



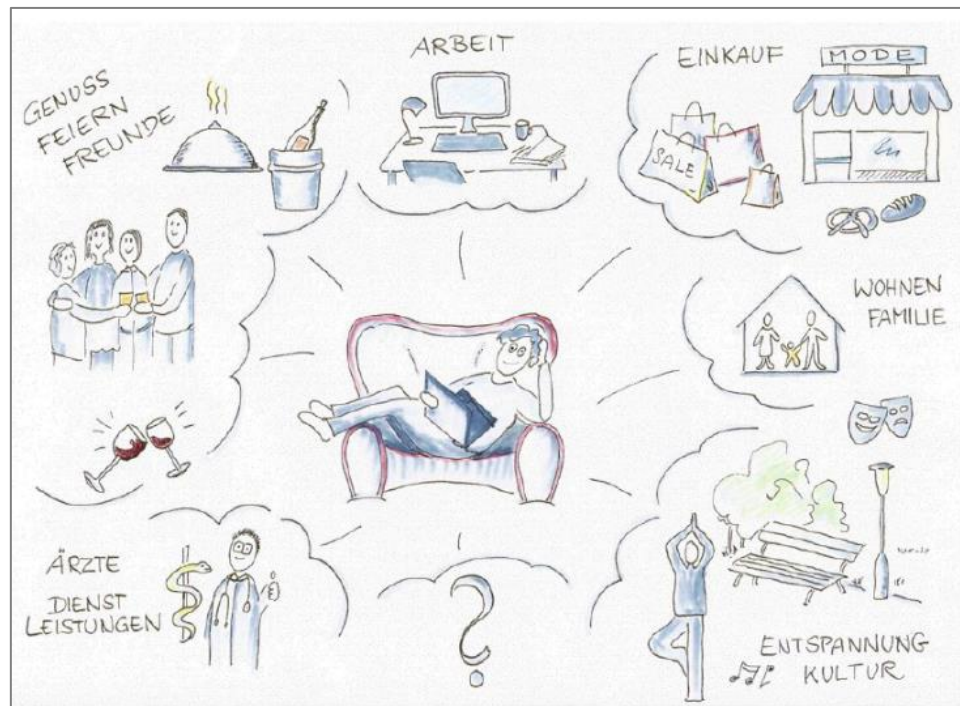
# Gesamtkonzept zur Weiterentwicklung der Innenstadt und der Stadtteile



Foto: Ruth Plössel/Stadt Augsburg

# Hintergrund

- Deutlich beschleunigter Strukturwandel durch Corona
- Verstärktes Erfordernis von strategische Maßnahmen zur Sicherung und nachhaltigen Weiterentwicklung Innenstadt und Stadtteilzentren
- Funktionen außerhalb des Handels gewinnen an Bedeutung



Frage:  
Was lockt Besucher in  
die Innenstadt?

Quelle: CIMA Beratung+ Management GmbH

## Strategie / Leitbild der Innenstadtentwicklung

- Die „resiliente Innenstadt“
- Merkmale: nachhaltiger, gemischter, stabiler
- Mut, Veränderungsbereitschaft, Experimentierfreudigkeit



# Hauptziele der Innenstadtentwicklung

- Sicherstellung von Unternehmertum
- Steigerung Frequenz im Öffentlichen Raum
- Conversion / Umsatz in den Betrieben heben
- Steigerung lokale Wertschöpfung
- Steigerung Freizeit- und Erlebniswert
- Aufenthaltsdauer erhöhen
- Weitere / Neue Erlebnisse für unterschiedliche Zielgruppen
- „Digitale Innenstadt“
- Attraktive und bequeme Erreichbarkeit / Eintrittsbarriere senken
- Verstärkte Partizipation von Innenstadtakteuren
- Stärkere Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet



# Maßnahmen / Umsetzung

# Generalsanierung und Vermarktung Stadtmarkt

- Entwicklung eines Nutzungskonzepts für Bauernmarkt und Markt-gaststätte
- Oberflächensanierung Bauernmarkt und Bäcker-gasse
- Nutzungskonzept Wertstoffhof mit Neugestaltung des Nordzugangs für städtebauliches Quartier
- Optimierte Nutzungs- bzw. Öffnungs(zeiten)struktur



Foto: Wirtschaftsförderung Stadt Augsburg

# Generalsanierung und Vermarktung Stadtmarkt

- Stärkere und einheitliche Vermarktung:
  - Erhöhung der Sichtbarkeit nach außen
  - Stadtmarkt CD bzw. CI nach Markenbildungsprozess
  - Verstärkte Kopplung des Stadtmarktangebotes mit Boxbote
- Einrichtung „Stadtmarkt-Store“ (Namensgebung offen) durch Augsburg Marketing in der Fußgängerzone
  - Verstärkte Kopplung mit Einkaufsinnenstadt
  - Verkauf von Produktboxen, Abhol- und Liefermöglichkeiten außerhalb Öffnungszeiten, weitere Marketingangebote (z.B. Pop-up-Kitchen mit Kursen zu regionaler/nachhaltiger Küche/Ernährung)
  - Boxbote Shop&Drop-Serviceangebot



# Verbesserung von Erreichbarkeits- und Mobilitätsangeboten

- Senkung der Hemmschwelle für Innenstadtbesuch
- Attraktive Mobilitätsangebote für möglichst alle Zielgruppen
- Zusätzliche ÖPNV-Angebote / Aktionstage
- Schaffung E-Ladeinfrastruktur
- Zusätzliche (überdachte / bewachte) Fahrradabstellplätze
  - Innerstädtische Fahrradparkhaus
  - (Zwischen)-Nutzung eines Leerstandes
  - Aktionstage für Fahrradfahrer



Quelle: augsburg-city.de



# Intelligente Citylogistik

- Weiterführung Shop & Drop-Konzept: Prüfung zentraler gelegene / weitere Annahme-/Abgabestellen für Einkäufe in der Innenstadt geprüft
- Prüfung von Maßnahmen und Fördermöglichkeiten für verkehrliche Entlastung des zentralen Versorgungsbereichs (Mikrodepots oder Cityhubs)
- Projekt mit Hochschule Augsburg zur Reduzierung / Bündelung des Warenwirtschaftsverkehrs der KEP-Dienstleister (z.B. durch Mikrodepot und Lastenrad auf der letzten Meile)



Quelle: cityexpress.de

# Digitalisierung des lokalen Einzelhandels

- Programm „Online-fertig-los!“ des Staatsministerium für Digitales
- Digitallotsen-Programm (Augsburg Marketing)
- Förderung Boxbote-Einstiegspakete für Einzelhandel (Produktplatzierung auf Boxbote-Onlinemarktplatz mit umweltfreundlicher Lieferlogistik)

The screenshot shows the Boxbote website interface for the store 'VIOLAS' Augsburg'. At the top, there is a navigation bar with the Boxbote logo, a user login button ('Anmelden'), the store address ('Rathausplatz 1, 86150 Augsburg'), and a search bar containing the text 'Suche z.B. nach "Burger"'. Below the navigation bar, the store name 'VIOLAS' Augsburg' is displayed with an information icon. Underneath, the delivery cost is shown as 'Lieferkosten 0,00 € | ab 20,00 €'. There are two tabs: 'Geschenke' (selected) and 'Boxen'. The main content area is titled 'Geschenke' and displays four gift sets in a grid. Each item includes a title, a short description, a price, and a 'Geschenke' button. The items are: 1. 'glückliches Geschenkset' (48,00 EUR) - a pink set with a drink bottle and a cat figurine. 2. 'Für echte Männer' (69,00 EUR) - a gift set with BBQ sauce, beer, and tea. 3. 'Hässlicher aber lecker' (32,00 EUR) - a gift set with mulled wine and a Christmas tree. 4. 'Bunte Risotto/Suppen/Pasta Mischungen' (7,80 EUR) - a gift set with various food mixes.

Quelle: [boxbote.de](https://boxbote.de)

## Flächenmanagement:

### Leerstandsmanagement, Zwischennutzungen, PopUp-Stores

- Vermittlung von Interessenten und privaten Immobilieneigentümern
- Fortführung / Weiterentwicklung stadteigene Zwischennutzungskonzepte (Zwischenzeit)
- Rechts-der-Wertach KREATIV - Neue Impulse für resiliente Strukturen im Rahmen des Quartiersmanagements.
- Schaufenster-Projekt mit Augsburger Künstler und Fotografen zur Attraktivierung ungenutzter Schaufenster und Fassaden
- Komplett пакт Schaufensterbeklebung für Umbauten / nicht nutzbare Schaufenster
  - Vorlagen entsprechend denkmalschützersichen Vorgaben
  - Umsetzungsbegleitung durch Augsburg Marketing
- Abbau bürokratischer Hürden, bspw. in Form von befristeten Duldungen und baurechtlich abgestimmte Handlungsleitfäden

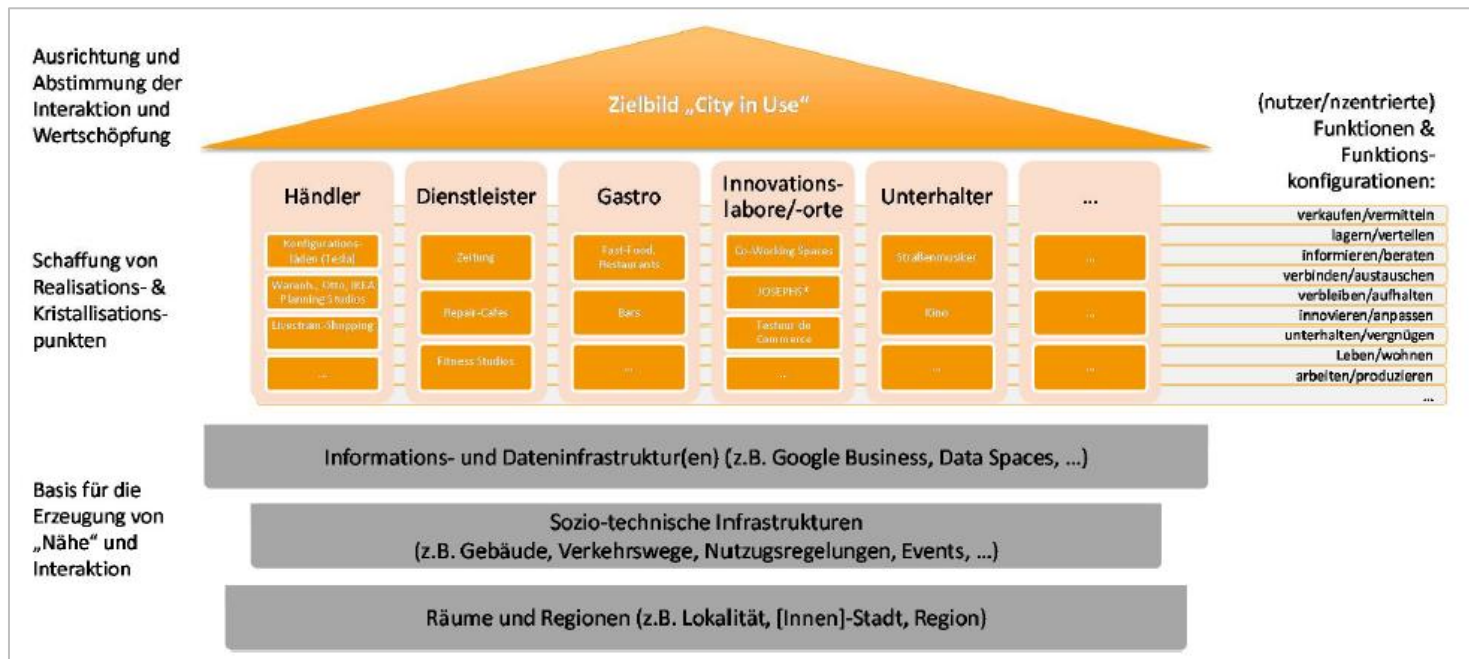
# Flächenmanagement

## Immobilienialoge

- Veranstaltungsreihe und Programm:
  - für verstärkte Sensibilisierung und Info für Eigentümer / Aufzeigen von realistischen und ortsangepassten Nutzungsmöglichkeiten
  - Einbindung verschiedener Experten aus der Praxis mit Impulsen für innovative Ansätze und Hilfestellung bzgl. der Möglichkeiten, Ideen und Erwartungen zu neuen Nutzungsformaten
  - Aufzeigen neuer Nutzungen: Urbane Produktion, Handwerk, Freizeit -und Kulturangebote, neue Arbeitsformen, Integration von Bildungsangeboten etc.
  - Entwicklung gemeinsamer Strategien zur Entwicklung einzelner Lagen

# Neue Nutzungen - City-in-Use

- Projekt der Hochschule Augsburg
- Projektpartner: Wifö Stadt Augsburg, Fraunhofer IIS, Günther Rid Stiftung zur Förderung des bayerischen Einzelhandels
- Ziel: Entwicklung neuer Funktionskombinationen und Lösungsansätze für den innerstädtischen Raum für eine neue, digitale „City in Use“



Quelle: Hochschule Augsburg

## Qualifizierung öffentlicher Raum / Stärkung Aufenthaltsqualität

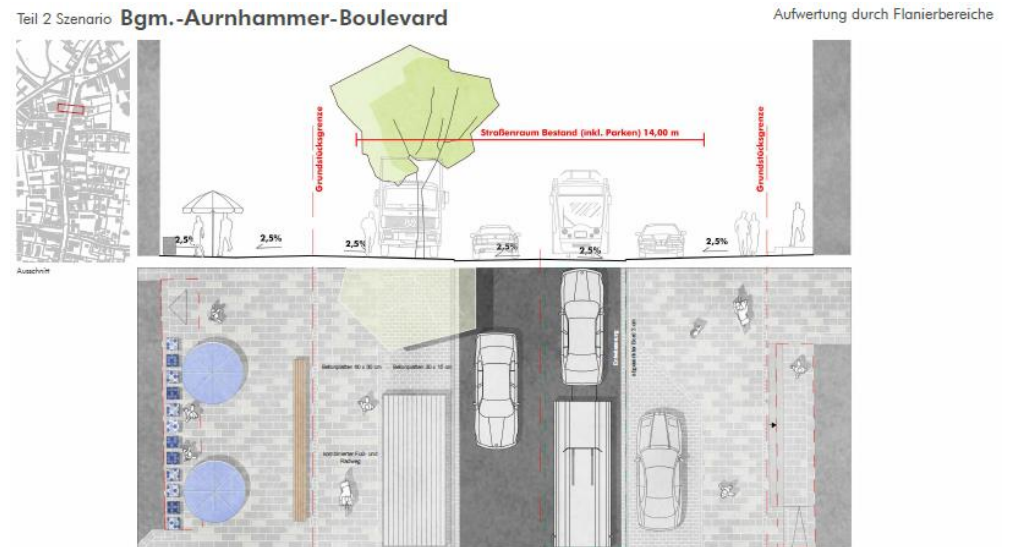
- Fortführung bzw. Ausweitung des temporären Stadtgrüns
- Schaffung von konsumfreien Sitzgelegenheiten (ggf. temporär) und Kinderaufenthaltsflächen / Spielflächen
- Entwicklung einheitliches Besucherorientierungssystem
- Erhöhung der Sauberkeit durch neue und moderne Abfallbehälter bzw. die Sensibilisierung von Eigentümern bzgl. Mülltonnen in der Fußgängerzone
- Fortführung Installationen (Lampions) und Events, temporäre Sport- und Freizeitangebote (Yoga, Swing, Tai Chi), Lichtinstallationen im Winterhalbjahr als Ergänzung zur Weihnachtsbeleuchtung durch Augsburg Marketing

# Qualifizierung öffentlicher Raum / Stärkung Aufenthaltsqualität

- Weitere städtebauliche Aufwertung von Bereichen in Innenstadt und Stadtteilen, die durch trading-down-Prozesse gefährdet sind als Grundlage Belebung und Erschließung mit neuen Nutzungsmöglichkeiten und -konzepten
- Beibehaltung unkonventioneller Charakter der dienststellenübergreifenden Gestaltungs- und Genehmigungsprozesse von flexiblen Nutzungsmöglichkeiten (v.a. Gestaltungssatzung, Nutzung öffentlicher Flächen und Sondernutzungen im öffentlichen Raum)



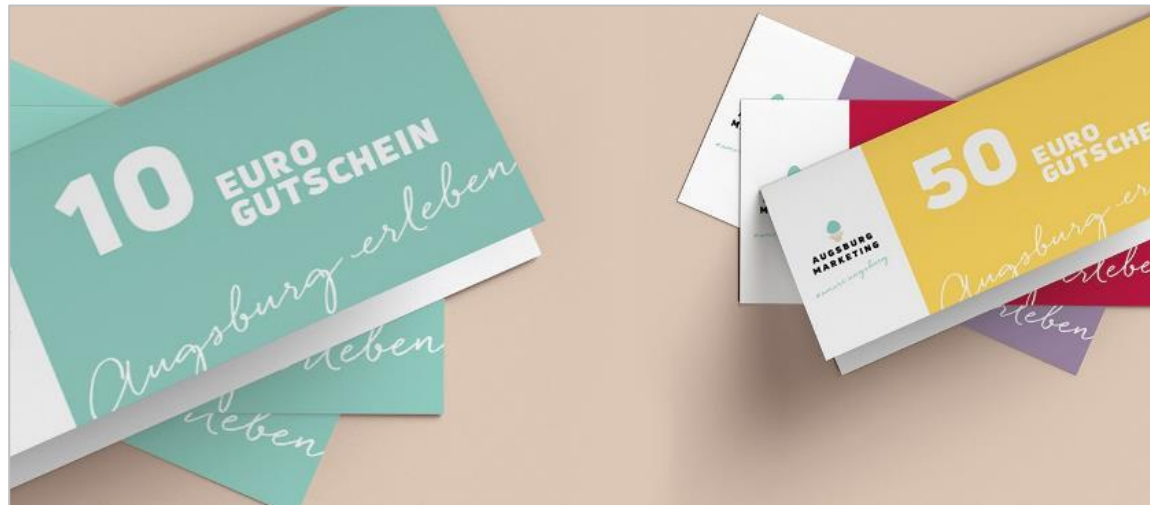
Quelle: augsburg-city.de



Quelle: Adler & Olesch Landschaftsarchitekten

## Veranstaltungen / Events / Marketing

- Weitere Ausbau und Vermarktung von Innenstadtveranstaltungen (z.B. LaStrada, Vorleseabende vor der Stadtbücherei), Aktionen rund um den Augsburg-City-Gutschein, augsburg-city Portal etc.
- Entwicklung neuer Formate (z.B. Schlemmerfestival Maxstraße, Vorleseabende vor Stadtbücherei)
- Fortführung erfolgreicher Pandemieformate (z.B. Annahofbühne, Kulturbiergarten)



Quelle: augsburg-city.de



# Umsetzung und Fortführung Innenstadtmonitoring

- Jährliche Passantenbefragung und Auswertung in Kooperation mit der Uni Augsburg
  - Besuchsgründe, Einkaufsverhalten, Verbesserungsvorschläge etc.
  - Subjektive Wahrnehmung der Besucherinnen und Besucher
- Laserbasierte Passantenfrequenzmessungen an fünf Standorten (Annastr., Ph.-Welser-Str., Steingasse, Bahnhofstr., Judenberg an 356 Tagen / Jahr)
  - Langfristige Entwicklungstendenzen
  - Lagebewertung für Ansiedlungsanfragen / Interessenten
  - Messung Effekte von Veranstaltungen, Wettereinflüsse
- Monitoring als wichtige Entscheidungsgrundlage für Ziel- und Maßnahmendefinition zur weiteren Aufwertung und Belebung der Innenstadt sowie Evaluation

## Netzwerk-/Gremienarbeit / Förderprogramme

- Bayerischer und Deutschen Städtetag: Mitwirken in Arbeitskreisen / bei Erstellung von Positionspapieren Teilnahme am Runden Tisch „Innenstädte beleben“
- Unterstützung von Forderungen / des Bayerischen und Deutschen Städtetags nach staatlichen Förderprogrammen zum Erhalt von Innenstadt und Stadtteilzentren
- Austausch von Best-Practice-Beispielen mit anderen Kommunen
- Regelmäßige Treffen / Austausch / Netzwerktreffen mit Stakeholdern und Vertretern aus der Wirtschaft
- Verstärkte Einbindung des Innenstadtgewerbebeirats (IGB)
- Inhaltliche Unterstützung von Aktions-, Interessen- und Werbegemeinschaften sowie Mitarbeit in Stadtteilarbeitskreisen
- Regelmäßiger Austausch und Netzwerktreffen mit Stakeholdern bzw. Vertretern aus der Wirtschaft
- Aufbau Bedarfsorientierte Standortgemeinschaften – vgl. freiwillige Business Improvement Districts (BIDs) zur zielgerichteten Weiterentwicklung kleinerer Teilbereiche und einzelner Standortlagen

## Netzwerk-/Gremienarbeit / Förderprogramme

- Regelmäßige Prüfung von Fördermöglichkeiten zur Innenstadt-/ Stadtteilentwicklung
- Fortführung finanzielle Förderung und inhaltliche Unterstützung von Aktions-, Interessen- und Standortgemeinschaften in der Innenstadt und in den Stadtteilen
- Regelmäßiges Mitwirken in Arbeitskreisen und bei Erstellung von Positionspapieren und Förderansätzen des bayrischen und deutschen Städtetags
- Kommunaler Zwischenerwerb als mögliches Instrument zur zielgerichteten Weiterentwicklung von strategisch wichtigen Schlüsselimmobilien/Handelsimmobilien und zum Aufzeigen geeigneter Nachnutzungsmöglichkeiten für private Eigentümer

## Aufbruch und Mut statt Krise



Quelle: Ruth Plössel, Stadt Augsburg