die Finanzierung über die Förderinitiative REACT-EU grundsätzlich gesichert.
10. Umsetzungsbeschluss durch den Rat
11. Ausschreibung der Planungsleistungen
12. Beauftragung des Planungsbüros
13. Diskussion der Planungsergebnisse, Abrechnung
14. Ausschreibung der Bauleistungen
15. Vergabe der Bauleistungen, Baubegleitung, Abnahme
16. Abrechnung, Verwendungsnachweis
17. Offizielle und öffentliche Einweihung

Umsetzungshindernisse können bei den jeweiligen Interessenabwägungen zu Platzgestaltungen auftreten. Zudem kann ein weiteres Hindernis die fristgerechte Projektrealisierung sein, z.B. durch fehlende externe Gewerke.

Für die Projektrealisierung ist ein mittelfristiger Zeitraum von ein bis zwei Jahren (Fertigstellung bis Mitte 2023) vorgesehen.

Der Finanzierungsumfang ist abhängig von der Anzahl der Pocket-Parks, deren Größe und der Qualität der Ausbaustandards. Die Fläche eines Pocket-Parks kann zwischen wenigen Quadratmetern und mehreren hundert Quadratmetern liegen. Bei angenommenen 500 m² Fläche und einem durchschnittlichen Quadratmeteransatz von 200 Euro würde ein Finanzierungsumfang von 100 Tsd. Euro entstehen.

Gelingfaktoren

- frühzeitige und fortlaufende Projektkommunikation mit Anliegerinnen und Anliegern sowie möglichen Nutzerinnen und Nutzern
- Einbindung von Klimaschutzaktiven (Mitmachaktion für Jugendliche)
- Einbindung der innerstädtischen Geschäftswelt
- positive Stimmung in politischen Gremien
- passende Förderprogramme
- Flächen im kommunalen Eigentum oder leicht zu erwerben

Transformationsbezug

- Erweiterung der Innenstadtfunktion vom reinen Erledigungs- und Einkaufsstandort hin zum Aufenthaltsort
- Steigerung der innerstädtischen Wohnqualität und Schaffung von grünen Inseln
- positive Auswirkungen auf das Stadtklima und die Biodiversität

Empfehlungen aus der Praxis für die Praxis

Grundsätzlich Förderalternativen können je nach lokaler Konstellation andere sein als im vorliegenden Fall, z.B.

- Städtebauförderung
- Ländliche Entwicklung; ILE-Regionalbudget
- LEADER-Projekt
- LEADER Kleinprojektefonds
- Sonderprogramme wie Innenstädte beleben oder REACTEU

Grundsätzlich in der Projektentwicklung beachten:

- positive Grundstimmung schaffen (Politik, Gewerbe, Nutzer, Anlieger)
- Finanzierung und Förderung rechtzeitig sichern
- Flächenzugriff sichern
- behutsam planen

4.14

Modellprojekt 14 (Schwandorf): Digitales Leerstandsmanagement

Beschreibung

Das analoge Leerstandsmanagement soll in ein digitales Leerstandsmanagement überführt werden. Über eine Systemlösung sollen die bisherigen Daten digitalisiert und automatisiert werden. Diese Lösungen können von externen Dienstleistern (z.B. immovativ GmbH) bereitgestellt werden. Das Tool kann von Immobilieneigentümerinnen und -eigentümern, Suchenden sowie Maklerinnen und Maklern selbst bedient und befüllt werden. Darüber hinaus gilt es, Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer zu sensibilisieren und zur Nutzung des Tools zu animieren, z.B. bzgl. einer rechtzeitigen Informationsbereitstellung über Ladenaufgaben oder Abklärung des vorhandenen Investitionsbedarfs oder gezielter Weitervermittlung von Anfragen an andere Objekte.

Ein weiterer Baustein ist die Entwicklung von weiterführenden Konzepten für vorhandene Leerstände, um eine Diversifizierung der innerstädtischen Funktionen unter Nutzung bestehender Immobilien zu fördern. Bereits aktive Akteurinnen und Akteure gilt es einzubinden und neue lokale, regionale Zielgruppen zu erreichen. Folgende Konzepte sind vorstellbar: Parkstadl für Wohnnutzungen in B-Lagen, Lagerflächen für Privatleute und Gewerbetreibende, Co-Working und RegioHuB/Public Home-Office sowie regionale Schaufenster mit div. Zwischennutzungen. Über diese Nutzungspotenziale lässt sich ein breites Spektrum fördern.

Es braucht eine stetige Kommunikation bzw. Sichtbarmachung von städtischen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern für Miet- und Kaufinteressentinnen und -interessenten, IHK und Landkreis. Vorhandene Strukturen gilt es öffentlichkeitswirksam zu kommunizieren, u.a. auch die Plattform über Suchmaschinen leicht auffindbar für die unterschiedlichen Nutzergruppen zu platzieren.

Zielgruppen

- Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer
- Ladeninhaberinnen und Ladeninhaber
- Miet- und Kaufinteressentinnen und -interessenten
- Wirtschaftsförderung des Landkreises
- IHK Regensburg für Oberpfalz/Kelheim
- Handwerkskammer Niederbayern-Oberpfalz
- Immobilienwirtschaft

Handlungsfeld

- Frequenz
- Kaufkraft

Handlungsraum

Innenstadt, sowohl Haupt- als auch Nebenlagen

Planungswerkzeuge, -instrumente, -methoden

- Flächenmanagement
- Sondierungs- und Koordinierungsworkshop der Akteure
- vertrauliche Eigentümerkontakte

Akteure

- Initiatoren: Stabsstelle Wirtschaftsförderung
- Umsetzer: Citymanagement
- Mitwirkende: externe Dienstleisterschaft und Immobilieneigentümerschaft

Ressourcenbedarf

Benötigt wird ein Tool, z.B. über eine digitale Systemlösung. Dieses Tool muss federführend in der Wirtschaftsförderung über eine/n Mitarbeiter/in betreut werden. Zudem fallen Kosten für die Inbetriebnahme und dauerhafte Bereitstellung des Tools an. Diese müssen bei der Haushaltsplanung miteingeplant werden.

Gelingfaktoren

Kontinuierliche Abstimmungen und Kooperation zwischen Stadtverwaltung, lokalen Akteuren und Immobilieneigentümerschaft



Transformationsbezug

Die digitale Lösung erzeugt eine größere Sichtbarkeit und Reichweite der Immobilienangebote. Mit gezieltem Themenmarketing können Eigentümer, Investoren und Nachfrager gleichermaßen auf die Potenziale aufmerksam gemacht werden. Schaffung von Angeboten für Gründer, neue Funktionen in der (Innen-)Stadt (Handwerkerhof, Bürosatelliten)

Umsetzungs- und Planungspfad

1. Grundsätzliche Klärung der Finanzierung und Förderung
2. Herbeiführen eines politischen Beschlusses
3. Aufbereitung der analogen Leerstandserhebung
4. Recherche nach potenziellen Anbietern digitaler Leerstandsplattformen
5. Ausschreibung einer digitalen Leerstandsplattform
6. Beauftragung des wirtschaftlichsten Anbieters
7. Klärung der Datenübertragung; ggfs. Programmierung der Schnittstelle
8. Klärung der verwaltungsinternen Zuständigkeit und Abläufe
9. Übertragung der bestehenden Daten in die digitale Plattform
10. Sensibilisierung von Immobilieneigentümerschaft und Ladeninhaberschaft
11. Potenzielle Schulungsangebote für die Zielgruppe
12. Einbinden von professionellen Immobilienakteuren (z.B. Maklerschaft)
13. Unterstützungsangebote für potenzielle Interessenten in Form von Nutzungskonzepten und Machbarkeitsstudien
14. Etablierung von Schulungsangeboten (Digitalisierungslotsen)
15. Kontinuierliche Pflege der Plattform (Zuständigkeit)

Die Finanzierung ist für Schwandorf über die Förderinitiative REACT-EU abgesichert. Der Einkauf einer bestehenden Systemlösung ermöglicht einen zügigen Projektstart. Es bedarf keiner eigenen Anwendungslösungen. In der Außenwahrnehmung darf es nicht als Konkurrenz zu Maklerinnen und Maklern wahrgenommen werden, sondern als Mehrwert und ergänzende Immobilienplattform.

Für die Projektrealisierung ist ein mittelfristiger Zeitraum von ein bis zwei Jahren vorgesehen.

Der Finanzierungsrahmen ist mit einer Größenordnung von 20 Tsd. Euro festgelegt.

Eine Erstbefüllung sowie Erstanträge können auch kurzfristig erfolgen.

Empfehlungen aus der Praxis für die Praxis

- Schaffung einer positiven Grundstimmung für den Einsatz digitaler Instrumente im Bereich der Immobilienwirtschaft
- Sicherstellung eines langfristigen Betriebs der Plattform (Schulung, Sensibilisierung in der örtlichen Immobilienwirtschaft)
- kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit zum Betrieb der Plattform
- Kommunikation von Erfolgsfällen (=Vermittlung von Immobilien) an die Öffentlichkeit und die potenziellen Nutzer der Plattform
- fallweise Förderalternative ggf. über Städtebauförderung oder Amt für ländliche Entwicklung

4.15

Modellprojekt 15 (Schwandorf): Event- und Freizeitflächen Naab Parkhaus

Beschreibung

Ziel ist die Schaffung von barrierefreien Freizeit- und Erholungsflächen auf den oberen untergenutzten Parkdecks im Naab-Parkhaus zur Stärkung der innerstädtischen Begegnungs- und Aufenthaltsfunktion. Es ist ein frequenzbringendes, nachhaltiges sowie flächensparendes Innenstadtprojekt, um Raum für alle Generationen zu schaffen.

Das Grundkonzept wurde über die städtische Verwaltung im Sachgebiet Hochbau in Kooperation mit relevanten städtischen Akteuren erstellt. Folgende weitere Maßnahmenschritte sind notwendig: Finanzierungssicherung über Förderprogramme (hier: Sonderfonds Innenstädte beleben), Beauftragung von externen Fachbüros für die Planungs- und Umsetzungsphase sowie die weitere Konkretisierung des Nutzungskonzeptes.

Zielgruppen

Bewohnerschaft aus Schwandorf sowie die Nutzergruppe des Jugendtreffs K3 im Erdgeschoss des Gebäudes

Handlungsfeld

- Aufenthaltsqualität
- Wohlfühlen und Erholung
- Frequenz

Handlungsraum

Innenstadt, Standort: Naab-Parkhaus

Planungswerkzeuge, -instrumente, -methoden

- Beteiligung des Jugendtreffs K3
- Beteiligung weiterer Akteurinnen und Akteure (z.B. Seniorenstandorte)

Akteure

- Initiatoren: Amt für Planen und Bauen
- Umsetzer: Sachgebiet Hochbau
- Mitwirkende: Sachgebiet Stadtplanung, externes Fachbüro, Jugendtreff K3, Amt für Kultur und Tourismus, Citymanagement

Ressourcenbedarf

Es braucht personelle Ressourcen im Amt für Planen und Bauen: eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter für die Projektplanung und -begleitung im Sachgebiet Hochbau, eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter zur Fördermittelbewerbung im Sachgebiet Stadtplanung. Für die Detailplanung braucht es weitere personelle Kapazitäten über ein externes Planungsbüro. Für den zu leistenden Eigenanteil im Sonderfonds Innenstädte beleben müssen finanzielle Mittel im Haushalt miteingeplant werden.

Gelingfaktoren

Eine gesicherte Finanzierung, d.h. ein rechtzeitiges Bemühen um Fördermittel sowie dazu passende Konzepte fassen

Transformationsbezug

Unterstützung des Trends zur Unterbringung von verschiedenen Nutzungen in einem Gebäude („gestapelte Nutzungen“); (inner-)städtische barrierefreie Erholungs- und Freizeitangebote für weniger mobile Bevölkerungsgruppen (Kinder, Jugendliche), erhöhte Nachfrage in Pandemiezeiten



Umsetzungs- und Planungspfad

1. Prüfung von potenziellen Flächen hinsichtlich der Nutzung; welche Flächen sind untergenutzt, wohin kann konfliktfrei Frequenz auch z.B. in Abendstunden gelenkt werden
2. Auswahl des Parkhauses bzw. der potenziell nutzbaren Geschosse
3. Entwicklung eines Nutzungskonzepts
4. Entwurf eines groben Planungskonzepts mit Kostenschätzung
5. Eruiieren von möglichen Fördermöglichkeiten (hier: Sonderfonds Innenstädte beleben)
6. Umsetzungsbeschluss durch das politische Gremium
7. Stellen des Förderantrags
8. Nach Förderzusage Ausschreibung der Planungsleistungen
9. Vergabe der Planungsleistungen
10. Begleitung des Planungsprozesses
11. Beschluss des Planungskonzeptes
12. Ausschreibung der Bauleistungen
13. Vergabe der Bauleistungen
14. Durchführung der Bauleistungen, Begleitung
15. Fertigstellung des Bauprojekts; Abnahme
16. Öffentliche Einweihung des Projekts
17. Start mit einem öffentlichen Event

Hindernisse können bei der fristgerechten Projektrealisierung auftreten, z.B. durch fehlende Kapazitäten bei zu beauftragenden Dienstleistern und/oder Handwerksbetrieben. Für die Projektrealisierung ist ein mittelfristiger Zeithorizont von ein bis zwei Jahren (Fertigstellung in 2022) vorgesehen.

Empfehlungen aus der Praxis für die Praxis

Um eine reibungslose Umsetzung des Projekts zu gewährleisten sollten:

- potenzielle Nutzende und Anwohnende rechtzeitig in die Planung einbezogen werden
- Finanzierungs- und Förderfragen möglichst zu Beginn des Projekts geklärt werden
- mögliche „Bedenkenträger“ zeitig in den Entscheidungsprozess einbezogen werden



5 Zusammenfassung und Ausblick

Bayern hat in den letzten Jahrzehnten einen in Deutschland außergewöhnlichen Entwicklungspfad zurückgelegt. In seinen Ursprüngen stark landwirtschaftlich geprägt, steht der Freistaat heute für einen leistungsstarken Industrie- und Dienstleistungsstandort mit einer sehr guten Position im nationalen wie internationalen Standortwettbewerb. Diese gute wirtschaftliche Situation wird flankiert durch attraktive Lebens- und Arbeitsbedingungen, vielfältige Regionen, Städte, Dörfer und Landschaften. Dementsprechend hoch ist die Lebensqualität im Freistaat.

Mitursächlich für diesen Erfolg ist eine vorausschauende Landesentwicklung in Bayern. Die Zentralen Orte mit ihren Funktionen und Ausstattungsmerkmalen sind ein Herzstück des Bayerischen Landesentwicklungsprogramms. Denn indem sie einen Versorgungsauftrag für die sie umgebenden Regionen erfüllen, leisten sie einen entscheidenden Beitrag nicht nur zur Sicherung des polyzentralen Raumgefüges in Bayern, sondern auch zur Sicherung gleichwertiger Lebens- und Arbeitsbedingungen in allen Landesteilen.

Megatrends wie Digitalisierung, Klimawandel und eine älter werdende Bevölkerung fordern auch die Zentren heraus. Die Zukunft der Innenstädte und -orte ist deshalb bereits seit geraumer Zeit ein wichtiges Thema der bayerischen Stadt- und Regionalentwicklungspolitik. Die COVID-19-Pandemie hat allerdings Entwicklungsprozesse beschleunigt und so den Handlungsdruck noch einmal zusätzlich erhöht. Wie lässt sich die Attraktivität, Vitalität und Resilienz der bayerischen Innenstädte erhalten und steigern, damit sie auch künftig ihre überörtliche Versorgungsfunktion erfüllen können?

Auf diese und andere Fragen und Herausforderungen hat das Fitnessprogramm „Starke Zentren“ versucht, Antworten in Form von Maßnahmenstrategien und konkreten Handlungsansätzen zu finden. Die Ergebnisse aus der Entwicklungsarbeit von insgesamt fünf Projektteams über die letzten Monate zeigen, dass die Lage der bayerischen Mittel- und Oberzentren zwar herausfordernd, aber alles andere als hoffnungslos ist. Die Anzahl der erarbeiteten Schlüssel- und Modellprojekte, der Ideenreichtum, aber auch die thematische Breite möglicher Entwicklungsansätze für Innenstädte belegen dies eindrücklich. Allen Maßnahmen und Ansätzen ist gemeinsam, dass Innenstädte in Bezug auf ihre funktionale Ausstattung und Mischung z.B. aus Einzelhandel, Arbeiten, Wohnen, Bildung, Kultur und Freizeit und ihren räumlichen Verbund mit der Region neu gedacht werden (müssen). Dabei gehen alle erarbeiteten Maßnahmenstrategien und Handlungsansätze über die bloße Beseitigung der Pandemiefolgen weit hinaus. Vielmehr bewerten sie die Innenstädte vor dem Hintergrund der genannten Megatrends neu und tragen ihnen mit vielen ganz konkreten Ideen und Maßnahmen Rechnung.

Die Ergebnisse aus den unterschiedlichen Planungsworkshops in den einzelnen Modellkommunen verdeutlichen, dass die meisten innenstadtrelevanten Akteurinnen und Akteure nicht einfach den Status quo ihrer Innenstädte vor der Pandemie anstreben. Die Lockdown-Monate und die damit verbundenen Maßnahmen wie Homeoffice, Homeschooling oder die geforderte Reduktion von Mobilität und sozialen Kontakten und damit die Einengung des räumlichen Radius werden als „Denkpause“ begriffen, die dazu geführt hat, neu über die Innenstadt und die Erwartung an Innenstädte nachzudenken. Die „Verlusterfahrung“ während des Lockdowns hat zudem das Bewusstsein für die Bedeutung innerstädtischer Aufenthaltsqualitäten, für Grünraumplanung und für das nähere Umfeld per se noch einmal geschärft, so der Tenor aus den Veranstaltungen.

Der Schlüssel zum erfolgreichen Aufbau von resilienten Innenstädten liegt dementsprechend nicht nur in einer intelligenten räumlich-funktionalen Vernetzung, der Schaffung von flexiblen Raumstrukturen und einer Steigerung der Nutzungsvielfalt und -mischung, sondern auch in einer attraktiven Grünraumplanung. Hinzu gesellen sich Fragen der Digitalisierung beziehungsweise der intelligenten Verzahnung von physischen und digitalen Räumen mit der Innenstadt als zentraler Schnittstelle.

Eine weitere entscheidende Stellschraube zur Ertüchtigung der Innenstädte liegt auf der Ebene der Kooperation und Vernetzung von innenstadtrelevanten Akteurinnen und Akteuren – auch das ist ein zentrales Ergebnis der gutachterlichen Arbeit und der verschiedenen Planungsworkshops im Verlauf des Programms. Der Aufbau von konstruktiven und vertrauensvollen Kooperationen und Netzwerken, zum Beispiel zwischen staatlichen

Stellen, Wirtschaft, Grundeigentümern, Ehrenamt, Verbänden und Vereinen, wird zukünftig ebenfalls eine zentrale Komponente für die Resilienz von Innenstädten darstellen, denn es zeigt sich, dass die Robustheit von Innenstädten oftmals Hand in Hand geht mit leistungsfähigen Kooperationen und Netzwerken im Hintergrund.

Für Politik und Verwaltung werden vor allem Fragen der Stabilisierung und der Risikovorsorge ein stärkeres Gewicht erfahren. Die räumliche Planung, die ihrem Wesen nach präventiven Charakter hat, wird in Zukunft hier besonders gefordert sein.

Auch wenn die Pandemie während der Durchführung des Fitnessprogramms „Starke Zentren“ noch nicht beendet ist und alle Folgen für die Innenstädte noch nicht vollständig verstanden und abschätzbar sind, so lässt sich schon heute sagen, dass viele Entwicklungsprozesse, die bereits vor der COVID-19-Pandemie angestoßen waren, im Post-COVID-Zeitalter weiter an Fahrt aufnehmen und an Wirkkraft gewinnen werden. So werden Fragen des ortsunabhängigen Arbeitens oder die voranschreitende Digitalisierung des Einzelhandels auch zukünftig nicht an Bedeutung verlieren und weiter ihre raumprägenden Kräfte für Zentren und Regionen entfalten.

Dementsprechend wird es darum gehen, den im Fitnessprogramm gewonnenen Schwung zu bewahren und über das Programmende hinaus in die Zukunft zu tragen, damit Innenstädte auch weiterhin das bleiben, wofür sie seit ihren Ursprüngen stehen: multifunktionale, gemischtgenutzte Orte der Begegnung und des Austauschs, und zwar nicht nur in den fünf Modellkommunen, sondern in ganz Bayern. Das vorliegende Handbuch leistet einen Beitrag hierzu.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Bevölkerungsentwicklung 2020 bis 2040 nach Regionen	10
Abbildung 2	Organigramm – Grundstruktur	17
Abbildung 3	Ausgewählte Modellkommunen und ihre Lage in Bayern.....	18
Abbildung 4	Ausgewählte Modellkommunen im Überblick	19
Abbildung 5	Makrostandort „Das Starke Zentrum in der Region“	25
Abbildung 6	SWOT-Analyse Modellkommune Beingries.....	28
Abbildung 7	Makrostandort „Das Starke Zentrum in der Region“	38
Abbildung 8	Mikrostandort „Innenstadtzentrum“	40
Abbildung 9	SWOT-Analyse Modellkommune Coburg	43
Abbildung 10	Multifunktionalität der Innenstadt Kempten – Grunddaseinsfunktionen und zentralörtliche Einrichtungen	53
Abbildung 11	Makrostandort – das Starke Zentrum in der Region	54
Abbildung 12	Verkehrliche Erreichbarkeit Rothenburg ob der Tauber	71
Abbildung 13	Marktgebiet Rothenburg ob der Tauber	72
Abbildung 14	Lagegefüge Rothenburg ob der Tauber	73
Abbildung 15	Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes in der Innenstadt	75
Abbildung 16	SWOT-Analyse Modellkommune Rothenburg ob der Tauber	77
Abbildung 17	Das Starke Zentrum in der Region	87
Abbildung 18	Mikrostandort Innenstadtzentrum mit Dienstleistungsangebot.....	88
Abbildung 19	Einzelhandelsstruktur in Schwandorf	89
Abbildung 20	SWOT-Analyse Modellkommune Schwandorf.....	91

Literaturverzeichnis

Bayerische Staatsregierung (2020): Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) – Stand 2020.
[https://www.landesentwicklung-bayern.de/fileadmin/user_upload/landesentwicklung/Dokumente/Instrumente/Landesentwicklungsprogramm/Landesentwicklungsprogramm_Bayern - Nichtamtliche Lesefassung - Stand 2020/LEP_Stand_2020_Lesefassung_x.pdf](https://www.landesentwicklung-bayern.de/fileadmin/user_upload/landesentwicklung/Dokumente/Instrumente/Landesentwicklungsprogramm/Landesentwicklungsprogramm_Bayern_-_Nichtamtliche_Lesefassung_-_Stand_2020/LEP_Stand_2020_Lesefassung_x.pdf), Zugriff 25.01.2021

Ministerkonferenz für Raumordnung (MKRO) (2021): Lehren aus der Corona-Pandemie: Sicherstellung resilienter Raumstrukturen. Umlaufbeschluss vom 29.11.2021.

Beirat für Raumentwicklung beim Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat (BMI) (2021): Empfehlungen des Beirats für Raumentwicklung. Die COVID-19-Pandemie und ihre Auswirkungen auf die Raumentwicklung. Stellungnahme aus der Sitzung des Beirats für Raumentwicklung in der 19. Legislaturperiode vom 19. September 2021, Berlin.

Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner

Kontakte im Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

Alessa Merz

alessa.merz@stmwi.bayern.de

Tel.: +49 89 2162-2009

Dr. Stefan Esch

stefan.esch@stmwi.bayern.de

Tel.: +49 89 2162-2014

Kontakte in den Modellkommunen

Beilngries

Andreas Seyller

andreas.seyller@beilngries.de

Tel.: +49 8461 707-78

Coburg

Anette Vogel

anette.vogel@wohnbau-coburg.de

Tel.: +49 9561 877-128

Kempten

Dagmar Lazar

dagmar.lazar@kempten.de

Tel.: +49 831 2525-1810

Rothenburg ob der Tauber

Dr. Jörg Christöphler

joerg.christoephler@rothenburg.de

Tel.: +49 9861 404-800

Schwandorf

Andrea Süß

suess.andrea@schwandorf.de

Tel.: +49 9431 45-283

Bildnachweis

Titel

iStock.com/travelview

Kapitel 2

Seite 6: Stadt Kempten (2015)

Seite 14: Stadt Kempten (2021)

Seite 21: eigene Aufnahme Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (2021) (Bild links), eigene Aufnahme PricewaterhouseCoopers (PwC) GmbH (2021)

Kapitel 3

Beilngries

Seite 22: CIMA (2021)

Seite 24: CIMA (2021)

Seite 27: CIMA (2021)

Seite 29: CIMA (2021)

Seite 31: CIMA (2021)

Seite 32: CIMA (2021), Gestaltung Jörg Dettmar, Bildnachweis: www.pixabay.com

Seite 33: CIMA (2021)

Seite 34: CIMA (2021)

Seite 36: BILLA – Patrick Sommeregger-Baurecht

Coburg

Seite 37: Wohnbau Stadt Coburg GmbH, rainerbrabec.de (2021)

Seite 39: Wohnbau Stadt Coburg GmbH, rainerbrabec.de (2021)

Seite 44: Coburger Designforum Oberfranken e.V. (2022)

Seite 46: Projektgruppe Stadtmacher. Coburg (2021)

Seite 47: rainerbrabec.de (2021)

Seite 48: Projektgruppe Stadtmacher. Coburg (2021)

Seite 51: Projektgruppe Stadtmacher. Coburg (2021)

Kempten

Seite 52: Stadt Kempten, Dominik Berchtold

Seite 57: Stadt Kempten, Copyright Ralf Lienert (2018)

Seite 59: Stadt Kempten (2020)

Seite 60: Stadt Kempten (2015)

Seite 61: Stadt Kempten (2018)

Seite 63: Stadt Kempten (2018)

Seite 65: Stadt Kempten (2021)

Seite 66: Stadt Kempten (2015)

Seite 67: Künstlergruppe Karton.de, Copyright Traudl Gilbricht (2017)

Seite 68: Copyright CFürthner/MA21 (2020)

Seite 69: City-Management e. V.; Bearbeitung: Jörg Spielberg (2021)

Rothenburg ob der Tauber

Seite 70: Plankreis (2021)

Seite 74: Plankreis (2021)

Seite 78: Institut für Stadt- und Regionalmanagement (ISR, 2021), verändert nach Esch, 2003

Seite 80: beide Fotos BBE Handelsberatung (2021)

Seite 83: Plankreis (2021)

Seite 84: Stich von Friedrich Schmidt, 1762 (aus: Rothenburg ob der Tauber, Bilder aus alter Zeit, Sutton Verlag 2020, S. 37); Bild im Besitz Stadtarchiv Rothenburg

Seite 85: Institut für Stadt- und Regionalmanagement (ISR, 2021), verändert nach Bruhn, 2013

Schwandorf

Seite 86: PLANWERK Stadtentwicklung (2021)

Seite 90: PLANWERK Stadtentwicklung (2021)

Seite 93: Eigene Darstellung PLANWERK Stadtentwicklung (2021)

Seite 94: PLANWERK Stadtentwicklung (2021)

Seite 95: PLANWERK Stadtentwicklung (2021)

Seite 96: Große Kreisstadt Schwandorf (2021)

Seite 97: Große Kreisstadt Schwandorf (2019)

Seite 98: Große Kreisstadt Schwandorf (2021)

Seite 99: PLANWERK Stadtentwicklung (2021)

Kapitel 4

Seite 100: Institut für Stadt- und Regionalmanagement (ISR, 2021)

Seite 103: CIMA (2021)

Seite 104: Stadt Beilngries (2021)

Seite 110: CIMA (2021)

Seite 114: Projektgruppe Stadtmacher. Coburg (2021)

Seite 117: Karoline Heß / Cara Domscheit

Seite 121: Projektgruppe Stadtmacher. Coburg

Seite 124: Stadt Kempten (2020)

Seite 127: City-Management e. V.; Bearbeitung: Jörg Spielberg (2021)

Seite 134: beide Fotos Institut für Stadt- und Regionalmanagement (ISR, 2021)

Seite 137: Institut für Stadt- und Regionalmanagement (ISR, 2021)

Seite 140: Plankreis (2021)

Seite 143: PLANWERK Stadtentwicklung (2021)

Seite 148: Dr. Fruhmann & Partner (2021)

Seite 150: Große Kreisstadt Schwandorf (2021)

Kapitel 5

Seite 152: Martin Erd Photographer



BAYERN | DIREKT ist Ihr direkter Draht zur Bayerischen Staatsregierung.

Unter Telefon **089 122220** oder per E-Mail unter **direkt@bayern.de** erhalten Sie Informationsmaterial und Broschüren, Auskunft zu aktuellen Themen und Internetquellen sowie Hinweise zu Behörden, zuständigen Stellen und Ansprechpartnern bei der Bayerischen Staatsregierung.

IMPRESSUM

Herausgeber: Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie
Prinzregentenstraße 28 | 80538 München
Postanschrift 80525 München
Telefon 089 2162-0 | Telefax 089 2162-2760
info@stmwi.bayern.de | www.stmwi.bayern.de

Auftragnehmer: PricewaterhouseCoopers GmbH

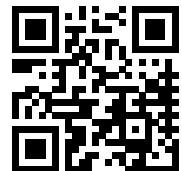
Projektleitung: Dr.-Ing. Sven Conventz

Bearbeitung: Dr.-Ing. Sven Conventz, Sebastian Fritz, Christiane Lehmann

Gestaltung: Nina Irmer, Kommunikationsberatung und -gestaltung

Druck: TB im StMWi, gedruckt auf 100% Altpapier

Stand: März 2022



www.stmwi.bayern.de
Kosten abhängig vom
Netzbetreiber

HINWEIS

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden.

Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben von parteipolitischen Informationen oder Werbemitteln. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.

Die Druckschrift wurde mit großer Sorgfalt zusammengestellt. Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts kann dessen ungeachtet nicht übernommen werden.



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie
www.stmwi.bayern.de