

Regensburg „Regensburger Pakt für die Altstadt“

Preisträger 2005 in der Kategorie Stadtgröße ab 100.000 EW

Ausgangssituation

Aufgrund der spürbaren Zahl von Geschäftsleerständen in der historischen Altstadt sowie der deutlichen Zunahme von Gastronomienutzungen und dem damit verbundenen Konfliktpotenzial mit den Anwohnern initiierte die Stadtmarketing-GmbH ein neues Gesamtkonzept.

Gemeinsam mit der Stadt, Verbänden, Wirtschaftsunternehmen, Immobilieneigentümern und der örtlichen Werbegemeinschaft wurde der „Regensburger Pakt für die Altstadt“ entworfen.

Stadt Regensburg
www.regensburg.de

Region: Oberpfalz
Einwohner: 135.520

Projektbeschreibung

Der Pakt ist eine strategische Allianz der wesentlichen Akteure für die Zukunft der Regensburger Altstadt, die gemeinsam

- ▶ ein Leitbild und einen Aktionsplan erarbeiteten,
- ▶ die Umsetzung der Maßnahmen tragen,
- ▶ geschlossen für den Standort werben.

Als Grundlage dient das gemeinsam getragene Leitbild „Altstadt 2020“ sowie der daraus entwickelte Aktionsplan mit klaren Prioritäten. Weitere Ziele des Netzwerkes sind die abgestimmte Lobbyarbeit in Richtung Politik und eine koordinierte Öffentlichkeitsarbeit (Medieninformation, Veranstaltungen, öffentliche Foren etc.).

Einige Umsetzungsbausteine des Paktes für die Altstadt:

- ▶ Leerstandserhebung (laufend) im Rahmen der seit 1996 regelmäßigen Einzelhandelskartierung durch das Amt für Wirtschaftsförderung
- ▶ Datenbank für Leerstandsimmobilien (seit März 2004): Gewerbe-Immobilien-Börse und Erstellung von halbjährlich aktualisierten Objektdatenblättern zu Leerstandsimmobilien
- ▶ Vertrauensbasis schaffen (seit September 2005): Persönliche Gespräche und Befragung der Eigentümer von Einzelhandels- und Leerstandsimmobilien zu ihren Standortperspektiven
- ▶ Standort-Akquise (ab Oktober 2005): Aktive Akquise gewünschter Handelsbetriebe durch gezielte Ansprache und Zusendung des Standort-Exposés (s.o.), um Standortentscheidungen für Regensburg zu beeinflussen
- ▶ Koordination von Veranstaltungen (ab Oktober 2005): Terminliche und ggf. inhaltliche Abstimmung der Aktivitäten und Veranstaltungen in der Altstadt und den Einkaufszentren für 2006



- ▶ „Summer in the City 2006“ (ab November 2005): Bündelung möglichst vieler der von Juni bis August 2006 stattfindenden Veranstaltungen und zentrale Vermarktung unter dem übergreifendem Leitthema „Sommer in der Stadt“
- ▶ Kommunikations-Hotline (November 2005): Einrichtung einer zentralen Telefonnummer und E-Mail-Adresse für alle Fragen und Anregungen zu Einzelhandel und Flächenmanagement in Regensburg
- ▶ 2. Immobilienforum Altstadt (November 2005): Lernen aus „Best Practises“ mit Vorträgen und Erfahrungsberichten für Immobilieneigentümer, Einzelhändler, Politik
- ▶ Relocation-Service für den Handel (2007): Service-Angebot an verlegungswillige Unternehmen in Nebenlagen und der Region, um sie in der Regensburger Innenstadt anzusiedeln
- ▶ Profil- und Clusterbildung in der Altstadt (2007): Räumliche Konzentration bestimmter Sortimente und/oder Dienstleistungen zur Schaffung von „Themenmeilen“ mit sich ergänzenden Angeboten
- ▶ Existenzgründer-Wettbewerb „start retail“ (2006/2007) Bundesweiter Wettbewerb für neue Geschäftsideen im Regensburger Einzelhandel, Prämierung von Businessplänen (Hauptgewinn z.B. ein halbes Jahr freie Miete)



Kosten - Finanzierung

- ▶ Konzepterstellung erfolgte durch die Stadtmarketing GmbH

Wichtigste Effekte

- ▶ Klares Profil für die Altstadt

Fortführung

Die Idee des Paktes und die Inhalte werden permanent gelebt und weiter umgesetzt.

Besonders hervorzuheben:

- Umfassendes Gesamtkonzept
- Langfristig angelegte Strategie und Umsetzungsplan zur Profilierung der Altstadt
- Einbindung aller wesentlichen Akteursgruppen

Kontakt:

Stadtmarketing Regensburg GmbH
Bruderwöhrdstraße 15b
93055 Regensburg
Tel.: 0941 599 88 99
E-Mail: info@stadtmarketing-regensburg.de
www.stadtmarketing-regensburg.de