



<b>Sitzungsvorlage</b>  Federführend: 80 Wirtschaftsförderung  Beteiligt: 4 Referat für Kultur und Welterbe 5 Referat für Klima, Mobilität und Soziales 6 Baureferat 61 Stadtplanungsamt	<b>Vorlage- Nr:</b> <b>VO/2021/4243-80</b>  <b>Status:</b> öffentlich  <b>Aktenzeichen:</b> <b>Datum:</b> 15.04.2021 <b>Referent:</b> Dr. Stefan Goller
<b>Die lebendige Innenstadt der Zukunft</b>	
Beratungsfolge:	
Datum                      Gremium	Zuständigkeit
28.04.2021                Stadtrat der Stadt Bamberg	Entscheidung

## I. Sitzungsvortrag:

### A) Die Bamberger Innenstadt im Überblick

#### A 1) Zahlen, Daten, Fakten

Eine lebendige Innenstadt ist ein wichtiges Merkmal eines erfolgreichen Wirtschaftsstandortes. Um die Bamberger Innenstadt grundsätzlich und in der aktuellen Pandemie-Situation beurteilen zu können, gilt es anhand von Fakten zunächst die aktuelle Situation zu beschreiben. Denn nur so ist es möglich, Strategien für eine zukünftige und nachhaltige Entwicklung der Innenstadt zu entwickeln.

#### Räumliche Abgrenzung der Innenstadt

Die Bamberger Innenstadt umfasst die Fußgängerzone, die daran angrenzenden, teilweise verkehrsberuhigten Straßenzüge sowie das Sandgebiet und die Obere Königstraße/Luitpoldstraße. Im Einzelhandelsentwicklungskonzept von 2015 wird die Innenstadt in den sogenannten Zentralen Versorgungsbereich (ZVB) Innenstadt und in Bereiche mit ergänzender Zentrumsfunktion (Ergänzungsbereiche) unterteilt (siehe Anlage 1).

Der ZVB kann in unterschiedliche Lagekategorien aufgeteilt werden, die insbesondere für Immobilienbesitzer und die Expansionsabteilungen der Handelsunternehmen relevant sind. In Bamberg erstreckt sich die so genannte 1a-Lage von der Hauptwachstraße über den Grünen Markt. Sie ist die Lage, in der die höchsten Mieten erzielt werden und die von Filialisten stark nachgefragt wird. Daran angrenzende Straßenzüge werden als 1b-Lage, weiter entfernte Straßenzüge, die i. d. R. außerhalb des ZVBs liegen, werden als Nebenlagen bezeichnet.

### **Einzelhandelskennzahlen 2020**

Der Bamberger Einzelhandel schneidet im Vergleich zum Bundesdurchschnitt bei Kaufkraft und Zentralität überdurchschnittlich gut ab. Sowohl die einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf (Bamberg: 6937 €; Durchschnitt: 6836 €) als auch der einzelhandelsrelevante Umsatz pro Kopf (Bamberg: 7996 €; Durchschnitt: 5921 €) liegen 2020 über dem bundesdeutschen Durchschnitt.

Besonders hervorzuheben ist die Zentralitätskennziffer, die die Einkaufsattraktivität eines Standortes ausdrückt. Bamberg liegt hier 2020 mit 133,1 weit über dem bundesdeutschen Durchschnitt (= 100) und bestätigt, dass der Bamberger Einzelhandel überdurchschnittlich viele Kund\*innen von außerhalb Bambergs anzieht. Auch der Einzelhandels-Kaufkraftindex (101,5) bestätigt, dass der Bamberger Einzelhandel in der Lage ist, Kaufkraft aus dem Umland abzuziehen (Quelle: MB-Research).

## Personenfrequenzen am Grünen Markt

Grundsätzlich gilt: Je höher das Aufkommen von Passant\*innen ist, desto größer ist die Umsatzchance für den stationären Einzelhandel in Bamberg. Bamberg hat in den vergangenen Jahren beim Einkaufsmeilen-Ranking des Beratungsunternehmens Jones Lang La Salle (JLL) immer hervorragend abgeschnitten (Top-Einkaufsstadt in der Größenordnung bis 100.000 Einwohner). Inzwischen werden die Zahlen von der Hystreet.com GmbH mittels eines Laserscanners am Grünen Markt erfasst. Anhand dieses Scanners kann zukünftig die Entwicklung über einen längeren Zeitraum beobachtet werden. Die Corona-Pandemie hat hier 2020 erwartungsgemäß die Zahlen teils drastisch sinken lassen (vgl. Tabelle 1). Dies liegt nicht zuletzt an den fehlenden Tourist\*innen, die für den Bamberger Einzelhandel und hier insbesondere für die individuellen, inhabergeführten Geschäfte eine große Rolle spielen. Diese Besucher\*innen haben Zeit und Muße zu bummeln und freuen sich über ein Angebot, das sie zu Hause nicht haben.

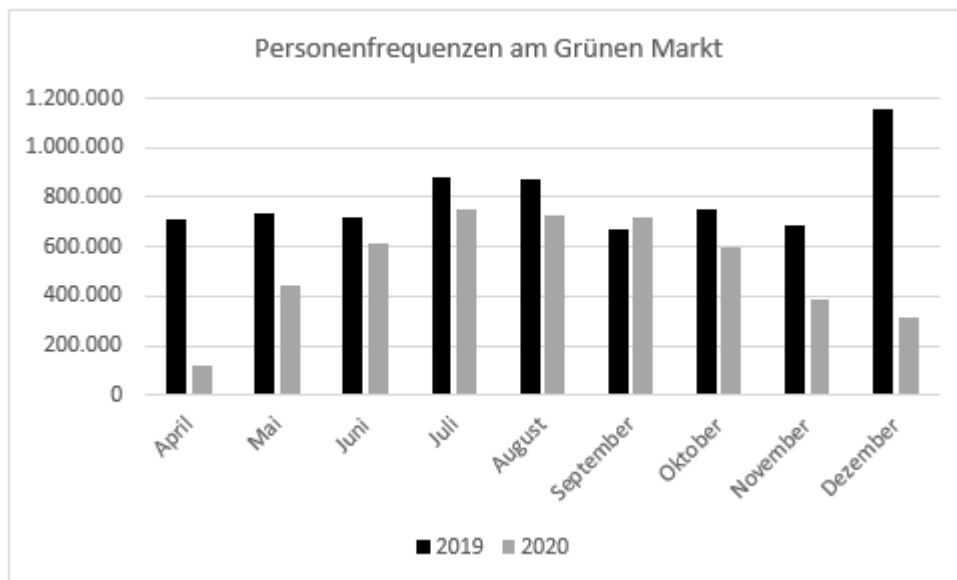


Tabelle 1: Personenfrequenz am Grünen Markt im Jahresvergleich

Quelle: Laserscanner der Hystreet.com GmbH

## Verkaufsflächen und Anzahl der Einzelhandelsbetriebe

Die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (GMA) hat im Herbst 2020 alle Betriebe und Verkaufsflächen in Bamberg erhoben und die neuen Zahlen mit denen aus 2015 verglichen. Dabei wurde festgestellt, dass die Anzahl der Betriebe in der Bamberger Innenstadt um ca. 9 % gesunken ist. Laut GMA ein gesamtdeutsches Phänomen, das sich auch in der Bamberger Einzelhandelslandschaft nachvollziehen lässt. So handelt es sich hier oft um Klein(st)betriebe, die ihre wirtschaftlichen Aktivitäten aufgegeben haben (u. a. aus Altersgründen oder einer nicht geregelten Nachfolge). Auch Nutzungsänderungen (z. B. Änderungen von Handel zu Gastronomie oder Dienstleistungen) sind ein häufiger Grund. Insgesamt ist die Verkaufsflächenentwicklung in der Bamberger Innenstadt stabil. Wegfallende kleinere Verkaufsflächen wurden und werden durch Neuansiedlungen (z. B. Quartier an den Stadtmauern) oder eine bessere Ausnutzung der Ladenfläche in bestehenden Geschäften ersetzt.

## **Komplementärnutzungen in der Innenstadt**

Die GMA hat in ihrer Studie auch die Komplementärnutzungen in der Innenstadt erhoben. Komplementärnutzungen sind alle gewerblichen, kulturellen und sozialen Nutzungen, die nicht dem Einzelhandel zuzuordnen sind. In Bamberg spielt neben dem Einzelhandel (ca. 63 %) die Gastronomie-/Hotelleriebranche mit ca. 20 % eine große Rolle, gefolgt von den Dienstleistungsbetrieben (ca. 14 %). Die restlichen drei Prozent verteilen sich auf das Gesundheitswesen, öffentliche Institutionen und Bildungseinrichtungen sowie das Handwerk. Damit ist die Bamberger Innenstadt deutlich „handelsorientierter“ als die in der GMA-Studie angeführten Vergleichsstädte Regensburg und Landshut. Dort belegen Dienstleistungs-, Gastronomie- und Hotelleriebetriebe bereits 35-45 % der Flächen. In der Bamberger Innenstadt hat der Handel folglich noch eine Leitfunktion. Wie sich die Verhältnisse zukünftig entwickeln werden, hängt nicht zuletzt von den -noch nicht umfassend einschätzbaren- Auswirkungen der Corona-Pandemie ab.

## **Leerstände**

Die Wirtschaftsförderung erhebt regelmäßig die Leerstände in der Innenstadt und recherchiert im Nachgang die Gründe für den Leerstand und mögliche Nachnutzungen. Diese Leerstandserhebungen haben gezeigt, dass es einen gravierenden Unterschied zwischen dem „gefühlten“ und dem tatsächlichen Leerstand gibt. Während oft zu hören ist, dass die „Innenstadt stirbt“ und die „Hälfte der Läden leer steht“, so liegt die Leerstandsquote seit Jahren im einstelligen Bereich. Auch die jüngste Erhebung von Ende März 2021 kommt zu diesem Ergebnis und liegt im ZVB Innenstadt bei 6,4 % (Anzahl der leerstehenden Läden im Verhältnis zu allen Läden). Gemessen an der Gesamtverkaufsfläche liegt der Anteil sogar nur bei 2,6%. Dies zeigt, dass es sich bei den Leerständen vorwiegend um kleine Läden mit geringer Verkaufsfläche handelt. Weitet man das Erhebungsgebiet auf die oben beschriebenen Ergänzungsbereiche auf, liegt die Leerstandsquote bei 6,8 % gemessen an der Anzahl der Läden und 3,4 % gemessen an der Gesamtverkaufsfläche.

Die meisten Leerstände waren bisher eher kurzfristig, d. h. das Geschäft steht zwischen zwei Nutzungen vorübergehend leer (z. B. Bonita in der Hauptwachstraße wird Eyes & More; Babenberg Apotheke + Solarium an der Promenade werden ein Tagescafé). Bei den langfristigen Leerständen sind u. a. folgende Gründe ausschlaggebend:

- Die Fläche/das Gebäude ist renovierungsbedürftig, der Eigentümer/die Eigentümerin ist aber nicht bereit dazu, in Modernisierungsmaßnahmen zu investieren.
- Die Fläche entspricht nicht den Anforderungen hinsichtlich Größe, Ausstattung, Lage oder Mietpreisvorstellung (denkmalgeschützte Objekte ⇔ Anforderungen Filialisten)
- Ein Ladengeschäft wird den Bedürfnissen der Kund\*innen nicht mehr gerecht, weil das Geschäft z. B. nicht ausreichend online sichtbar ist.

Diese langfristigen Leerstände insbesondere in den Randlagen der Innenstadt wurden bereits in vielen Innenstadtkonzepten thematisiert. Im Rahmen von „Leben findet Innenstadt“ wurden auch aus diesem

Grund die IG interesSAND und die IG Aktive Mitte ins Leben gerufen und aus Städtebaufördermitteln co-finanziert. Die IG Aktive Mitte, in deren Vorstand neben der Wifö auch das Straßenverkehrsamt und die Stadtgestaltung vertreten sind, führte von 2014 bis 2018 das Projekt „Kultur im Leerstand“ durch. Im Rahmen dieses Projekts fanden in verschiedenen Leerstandsimmobilien diverse Events mit lokalen Künstler\*innen statt. Ab 2018 gab es von Seiten der Leerstandseigentümer\*innen allerdings kein Interesse mehr an dem Projekt, da die Flächen jederzeit für potenzielle Mieter\*innen zur Verfügung stehen sollten. Die IG Aktive Mitte möchte in 2021 einen neuen Anlauf wagen und hofft auf die Bereitschaft der Leerstandseigentümer\*innen: gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung und dem Kulturreferat soll das Projekt „Kunst im Leerstand“ mit Installationen und Ausstellungen ins Leben gerufen werden. Um solche Projekte jedoch erfolgreich durchzuführen, braucht es mehrere Leerstände, in denen Kultur (Ausstellung, Theater, Musik, etc.) stattfinden kann. Bei einzelnen Leerständen und ohne Rahmenprogramm hat es sich als der effektivste Weg erwiesen, wenn sich die Künstler\*innen mit den Ladeninhaber\*innen direkt in Verbindung setzen, um das Organisatorische (Zutrittsmöglichkeit, Versicherung etc.) zu klären.

Ein Weg, um langfristige Leerstände für den dauerhaften Einzelhandel wieder attraktiv zu machen, sind sogenannte „Pop-Up-Stores“. Hier wird für einen begrenzten Zeitraum eine Ladenfläche zum Beispiel für den Abverkauf von Lagerware oder Saisonartikeln (z. B. Weihnachtsdeko) oder wenn ein neues Ladenkonzept getestet werden soll, angemietet. Bei Interesse an einer konkreten Fläche kontaktiert die Wirtschaftsförderung die jeweiligen Ansprechpartner\*innen zum Objekt und fragt deren Bereitschaft ab, temporär zu vermieten. Sollten im Nachgang der Pandemie vermehrt langfristige Leerstände drohen, würde die Wirtschaftsförderung gezielt an die Eigentümer\*innen herantreten, um passgenaue Maßnahmen zur Bekämpfung der Leerstände zu entwickeln (siehe Punkt C 2) Corona-Maßnahmen 2021).

## **A 2) Faktoren einer attraktiven Innenstadt**

Insgesamt verfügt Bamberg über eine lebendige Innenstadt, die mit einem guten Mix aus inhabergeführten Geschäften und Filialisten mit überregionaler Anziehungskraft, breitem Gastronomieangebot und ergänzenden Dienstleistungen plus Freizeiteinrichtungen (z. B. Museen) punkten kann. Nicht zuletzt die pittoreske Altstadt machen die Bamberger Innenstadt für Einheimische und Besucher\*innen gleichermaßen attraktiv. Dies ist jedoch keine Selbstverständlichkeit. Es ist wichtig, die Entwicklungen in der Innenstadt –insbesondere vor dem Hintergrund der Pandemie – im Auge zu behalten und ggf. kurz- und langfristige Maßnahmen zu ergreifen, die einen Erhalt der Attraktivität unterstützen. Dabei sind insbesondere folgende Faktoren zu berücksichtigen.

### **Branchenmix und Flächengröße**

Die Bamberger Innenstadt verfügt über einen sehr breiten Branchenmix, der auch von der GMA insgesamt als sehr gut beurteilt wird. Dies sollte jedoch vor dem Hintergrund veränderter Konsumgewohnheiten (z. B. Einkaufen im Internet, höhere Ausgaben für Speisen und Getränke in der Gastronomie) sorgfältig beobachtet werden. So haben sich in ehemals alt eingesessenen Geschäfte Gastronomie- oder Dienstleistungsbetriebe niedergelassen (z. B. Franz-Ludwig-Straße 5: Imbiss; Wallensteinpassage: Gastrono-

mie; Barber-Shops in der Langen Straße und Keßlerstraße). Dies muss per se nicht von Nachteil für die Attraktivität einer Innenstadt sein, solange es sich um individuelle und vielseitige Angebote handelt. Der aktuell erhobene Branchenmix der Bamberger Innenstadt sollte daher fortlaufend evaluiert werden, um etwaige negative Entwicklungstendenzen frühzeitig erkennen zu können. Ob und inwieweit bei einer entlang ganzer Straßenzüge drohenden Veränderung von ansässigen Handelsflächen bspw. in austauschbare Systemgastronomie oder überwiegend fast-food-orientierte Gastronomieangebote und vergleichbarer sogenannter ‚Trading-Down‘-Effekte effektiv gegengesteuert werden kann, soll im Rahmen einer Überprüfung der vorhandenen Möglichkeiten der thematisch beteiligten Dienststellen der Stadtverwaltung zusammengestellt werden bzw. anhand von Best-Practice-Beispielen anderer Kommunen eruiert werden. Neben einer einzelhandelsorientierten Standortpolitik und informellen Anreizen der Wirtschaftsförderung, könnten dabei auch formelle - u.a. bauplanungsrechtliche - Instrumentarien in Frage kommen. Eine Möglichkeit könnte dabei die Ergänzung der in der Innenstadt bereits vorhandenen ‚einfachen‘ Bebauungspläne ‚zur Einschränkung städtebaulich bedenklicher Nutzungen (Spielhallen und Vergnügungsstätten)‘ um Regelungen zu Gastronomiekontingenten darstellen, so wie sie bereits an anderer Stelle in der Stadt gelten.

Der Branchenmix sollte auch für junge Menschen attraktiv sein. Laut einer Studie von 2020 des Instituts für Handelsforschung (IFH) in Köln liegt das Durchschnittsalter der Innenstadtbesucher\*innen bundesweit derzeit bei 47 Jahren, da die Altersgruppe der unter 25-Jährigen die Stadtzentren als Einkaufsort oftmals nicht mehr attraktiv finden und eher online unterwegs sind. Bamberg hat hier den Vorteil, dass es zentrumsnah verschiedene Schulen gibt und auch die Universität mit Einrichtungen in der Innenstadt vertreten ist. Auch gibt es verschiedene Läden (z. B. H&M, C&A, Bold, Schwesterherz, Shoo!, Moritz Store, Titus), die eine jüngere Zielgruppe anspricht. Trotzdem könnte das Angebot an jungen, alternativen Geschäften größer sein, um diese Altersgruppe als Kund\*innen nicht zu verlieren. Hier werden bereits potenziell attraktive Unternehmen gezielt auf Leerstände hingewiesen. Gleichwohl ist Bamberg vielen angesagten Filialisten (z. B. ZARA; Primemark; UNIQLO) zu klein. Ferner wird bei Unternehmensbesuchen in der Innenstadt angeregt, neue, junge Marken ins Sortiment aufzunehmen. Hier überwiegt jedoch oft die Furcht vor dem Risiko, auf Ware sitzen zu bleiben.

Bamberg hat – wie andere historische Städte auch – das Problem kleiner und tiefer Ladenflächen mit wenig Schaufensterfront. Denn so „putzig“ wie manche kleine Läden auch wirken mögen, so wichtig ist für den Einzelhandel eine attraktive Warenpräsentation. Bisher war dies insbesondere aufgrund des hohen Personenaufkommens in der Innenstadt und der Vorliebe von Tourist\*innen für diese kleinen Läden kein drängendes Problem. Sollte sich dies jedoch in der Nach-Corona Zeit ändern und die Leerstände in diesen kleinteiligen Läden größer werden, sollte im Einzelfall eine Zusammenlegung von mehreren nebeneinanderliegenden Ladenflächen zu einer größeren geprüft und mit den Eigentümer\*innen geklärt werden.

## **Märkte**

Die Bamberger Märkte sind Frequenzbringer und wichtiger Absatzmarkt für lokale Produkte. Sie dienen der Versorgung der einheimischen Bevölkerung, sind Begegnungsort für die Kund\*innen und tragen wesentlich zur Attraktivität der Innenstadt bei. Den Bamberger Gärtnereibetrieben und Direktvermarkter kommt hierbei eine besondere Rolle zu. Deren Angebot spiegelt die „Gärtnerstadt Bamberg“ wider und verschafft der Innenstadt dadurch einen wichtigen Standortvorteil. Damit die Märkte für Einheimische und Besucher\*innen ein Anziehungspunkt bleiben und ihre Rolle als Standortfaktor für die Bamberger Innenstadt beibehalten, sollte das Marktgeschehen attraktiv und zukunftsfähig aufgestellt sein.

Die Organisation der Bamberger Märkte ist in der aktuellen Marktsatzung geregelt, die insbesondere hinsichtlich der Vergaberichtlinien dringend überarbeitet und an die aktuelle Rechtsprechung angepasst werden muss. Insbesondere vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie und der reduzierten Ansteckungsgefahr im Außenbereich sollte ein erfolgreiches Marktwesen angestrebt werden. Dafür ist ein Märktekonzept notwendig, in dessen Rahmen die aktuelle Marktsatzung überarbeitet als auch ein zeitgemäßes und zukunftssicheres Gesamtkonzept erstellt wird.

Hier wurde seitens der Verwaltung bereits erhebliche Vorarbeit geleistet. Die fehlende Rechtssicherheit der aktuellen Marktsatzung wurde bereits erkannt und ein Märktekonzept (Bestands- und Potenzialanalyse) in Auftrag gegeben. Auf Basis des Konzeptes wird die Verwaltung noch im Jahr 2021 Steckbriefe für die einzelnen Märkte und Kriterien zur Vergabe der Standplätze auf den Märkten erarbeiten. Die Steckbriefe und Kriterien sind Bestandteil der zukünftigen Bamberger Marktsatzung, die dem Bamberger Stadtrat zur Verabschiedung vorgelegt werden soll. Darauf aufbauend gilt es dann ein Konzept zur Umsetzung dieser Marktsatzung zu erarbeiten.

### **Erreichbarkeit und Parken**

Die Bamberger Innenstadt und damit die dort vorhandenen Betriebe müssen für alle Besucher\*innen gut erreichbar sein, damit die Innenstadt auch weiterhin ihre Versorgungsfunktion für das Umland erfüllen kann (siehe Zentralitätskennziffer). Dafür sind u. a. folgende Bedingungen unerlässlich:

- Sichere Führung zu freien Parkhäusern (Digitales Parkleitsystem)
- Ausbau der Abstellmöglichkeiten für Fahrräder
- Schnelle Innenstadt-Anbindung von P & R Plätzen
- Neben dem Bus Bereitstellung weiterer Mobilitätsalternativen (u. a. Mietfahrrad, E-Scooter)
- Transparente Preisgestaltung
- Digitale Buchungs- und Bezahlungsmöglichkeiten
- Ausstattung der Parkplätze (Toiletten, Ladestationen für E-Autos und E-Bikes)

Inwiefern diese Bedingungen bereits erfüllt sind bzw. noch ausgebaut werden müssen, sollte kontinuierlich untersucht werden. Für die Entwicklung eines digitalen Parkleitsystems ist die Mittelbereitstellung durch den Stadtrat notwendig.

## **Erlebnis und Veranstaltungen**

Regelmäßige Veranstaltungen und Events sind beliebtes Mittel, um den Bekanntheitsgrad einer Stadt über die Stadtgrenzen hinaus zu erhöhen. Sie sollen zur Frequenzsteigerung beitragen und das lokale Gewerbe stärken. Gewerbetreibende befürworten vor allem Aktionen während der regulären Ladenöffnungszeiten. Eine Veranstaltung zieht auch Besucher\*innen in die Innenstadt, die diese bereits seit längerem nicht mehr besucht haben. Der Handel kann dann entweder von Spontaneinkäufen am Veranstaltungstag profitieren oder die Besucher\*innen werden zu einem späteren Wiederholungsbesuch animiert.

Bamberg kann hier mit einem reich gefüllten Veranstaltungskalender (z. B. Weihnachtsmarkt, Wochenmärkte, interkulturelle Wochen, Bamberger Literaturfestival, Sandkerwa) punkten, der ebenfalls dazu beiträgt, dass die Bamberger Innenstadt noch so gut funktioniert. Dem Stadtmarketingverein ist es darüber hinaus gelungen, auch Veranstaltungsformate zu etablieren, die Städten in ganz Deutschland als Vorbild dienen (z. B. Blues- & Jazz-Festival, Bamberg zaubert). Umso drastischer sind hier die Auswirkungen von Corona, die alle Veranstaltungen zum Erliegen gebracht haben. Hier werden bereits coronaverträgliche Alternativformate geplant (siehe Punkt C 2) Corona-Maßnahmen 2021), die nicht zu viele aber auch nicht zu wenige Besucher\*innen in die Innenstadt locken sollen, bis das normale Veranstaltungsprogramm wieder starten darf.

## **Aufenthaltsqualität**

Früher kamen die Menschen in die Städte, um sich dort mit den wichtigen Dingen des Lebensalltags zu versorgen. Inzwischen gibt es weitaus mehr Anlässe dafür eine Stadt zu besuchen. Insbesondere nach den pandemiebedingten Lockdowns wollen sich die Menschen treffen, im Café sitzen und bummeln gehen. Die Bamberger Innenstadt strahlt nach wie vor eine große überregionale Anziehungskraft (siehe Zentralitätskennziffer) aus und kann mit ihrer Individualität punkten (z. B. filialisierter und inhabergeführter Einzelhandel nebeneinander, vielfältige Gastronomieangebote, einzigartiges städtebauliches Gefüge).

Die Attraktivität einer Innenstadt korreliert direkt mit deren Aufenthaltsqualität. Diese wird u. a. bestimmt durch den öffentlichen Raum, aber auch durch Gebäude, Begrünung, Kunst und nicht zuletzt durch eine zeitgemäße Stadtmöblierung. Ein Fakt, auf den zuletzt das Einzelhandelsentwicklungskonzept von 2015 hinweist, der aber immer wieder hintenangestellt werden muss, da die finanziellen Mittel nur für das Notwendigste reichen (Aufstellen einzelner Bänke, Abfallhaie). Dazu kommt, dass die öffentlichen Flächen der Bamberger Innenstadt ein knappes Gut darstellen, welches für Rettungswege und Versorgungsleitungen genauso benötigt wird, wie für Märkte, Events, Freischankflächen etc. In diesem komplexen Umfeld kann das Aufstellen von Bänken u. ä. zu einem langwierigen Unterfangen werden, da vielfach Kompromisse geschlossen werden müssen. Die Stadtgestaltung hat sowohl die einheitliche Möblierung des Öffentlichen Raums (z. B. einheitliche Farb- und Materialwahl) als auch andere Attraktivitätsfaktoren –wie z. B. die Beleuchtung – im Blick. Diese Stellschrauben für eine attraktive Innenstadt sollen in einem Qualitätshandbuch zusammengefasst werden, das aktuell im Stadtplanungsamt erarbeitet



wird. Das Qualitätshandbuch orientiert sich dabei am „Qualitätshandbuch Lagarde“, das als Richtschnur unter anderem für die Gestaltung des öffentlichen Raums auf dem Lagarde-Campus dient. Darüber hinaus wird sich der Bau- und Werksrat am 05.05.2021 mit zwei Anträgen der SPD-Fraktion (vom 17.09.2020) und der FW-BuB-FDP-Fraktion (vom 05.10.2020) beschäftigen, in welchen zusätzliche Sitzgelegenheiten, Spielgeräte und Grünflächen für die Innenstadt gefordert werden.

### **Innenstadtkonzept**

Die CSU-ba-Fraktion fordert mit Antrag vom 25.03.2021 die Erstellung eines Innenstadtkonzepts (Anlage 2). Auch die Grüne-Stadtratsfraktion beantragt (30.03.2021) eine nachhaltige zukunftsweisende Weiterentwicklung der Bamberger Innenstadt (Anlage 3).

Die Stadt Bamberg hat in der Vergangenheit einige Konzeptionen zur Innenstadt in Auftrag gegeben, die diverse zukunftsweisende Maßnahmen definiert haben (z. B. Einzelhandelsentwicklungskonzept, Masterplan Innenstadt). Tatsächlich konnten nicht immer alle Handlungsempfehlungen (z. B. Investitionen in Aufenthaltsqualität und Verkehr) in vollem Umfang umgesetzt werden, da damit teilweise hohe Kosten für die Stadt verbunden wären. Angesichts der zusätzlichen Herausforderungen für die Innenstädte durch die aktuelle Corona-Pandemie stellt sich die Frage, wie eine lebendige attraktive Innenstadt erhalten und zukunftsfähig weiterentwickelt werden kann, derzeit noch drängender als schon in der Vergangenheit. Die Erarbeitung einer Zukunftsstrategie für die Innenstadt ist daher aus Sicht der Verwaltung daher eines der vordringlichsten Aufgaben.

Das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie hat kürzlich das Fitnessprogramm „Starke Zentren“ entwickelt. Im Rahmen dieses Programms wird in fünf ausgewählten Modellkommunen die Erstellung kommunaler Maßnahmenstrategien einschließlich der Erarbeitung von Modellprojekten mit je 50.000 Euro pro Kommune unterstützt. Externe Gutachterbüros sowie ein Projektbeirat sollen den teilnehmenden Städten beratend zur Seite stehen. Ziel ist es, Veränderungen der Einzelhandelsstruktur zu erkennen und innenstadtrelevante Themen (Mobilität, Wohnen, Arbeiten, Freizeit, Kultur und Aufenthaltsqualität) aufzugreifen, um die Innenstädte als regionale Begegnungs- und Versorgungsräume zukunftsfähig und krisensicher weiterzuentwickeln. Die Stadt Bamberg beurteilt den multifunktionalen Ansatz des Programms als – vor allem in Pandemiezeiten – sehr hilfreich und hat sich bereits als Modellstadt für dieses Fitnessprogramm beworben.

Dies könnte die Basis für die Entwicklung einer Zukunftsstrategie Innenstadt sein und wäre auch insbesondere deshalb attraktiv, weil eine finanzielle Förderung von Projekten aus diesem Gutachten seitens des Ministeriums in Aussicht gestellt worden sind. Hier könnte auch die Gruppe mit Stakeholdern aus Gewerbetreibenden der Innenstadt, Politik und Verwaltung einbezogen werden, die sich am 7.4.2021 zum ersten Mal getroffen hat, um gezielte Maßnahmen zur Erarbeitung von Öffnungsschritten in Corona-Zeiten sowie generell zur Wiederbelebung der Innenstadt zu entwickeln. Diese Gruppe könnte als Basis für die Entwicklung der Zukunftsstrategie herangezogen und um Interessenvertretungen der Innenstadt wie z.

B. die IGSand, IGActive Mitte, IGLange Straße, Bürgerverein, Eigentumsvertreter\*innen und weitere Projektgruppen erweitert werden.

Sollte die Stadt Bamberg nicht als Modellstadt für das Fitnessprogramm „Starke Zentren“ ausgewählt werden, soll trotzdem ein Prozess zur Entwicklung einer Zukunftsstrategie für die Innenstadt mit o. g. Akteuren gestartet werden. Dieser aufgrund seiner Komplexität langfristig ausgerichtete Prozess ist sorgfältig vorzubereiten und unterliegt einer großen Dynamik, da sich die Rahmenbedingungen (z. B. Finanzkraft der Stadtverwaltung) laufend ändern können.

Auch der Zukunftsrat der Stadt Bamberg hat das Thema bereits aufgegriffen und wird sich im Rahmen seiner nächsten Sitzungen damit beschäftigen, eine Vision für die Innenstadt zu entwickeln, die dann bei den o. g. Interessenvertretungen eingespielt wird.

## **B) Der Maxplatz in Bamberg als Zentrum der Innenstadt – aktuelle Ideen**

Der Bürgerverein Bamberg Mitte e.V. engagiert sich seit Jahren für den Maxplatz. Exemplarisch wird auf die Ausgaben der Stadtteilzeitung „Inselrundschau“ des Bürgervereins Bamberg Mitte e.V. 1/2018 und 2/2018 verwiesen. In Ausgabe 1/2020 der „Inselrundschau“ erschien ein weiterer Bericht zu diesem Thema mit dem Titel „Frisches für den Maxplatz – Gestaltung, Nutzung, Finanzierung und bürgerschaftliche Verankerung“ (Anlage 4).

Im Artikel beschreibt Dr. Ulrich Krackhardt verschiedene Ideen zur Aufwertung des Maximiliansplatzes: Kernelement ist die Errichtung eines Flachbrunnens mit verkleinertem Umriss der ehemaligen Martinskirche in der Platzmitte. Für die Verschönerung der Abgänge zur Tiefgarage werden Holzkonstruktionen auf den Betonwänden vorgeschlagen zur Aufnahme von Beeten im Sinne des Urban Gardening. Für Märkte wie den derzeit dort stattfindenden Bauernmarkt oder künftige Sondermärkte für regionale Spezialitäten wird die Anschaffung von festen Buden mit einheitlichem Erscheinungsbild empfohlen.

Die Finanzierung der Maßnahmen wird über Crowd-Funding im Sinne von Spenden, Mischformen oder einer Bürgerschaftlichen Finanzierung vorgeschlagen.

Mit Antrag vom 02.03.2021 beantragt die CSU-BA- sowie der FW-BuB-FDP-Stadtratsfraktion, dass die Stadt baldmöglichst die Umsetzung der Ideen des Bürgervereins Mitte zur Optimierung des Maxplatzes und dessen Atmosphäre im Sinne eines ganzheitlichen Nutzungskonzepts „gleichermaßen eines „Wohnzimmers der Bürger““ (vgl. Inselrundschau 01/2020) mit den dortigen Finanzierungsvorschlägen konkret prüft (Anlage 5).

Wie im Artikel der „Inselrundschau“ bereits erwähnt, führten die Initiatoren und die Stadtverwaltung bereits vor Corona konstruktive gemeinsame Gespräche, um „rechtliche, finanzielle und praktische Fragen der Umsetzung“ zu klären. Diese Gespräche werden fortgesetzt, sobald die Situation wieder gemeinsame Gespräche mit mehreren Beteiligten in Präsenz erlaubt.

## **C) Die Wirtschaftsförderung in Zeiten von Corona – Schwerpunkt Innenstadt**

### **C 1) Lockdown im März und April 2020**

Mit Ausbruch der Covid-19-Pandemie rief die Bundesregierung Deutschland am 16. März 2020 erstmals einen bundesweiten Lockdown aus, mit dem die Schließung des Einzelhandels und wenig später auch die Schließung der Gastronomie und der meisten Dienstleistungsbetriebe einherging. Lediglich Geschäfte, die lebenswichtige Waren anbieten wie Lebensmittelmärkte, Drogerien und Apotheken, aber auch Banken und Tankstellen blieben geöffnet. Darüber hinaus wurden weitreichende Kontaktbeschränkungen im öffentlichen Leben angeordnet sowie Schulen und Kindergärten geschlossen.

In dieser Zeit beriet die Wirtschaftsförderung über die Hotline zu den Schließungsregelungen, beantwortete Fragen zu den finanziellen Hilfen von Freistaat und Bund oder bearbeitete Anträge zum Bamberger Rettungsschirm. Zusätzlich wurden die Unternehmen über die Internetseite, Facebook und per Mail ständig mit wichtigen, tagesaktuellen Informationen versorgt. Die regelmäßig stattfindenden Sprechtage der Wirtschaftsförderung wurden hinsichtlich Inhalt und Format an die Corona-Thematik angepasst. Der Fördermittelsprechtag im April 2020 befasste sich inhaltlich nahezu ausschließlich mit Finanzierungsfragen.

Die von der Schließung betroffenen Gewerbebetriebe waren teils sehr verunsichert und hatten mit Liquiditätsproblemen und Existenzängsten zu kämpfen. Doch auch in den Gewerbebetrieben, die nicht von der Schließung betroffen waren, wurden die Arbeitsabläufe durch die Kontaktbeschränkungen und Schließung der Betreuungseinrichtungen für Kinder erheblich erschwert. In der Folge schickten viele Betriebe Ihre Mitarbeiter\*innen ins Homeoffice oder legten die Produktion aus Mangel an Alternativen zeitweise komplett still. International tätige Unternehmen kämpften mit den Grenzschließungen und der damit verbundenen Einschränkung des globalen Warenverkehrs, die zum Rückgang der Exporttätigkeit führten.

Mit Maßnahmen wie Homeoffice und Kurzarbeit versuchten die Unternehmen die Auswirkungen des Lockdowns aufzufangen. Insgesamt gingen bei der Agentur für Arbeit im März und April rund 1000 Anzeigen über Kurzarbeit ein. Die Arbeitslosenquote stieg im April 2020 auf 4,4 %. Das ist ein Anstieg um 11,6 % gegenüber März 2020 und ein Anstieg von 3,4 % gegenüber April 2019. Klar ist mittlerweile, dass mit der Kurzarbeit während des ersten Lockdowns v.a. in den Betrieben des Gastgewerbes und der Gastronomie Entlassungen verhindert werden konnten.

### **Bamberger Rettungsschirm**

Die Stadt Bamberg stellte noch vor den ersten finanziellen Hilfen von Bund und Ländern mit dem „Bamberger Rettungsschirm“ insgesamt 1,5 Mio. Euro zur Verfügung, damit betroffene Unternehmen temporäre, durch die Corona-Krise verursachte Liquiditätsgaps überbrücken und so ihr wirtschaftliches Überleben sichern können. Ab dem 19.03.2020 konnte die Überbrückungshilfe in Höhe von maximal 20.000 Euro als zinsloses Darlehen über die Wirtschaftsförderung beantragt werden. Insgesamt gingen bei der Wirtschaftsförderung 144 Anträge mit einer Antragssumme von 2.374.000 € ein. 119 Anträge konnten

bewilligt werden. Der Großteil der Anträge kam aus den Branchen Gastronomie (34 %), Dienstleistung (31 %) und Einzelhandel (24 %). Unter den Dienstleistern befanden sich v.a. Unternehmen der Veranstaltungsbranche, Kosmetikstudios, Friseure und Unternehmensberatungen. Der Bamberger Rettungsschirm wurde komplett ausgeschöpft.

GESAMT	119	Prozent
Beherbergung	4	3%
Dienstleistung	37	31%
Einzelhandel	28	24%
Gastronomie	41	34%
Handwerk	6	5%
Verein	2	2%
Musikerin	1	1%

### 1. Schrittweise Öffnung im Sommer

Ab dem 27. April 2020 wurden die Betriebe unter strengen Hygieneauflagen wieder schrittweise geöffnet:

- Ab 27. April: kleinflächiger Einzelhandel unter 800 qm Verkaufsfläche
- 11. Mai: Öffnung Dienstleistungsbetriebe mit Kundenkontakt und großflächiger Einzelhandel
- Ab 18. Mai: Außenbereich der Gastronomie
- Ab 25. Mai: Innenbereiche der Gastronomie
- Ab 30. Mai: Hotels

Um die Gewerbebetriebe in der schrittweisen Öffnung bestmöglich zu unterstützen, wurden von der Wirtschaftsförderung verschiedene Maßnahmen initiiert:

#### **Kostenfreie Erweiterung der bestehenden Freischankflächen:**

Mit den Öffnungen der Außenbereiche der Gastronomie am 11. Mai 2020, erhielten die Bamberger Gastronomen die Möglichkeit, ihre bisher genehmigten Freischankflächen mittels formloser Anfrage zu erweitern. Ziel war, trotz geltender Abstandsregeln und beschränkter Öffnungszeiten möglichst viele der ursprünglichen Sitzplätze zu erhalten. Voraussetzung für eine Erweiterung war u.a., dass eine bereits genehmigte Freischankfläche existiert und, dass trotz Erweiterung die Rettungs-, Geh- und Radwege freigehalten werden. Der Gastronomen entstanden durch die Erweiterung keine zusätzlichen Kosten.

Die Möglichkeit zur Erweiterung der Freischankflächen fand bei den Gastronomen regen Zuspruch. Insgesamt gingen bei der Wirtschaftsförderung und der Verkehrsbehörde 61 Anfragen ein. 38 Gastronomen konnte eine kostenfreie Erweiterung ihrer Freischankfläche ermöglicht werden. 10 Anfragen wurden abgelehnt oder von Anfragenden zurückgezogen. Die Gründe hierfür waren u.a. das fehlende Einverständnis der Nachbaranlieger oder Platzmangel aufgrund von Rettungs-, Geh oder Radwegen.

Eingegangene Anfragen	61
Bewilligte Anfragen	38
Abgelehnte Anfragen	6
Zurückgezogene Anfragen	4
unverbindliche Erstanfrage / keine weiteren Unterlagen erhalten	13

### **Duldung von Werbetafeln**

Mit der Öffnung der Einzelhandelsbetriebe und der Gastronomie wollten viele der Unternehmen auf die geltenden Hygieneregeln und das eigene Angebot aufmerksam machen. Dafür wurden vor allem Werbeaufsteller (sog. Passantenstopper) genutzt. In der Stadt Bamberg wird das Aufstellen von Werbeaufstellern normalerweise nur in Ausnahmefällen, z. B. Neueröffnungen erlaubt. Ziel war es, hier den Unternehmen während der so wichtigen Sommerphase etwas zu unterstützen und die Werbeaufsteller nach einer Prüfung (Rettungs-, Geh- und Radwege müssten freigehalten werden) erstmal bis zum Jahresende 2020 zu dulden. Die anfallenden Sondernutzungsgebühren wurden erst ab der Duldung erhoben, die Verwaltungskosten wurden erlassen.

Von 22 Anfragen konnten 13 Anfragen geduldet werden. Bei den restlichen neun Anfragen handelte es sich bei drei um unverbindliche Anfragen. Weitere sechs Unternehmen haben freiwillig den Werbeaufsteller wieder abgebaut.

Eingegangene Anfragen	22
davon bewilligte Anfragen	13
davon abgelehnte Anfragen	0
davon abgebaute Werbeaufsteller	6
davon unverbindliche Anfragen	3

### **Sommer der Straßenkunst**

Ab dem 15.07.2020 durften in der Bamberger Innenstadt wieder Straßenkünstler\*innen auftreten. Zusammen mit dem Stadtmarketing wurde die Anzahl der täglichen Straßenkünstler\*innen von drei auf acht unter Einhaltung aller Regelungen erhöht. Ziel war es v.a. Bamberger Künstler\*innen eine Plattform zu bieten die ausgefallenen Feste und Auftritte zu kompensieren. Insgesamt sind von Juli bis Oktober 223 Buchungen von Künstlern bzw. Künstlergruppen beim Stadtmarketing Bamberg eingegangen.

### **Imagekampagne Denk, Handel, Lokal**

Die Werbekampagne „Denk.Handel.Lokal“ des Stadtmarketings Bamberg e.V. ist mit Unterstützung der Wirtschaftsförderung und des Landkreises Bamberg im Juli 2020 gestartet. Ziel war es, die Menschen dazu aufzurufen, regional zu denken und auch vor Ort einzukaufen und lokal zu handeln. Insgesamt wurden fünf verschiedene Plakate erstellt, die auf Plakatwänden u.a. an den Einfahrtsstraßen und in den Geschäften aufgehängt wurden. Daneben wurden die Anzeigen auch regelmäßig im Rathausjournal geschaltet und auf den verschiedenen Social Media-Kanälen der Initiatoren geteilt. Mit einer Pressemeldung

wurde auf den Start der Kampagne aufmerksam gemacht. Für die Weihnachtszeit wurde ein weiteres Plakat mit dem Slogan „Sei ein\*e lokal Schenker\*in“ entworfen und verbreitet. Leider musste ab dem 16. Dezember 2020 der Einzelhandel schließen.

### **Sprechstunde Corona**

Die regelmäßig stattfindenden Sprechstage der Wirtschaftsförderung wurden hinsichtlich Inhalt und Format an die Corona-Thematik angepasst. Darüber hinaus wurde das Angebot um Corona-Sprechstunden zusammen mit der Wirtschaftsförderung des Landkreises erweitert. Die ersten beiden Termine wurden branchenübergreifend für alle Unternehmen zum Thema Finanzierung angeboten. Darauf folgte jeweils ein Termin für die Branche „Gastronomie und Beherbergung“, „Handwerk“ und „Einzelhandel“. Es hat sich jedoch gezeigt, dass es vor allem das Thema Finanzierung war, das die Unternehmen beschäftigt hat. Rund 25 Unternehmen haben dieses Angebot angenommen.

### **Ausbildungsmesse 2020**

Die ursprünglich im Juli geplante Ausbildungsmesse:BA musste aufgrund der Einschränkungen durch die Corona-Pandemie abgesagt werden. Während die Betriebe weiterhin eine hohe Ausbildungsbereitschaft zeigten, fanden die gängigen Instrumente zur Akquise von Auszubildenden, wie beispielsweise Betriebspraktika oder die Berufsorientierung in den Schulen im Jahr 2020 kaum Anwendung. Deshalb wurde die Messe am 24.10.2020 mit knapp 60 Ausstellern unter Einhaltung strenger Hygiene- und Sicherheitsvorschriften, wie Masken- und Abstandspflicht, in der BROSE ARENA nachgeholt. Alle 1.600 Tickets, die im Voraus über ein Portal gebucht werden konnten, waren bereits 6 Tage vor der Messe vergeben. Diese hohe Resonanz zeigt, dass bei den Schülerinnen und Schülern der Wunsch nach dem persönlichen Kontakt zu den Unternehmen sehr groß war. Auch die Unternehmen waren begeistert und zeigten sich in der Ausstellerumfrage sehr zufrieden mit der „Coronavariante“ der Ausbildungsmesse.

## **2. Winterzeit mit Corona:**

Um die Gewerbebetriebe bestmöglich in der anstehenden Winterzeit unterstützen zu können, hatte sich die Stadtverwaltung bereits im September und Oktober mit Maßnahmen für die Wintermonate befasst und diese am 24.10.2020 im Stadtrat beschließen lassen (VO/2020/3506-80). Neben den Planungen des Weihnachtsmarktes sollten unter anderem die Gastronomen mit Heizpilzen und mobilen Überdachungen ihre erweiterten Freischankflächen länger nutzen können. Dafür sollte auch die Freischankflächensaison bis zum 31.03.2021 verlängert werden.

Die erneute Verschärfung der Corona-Einschränkungen (ab 1. November Schließung der Gastronomie, ab 16. Dezember Schließung Einzelhandel und Dienstleistungen) führte allerdings dazu, dass lediglich zwei Maßnahmen für den Einzelhandel umgesetzt werden konnten:

### **Zusätzliche Verkaufstische an den Adventssamstagen**

Einzelhandelsbetriebe konnten auf Anfrage kostenfrei einen zusätzlichen Warenständer bzw. Verkaufstisch an den vier Adventssamstagen aufstellen, um an den besucherstarken Tagen die Verkaufsfläche zu entzerren. Voraussetzung war eine bestehende Sondernutzungserlaubnis und die Prüfung der verkehrrechtlichen Situation vor Ort (analog zu den Freischankflächen). Zehn von elf Anfragen konnte zugestimmt werden.

Allein anhand der Anzahl der Anfragen zeigt sich, dass diese Maßnahme von den Einzelhandelsunternehmen als wenig zielführend angesehen wurde. Oftmals wurde die Frage gestellt, weshalb die sich die Maßnahme auf die Samstage beschränke. Auch hat die Wirtschaftsförderung eine Rückmeldung erhalten, dass diese Maßnahme im Sommer hilfreicher gewesen wäre. Zudem wurde die Maßnahme von einem Händler als zu bürokratisch angesehen. Diesen Vorwurf der „Bürokratie“ hören die Mitarbeiterinnen der Wirtschaftsförderung regelmäßig. Allerdings zeigen die Unternehmen in der Regel Verständnis, sobald ihnen die Hintergründe erklärt werden, z. B. dass der öffentliche Raum vielen Nutzungen dienen muss (Fußgänger\*innen, Radfahrer\*innen, Lieferfahrzeugen) und insbesondere sicherheitsrechtliche Aspekte (Rettungswege, Feuerwehrezufahrten) zwingend einzuhalten sind.

### **Kampagne „Wir schenken lokal“**

Mit der Kampagne „Wir schenken lokal!“ sollte die Vielfalt des Bamberger Einzelhandels aufgezeigt werden und als bessere Alternative zum anonymen Onlinehandel sichtbar gemacht werden. Bamberger\*innen konnten ein Bild vom Weihnachtsgeschenkeinkauf vor dem jeweiligen Ladengeschäft bei der Stadt Bamberg einreichen und gleichzeitig an einer Verlosung von City Schecks teilnehmen. Die Fotos wurden auf der Homepage und den Social-Media-Kanälen der Stadt veröffentlicht. Insgesamt wurden 52 Bilder eingereicht. Die Verlosung der City-Schecks wurde –begleitet von einer Pressemeldung– mit der Öffnung des Einzelhandels Anfang März 2021 durchgeführt.

### **Beurteilung der wirtschaftlichen Situation der Unternehmen und Erkenntnisse aus den Befragungen der Wirtschaftsförderung**

Die Wirtschaftsförderung hat die Bamberger Unternehmen bereits zweimal zu Ihrer Situation in der Corona-Pandemie befragt. Das erste Mal im Sommer 2020 (siehe Internetseite der Wirtschaftsförderung: [www.wirtschaft.bamberg.de](http://www.wirtschaft.bamberg.de)), um eine Einschätzung von den am stärksten betroffenen Branchen zu erhalten und das zweite Mal im Januar 2021 über die groß angelegte Unternehmensbefragung, die die Wirtschaftsförderung alle fünf Jahre durchführt. An letzterer haben sich 538 Unternehmen beteiligt, 405 Teilnehmende haben den Fragenkomplex zum Thema Corona beantwortet. An der Befragung 2020 haben 186 Betriebe teilgenommen.



Zwar können die Befragungen nicht direkt verglichen werden, doch gibt es gemeinsame Tendenzen. So sind es bei beiden Befragungen v. a. die Betriebe aus den Branchen Gastronomie, Einzelhandel, personenbezogene Dienstleistungen & dem Veranstaltungs- bzw. Tourismusbereich, die Umsatzeinbußen bis zu 75 % im Vgl. zum Vorjahr und darüber hinaus zu verzeichnen haben. Es sind auch diese, von den Schließungen am Härtesten betroffenen Branchen, für die die Corona-Pandemie existenzbedrohende Auswirkungen hat.

Aber es gibt auch Corona-Gewinner, die ihren Umsatz in der Corona-Krise sogar steigern konnten. Dazu zählen v.a. Unternehmen, die im Onlinehandel, systemrelevanten Einzelhandel sowie den damit im Zusammenhang stehende Dienstleistungen (z.B. Logistik + Speditionen oder IT-Dienstleistungen) tätig sind.

Erstaunlich war bei beiden Befragungen, dass einige Unternehmen trotz erheblicher Umsatzeinbußen ihre Geschäftslage als positiv bewerten. Dies kann zum einen die Persönlichkeit der Unternehmensinhaber widerspiegeln oder es ist auf die unterschiedliche Ausstattung der Unternehmen mit finanziellen Rücklagen zurückzuführen. Auch die Finanzhilfen haben dazu beigetragen, dass einzelne Unternehmen verhältnismäßig glimpflich durch den ersten Lockdown gekommen sind.

Insgesamt verschlechtern die sich nun seit Monaten hinziehenden wiederholten Schließungsmaßnahmen die finanzielle Situation insbesondere des Einzelhandels und des Gastgewerbes immer weiter. Folglich benötigen insbesondere diese vom Lockdown betroffenen Branchen auch weiterhin die bestmögliche Unterstützung.

## **C 2) Corona-Maßnahmen 2021**

### **a) Sofortaktionen Gastgewerbe und Einzelhandel**

Einzelhandel (außer Lebensmittel) und Gastgewerbe sind die vom nun bereits seit Monaten andauernden Lockdown am stärksten betroffenen Unternehmen. Weder „to Go“ noch Lieferservices oder „Click&Collect“ Angebote können die dramatischen Umsatzverluste wettmachen.

Aufgrund der bereits erfolgten bzw. unmittelbar anstehenden Öffnungen hat die Wirtschaftsförderung bereits im März Maßnahmen in Gang gesetzt, die insbesondere Einzelhandel und Gastgewerbe dabei unterstützen sollen, mit erlaubter Öffnung finanziell wieder Fuß zu fassen. Die mit den Maßnahmen verbundenen Erleichterungen für die Unternehmen sollen dabei mit den zwei klassischen Mitteln Kosteneinsparung und Umsatzsteigerung erreicht werden. Folgende Maßnahmen hat der Stadtrat am 24.3.2021 (VO/2021/4053-R3) beschlossen:

- Erweiterung der Sondernutzungsflächen bis 31.12.2021
- Senkung der Gebühren für Sondernutzungsflächen in 2021
- Einzelfallprüfung Ersatzflächen für Gastronomie und Einzelhandel
- Einzelfallprüfung Stundung städtischer Gewerbeimmobilien

- Gutscheine für den lokalen Einzelhandel und die Gastronomie
- Heizgeräte im gastronomischen Außenbereich
- Verlängerung Rückzahlungsfrist der Darlehen aus dem Bamberger Rettungsschirm

Die FW-BuB-FDP-Fraktion hat per Mail am 31.3.2021 darum gebeten, nochmals auf folgende Maßnahmen aus ihrem Antrag vom 18.02.2021 (Stärkung des Einzelhandels und Belebung, Anlage 6) einzugehen:

### **Entdeckermarkt – Sonderverkaufsflächen für den Einzelhandel**

Zusätzliche Verkaufsflächen für den Einzelhandel wurden bereits im Finanzsenat am 23.03.2021 thematisiert (siehe VO/2021/4053-R3). Diese Verkaufsflächen können verwaltungsrechtlich nicht als Markt organisiert werden, sondern als „Informations-/ Präsentationsveranstaltung“ mit weiteren Aktionen neben dem reinen Verkauf. Eine solche Maßnahme ist also erst dann möglich, wenn Veranstaltungen im Jahr 2021 wieder stattfinden können. Vorbereitend wird diese Idee nochmals mit dem Einzelhandel besprochen, da für eine erfolgreiche Veranstaltung ausreichend Händler\*innen teilnehmen müssen.

### **Pop-Up-Stores in einer Mietfläche der Stadt**

Die Wirtschaftsförderung erhält immer wieder Anfragen nach leerstehenden Einzelhandelsimmobilien für sogenannte Pop-Up-Stores. Hier wird für einen begrenzten Zeitraum eine Ladenfläche zum Beispiel für den Abverkauf von Lagerware oder Saisonartikeln (z. B. Weihnachtsdeko) oder wenn ein neues Ladenkonzept getestet werden soll, angemietet. Die Wirtschaftsförderung weißt dann auf leerstehende Objekte hin und kontaktiert bei Interesse an einer konkreten Fläche die jeweiligen Ansprechpartner\*innen und fragt deren Bereitschaft ab, temporär zu vermieten. Das Bürgerlabor steht aufgrund verschiedener Nutzungen durch Verwaltung dafür nicht zur Verfügung, die Ladenfläche nebenan kann aufgrund baulicher Mängel nicht genutzt werden.

Neben den bereits im Finanzsenat beschlossenen Maßnahmen befinden sich zusätzlich folgende Maßnahmen in der Umsetzung:

### **Kampagne: „Wir bleiben lokal!“**

Mit der Kampagne „Wir bleiben lokal!“ erhalten die Bamberger Einzelhändler\*innen und Gastronom\*innen die Möglichkeit ihr Geschäft im Rahmen einer Social-Media Kampagne vorzustellen, um den Bamberger Bürger\*innen das vielfältige Bamberger Einzelhandels- und Gastronomieangebot aufzuzeigen. Damit werden die Personen in den Vordergrund gestellt, die hinter dem Namen eines Ladens oder Cafés stehen und sich tagtäglich für das abwechslungsreiche kulinarische und Einkaufsangebot einsetzen. Die Kampagne soll starten, sobald eine dauerhafte Öffnungsperspektive für Gastronomie und Einzelhandel besteht.

## **Bewerbung als Modellregion**

In ganz Bayern wird aktuell das sogenannte „Tübinger Modell“ diskutiert. Eine Vielzahl von Kommunen hat sich bei der bayerischen Staatsregierung als Modellregion beworben, so auch die Stadt Bamberg. Dabei soll nicht einfach das Tübinger Modell kopiert werden, sondern ein maßgeschneidertes und intelligentes Konzept realisiert werden, das Öffnungen ermöglicht, ohne das Infektionsgeschehen negativ zu beeinflussen. Wesentliche Voraussetzung für dieses Modell ist eine umfangreiche Schnellteststrategie, die es ermöglicht, dass alle Personen, die Einrichtungen in der Stadt Bamberg besuchen möchten, einen tagesaktuellen, negativen Schnelltest nachweisen können. Die hierfür notwendige Infrastruktur wird in Zusammenarbeit mit der Sozialstiftung Bamberg und der HTK GmbH mit dezentralen, über das Stadtgebiet verteilten, Teststationen aufgebaut. Dies wird durch eine digitale Lösung zur Terminvereinbarung und Übermittlung von Testergebnissen mittels QR-Code unterstützt, die von einem Bamberger Unternehmen entwickelt wurde. Damit ist die Stadt bestens für die neue Öffnungsstrategie des bayerischen Staates bestens gerüstet.

## **Arbeitsgruppe „Bamberger Modell“**

Zusammen mit dem Stadtmarketing Bamberg e.V. wurde eine Arbeitsgruppe „Bamberger Modell“ einberufen, die sich am 7. April 2021 zum ersten Mal getroffen hat. In dieser Arbeitsgruppe sind das Stadtmarketing, das Wirtschaftsreferat, Einzelhandel und Gastgewerbe vertreten. Bei Bedarf kann und wird diese Arbeitsgruppe entsprechend erweitert werden. Ziel dieser Arbeitsgruppe ist es, Maßnahmen zu entwickeln, die eine pandemiekonforme Öffnungsstrategie ermöglichen sollen. Diese Arbeitsgruppe soll perspektivisch aufrecht erhalten werden, da sie ein gutes Instrument zur Beteiligung der Akteure der Innenstadt darstellt.

## **Unterstützungsangebote des Tourismus & Kongress Service**

Die Tourismusbranche gehört zu den am stärksten von der Corona-Pandemie betroffenen Branchen. Im Frühjahr 2020 wurde das Reisen mit als erstes verboten und alle entsprechenden Betriebe geschlossen, und auch im Jahr 2021 wird das Reisen wohl zu den letzten Bereichen des öffentlichen Lebens gehören, die wieder frei agieren können. Die Übernachtungszahlen sanken von 753.220 Übernachtungen im Jahr 2019 auf 441.424 Übernachtungen im Jahr 2020, ein Minus von 41,4 Prozent, bei Führungsanbietern und im Gruppengeschäft gehen die Verluste bis zu -90 %. Zur Unterstützung des lokalen Tourismus senkt der Bamberger Tourismus & Kongress Service im Jahr 2021 die Beteiligungskosten für Erlebnisangebote auf die Hälfte, ebenso bei den meisten Einträgen in gedruckten Broschüren. Basiseinträge auf der Webseite bamberg.info sind für Restaurants, Brauereien, Bierkeller und Cafés sowie für den Einzelhandel, Kultureinrichtungen und Museen 2021 kostenlos. Zahlungsziele für Rechnungen werden, wenn gewünscht, auf das Jahresende geschoben. Mit gezielten Marketingmaßnahmen (u.a. #wirsindBamberg) wird Aufmerksamkeit und somit Nachfrage generiert, zusätzliche Investitionen in das digitale Buchungssystem optimieren den Vertrieb für alle beteiligten Partner. Aktuell sind unter [www.bamberg.info](http://www.bamberg.info) 49 Gastronomiebetriebe, 11 Brauereigaststätten, 37 Einzelhandelsgeschäfte und 31 Hotels aus der Stadt gelistet, hinzu kommen die Betriebe aus dem Bamberger Land. Damit trägt auch der TKS zu einer Unterstützung des Einzelhandels und Gastgewerbes aber auch der Kultureinrichtungen bei.

## **b) Unterstützungsangebote auf dem Weg in die Digitalisierung**

Über die Sofortaktionen hinaus gilt es langfristige Maßnahmen zu entwickeln, die insbesondere den inhabergeführten Einzelhandel auf dem Weg zur Digitalisierung unterstützen sollen. So hat die Corona-Pandemie den digitalen Wandel massiv beschleunigt und auch den Trend zum Einkaufen via Internet verstärkt. Der stationäre, inhabergeführte Einzelhandel muss neben seinem Ladengeschäft den Kund\*innen auch digitale Angebote bieten, um auch in der Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben.

Auch seitens der Fraktionen liegen hierzu Anträge vor:

1. Antrag der FW-BuB-FDP-Fraktion vom 18.02.2021 (Stärkung des Einzelhandels und Belebung (Anlage 6))
2. Antrag der Grünen-Fraktion vom 24.03.2021 (Aufbau einer konkurrenzfähigen, lokalen E-Commerce-Plattform) mit Ergänzungsmail vom 16.4.2021 (Anlage 7)

### **Veranstaltungen und Beratungsangebote**

Bereits seit einigen Jahren bietet die Wirtschaftsförderung gemeinsam mit der Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim und dem Stadtmarketing Bamberg e. V. unter dem Titel „Offensive Einzelhandel“ kostenfreie Veranstaltungen an, die den stationären Einzelhandel bei der Bewältigung der zahlreichen Herausforderung (Digitalisierung, Online-Konkurrenz, veränderte Kundenwünsche etc.) unterstützen. Auch für 2021 wurde wieder ein attraktives Seminarangebot erstellt, z. B. zu den Themen Online-Marketing und Online-Verkaufen für stationäre Händler oder zu Verkaufsgesprächen und Reklamationsmanagement. Die Veranstaltungen werden im Juli 2021 starten.

Um auch Impulse aus der StartUp Szene mit einzubringen wird darüber hinaus bereits im Mai gemeinsam mit Lagarde1 eine Workshopreihe für den Einzelhandel gestartet. Das Ziel ist es auch hier, Einzelhändler\*innen über die Möglichkeiten des E-Commerce zu informieren und sie bei der Entscheidung für ihren eigenen digitalen Weg zu unterstützen.

Die Erfahrungen der Vergangenheit hat gezeigt, dass es wichtig ist, den Unternehmen ein Veranstaltungsangebot vor Ort zu unterbreiten. Denn es gibt seit Jahren ein umfangreiches Veranstaltungs- und Weiterbildungsangebot überregionaler Institutionen zu diesen Themen wie z. B. die kostenfreien Angebote des „Kompetenzzentrums Handel“ oder der „Rid-Stiftung“. Neu ist die Initiative des Bayerischen Wirtschaftsministeriums „Bayern hilft Händlern“. Diese Angebote umfassen Workshops, Seminare, persönliche Unternehmenssprechstunden mit Expert\*innen des Kompetenzzentrums, Checklisten (z. B. Fitness-Check Online-Shop), Podcasts und vieles mehr. Im Digitalmobil Handel werden darüber hinaus digitale Technologien für den Verkaufsraum zum Anschauen und Ausprobieren angeboten. Die Wirtschaftsförderung hat in der Vergangenheit immer wieder solche Angebote nach Bamberg geholt und plant für dieses Jahr das Digitalmobil in Bamberg vorfahren zu lassen.

## **Förderprogramm „Digitalcoaches für den Bamberger Einzelhandel“**

Kleine, inhabergeführte Geschäfte können sich die Einrichtung eines Online-Shops oftmals finanziell und personell nicht leisten bzw. besitzen nicht das notwendige Know-How. Die Wirtschaftsförderung hat daher zusammen mit Lagarde I eine Projektskizze „Digitalcoaches“ erarbeitet, die als Vorschlag beim Förderprogramm „Digitale Einkaufsstadt Bayern 2021“ des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie eingereicht werden soll. Der Vorschlag sieht vor, inhabergeführte, stationäre Geschäfte schrittweise bei der Umsetzung ihres digitalen Weges zu unterstützen und zu begleiten. In der Praxis würde das so aussehen, dass sogenannte Digitalcoaches (dies sind qualifizierte und akkreditierte Spezialisten) die teilnehmenden Händler\*innen zu individuellen E-Commerce-Lösungen (z. B. eigener Online-Shop oder Verkauf über Plattformen wie amazon oder eBay etc.) beraten und bei der Antragstellung für bestehende Förderprogramme zur Digitalisierung unterstützen. Über diese Programme können i. d. R. auch Anschaffungskosten für speziell Hard- und Software gefördert werden.

Sollte die Bewerbung der Stadt Bamberg über das Programm Digitale Einkaufsstadt Bayern 2021 nicht erfolgreich sein, ist geplant, mit der Idee zur Einrichtung von „Digitalcoaches“ direkt an Wirtschaftsminister Aiwanger heranzutreten und Bamberg als Modellstadt zu empfehlen.

## **Aufbau einer E-Commerce-Plattform prüfen**

Die Corona-Pandemie hat dem Onlinehandel weiterhin Vorschub geleistet. Inhabergeführte Geschäfte sind mit dem Aufbau eines eigenen Onlineshops oftmals überfordert. Hier können regionale E-Commerce Plattformen eine Lösung sein, die als ein digitales Schaufenster der Region fungieren und es auch kleineren, inhabergeführten Geschäften möglich machen, ihre Ware online zu verkaufen. Es gibt verschiedene Anbieter von regionalen Plattformen wie z. B. atalanda oder LOCAMO, die hinter kommunalen Online-marktplätzen wie z. B. „inregensburg.de“ stehen. In Bamberg hat eine hiesige Agentur versucht mit der Plattform baloca ein solches Angebot zu schaffen, das jedoch vom Bamberger Handel nicht so angenommen wird, wie es sich die Agentur vorgestellt hat. Ein Problem dieser Plattformen ist die Bekanntheit und die Reichweite. Genau hier setzen Anbieter großer Plattformen wie ebay an, die gerade dabei sind, mit eigenen Produkten für Kommunen („eBay city 2.0“) lokalen, stationären Händlern die Möglichkeit zu geben, das System ebay für sich zu nutzen.

Wie eine Lösung für Bamberg aussehen kann, wird sich noch zeigen. Hier müssen noch Gespräche mit verschiedenen Anbietern als auch dem Bamberger Einzelhandel geführt werden. Schließlich sind es die Händler\*innen, die eine solche Plattform über monatliche Beiträge finanzieren. Eine Finanzierung über das Programm SmartCity - wie von den Fraktionen beantragt - ist nicht möglich, da dies den Fördervorgaben des Programms widerspricht. Über das Ergebnis der Gespräche in Sachen Online-Plattform und die weitere Entwicklung wird wieder berichtet.

### c) **Umgang mit möglichen Leerständen nach Corona**

Noch ist es nicht absehbar, ob die Corona-Krise zu einem sprunghaften Anstieg von Leerständen in der Innenstadt führen wird. Wie bereits geschildert, war Bamberg bezüglich Leerständen bisher verwöhnt. Trotzdem mussten -insbesondere in Randlagen- auch schon früher Maßnahmen ergriffen werden, um Leerständen entgegenzuwirken. Sollte es also tatsächlich zu einem verstärkten Leerstand auch in attraktiven Innenstadtlagen kommen, würde die Wirtschaftsförderung einen Strategieprozess starten, zu dessen Beginn sie sich mit den Eigentümer\*innen zusammensetzen und konkrete Maßnahmen diskutieren würde. Diese könnten sein:

- Anpassung der Mieten
- Gezielte Akquise bei Handelsunternehmen
- Workshops zur Selbständigkeit im Einzelhandel
- Pop-Up Stores
- Kulturelle Nutzungen
- Alternative Nutzungskonzepte

In den nächsten Schritten würden weitere Stakeholder (z. B. Handelsverband) mit einbezogen und ein aktives Leerstandsmanagement als Teil eines zukunftsorientierten Innenstadtkonzeptes auf den Weg gebracht werden.

### d) **Aktionen zur Erhöhung der Personenfrequenz in der Innenstadt**

In den Zeiten der Corona-Pandemie hat sich die Personenfrequenz in der Innenstadt drastisch verringert und damit auch die Zahl potentieller Kund\*innen. Die Situation ist zwar aus infektiologischer Sicht nachvollziehbar und gewollt, jedoch für die betroffenen Gewerbetreibenden in der Innenstadt eine anhaltende Belastung. Ziel wird daher sein, die Personenfrequenz durch geeignete Begleitmaßnahmen wieder zu steigern - sobald die allg. Pandemielage und die Infektionsschutzmaßnahmen Öffnungsschritte wieder zulassen!

In Abstimmung mit dem Kulturreferat und dem Stadtmarketing sind dabei u.a. folgende Maßnahmen geplant:

#### **Bamberger Kultursommer – „Förderprogramm“ für Kulturschaffende**

Aufgrund der anhaltend schwierigen Corona-Situation und der damit verbundenen Einschränkungen für Kulturschaffende befinden sich viele freie Träger und Kunstschaffende in einer finanziell schwierigen Situation bzw. sind in ihrer Existenz bedroht. Die Kulturverwaltung will hier mit den Planungen eines „Kultursommers“ und einem vielfältigen, pandemieverträglichen Angebot regionaler Künstler\*innen diesen Entwicklungen entgegentreten. Folgende Projekte sind in der Vorbereitung:

- Offene Bühne auf dem Maxplatz: Dort sollen regelmäßig kleinere Auftritte stattfinden. Die Bamberger Symphoniker – Bayerische Staatsphilharmonie sowie das ETA Hoffmann Theater und eine Vielzahl von Freien Kulturgruppen haben bereits ihre Unterstützung zugesagt.

- Kleinere dezentrale Kulturveranstaltungen im Hain oder auf der Erbinsel; zudem sind Orte wie der Troppauplatz oder im Gärtnerviertel denkbar. Dafür soll es ein vereinfachtes Genehmigungsverfahren geben.
- Nachsommer an der Erbaspitze (vorbehaltlich der finalen Finanzierung und der Zusage aller Fördermittelgeber), der letztes Jahr ein großer Erfolg war

Besonders wertvoll sind in diesem Zusammenhang die im Haushalt beschlossenen Unterstützungsfonds. Vor allem der „Unterstützungsfonds II – Zusammenhalt in der Stadt“ wird von der Kulturbranche und den Kunstschaaffenden stark nachgefragt. Vorbehaltlich der Zustimmung durch die Fachsenate und den Stadtrat werden die Fonds zur Belebung der Szene dienen.

### **Sommer der Straßenkunst**

Wie im letzten Jahr, soll auch 2021 ein „Sommer der Straßenkunst“ stattfinden, d. h. Straßenkünstler\*innen können an vorgegebenen Orten in der Stadt von Montag bis Samstag in der Zeit von 9 Uhr – 19 Uhr auftreten. Für die Künstler\*innen fallen dabei keine Gebühren an (siehe Anlage 8, Antrag der SPD-Stadtratsfraktion vom 02.03.2021). Die Organisation obliegt dem Stadtmarketing und der Wirtschaftsförderung, wird jedoch als Teil des Bamberger Kultursommers mitbeworben.

### **e) Sonstige Aktionen**

#### **Ausbildungsmesse 2021**

Nach dem positiven Feedback der Aussteller des vergangenen Jahres, war für den 3. Juli 2021 die Ausbildungsmesse:BA mit einem entsprechenden Hygienekonzept wieder als Präsenzmesse in der BROSE ARENA geplant. Da die BROSE ARENA weiterhin für das Impfzentrum benötigt wird, kann die Messe am 3. Juli 2021 nicht als Präsenzveranstaltung stattfinden. Das Organisationsteam um die Bamberg Congress & Event GmbH und die Wirtschaftsförderungen von Stadt und Landkreis Bamberg arbeitet an Lösungsvorschlägen: Diese umfassen die Verlegung der Messe in den Herbst oder die Durchführung einer virtuellen Messe.

## Fazit

Die Bamberger Innenstadt funktioniert und hat die besten Voraussetzungen dafür, dass dies auch zukünftig so bleibt. Dies ist allerdings kein Selbstläufer. Vielmehr gilt es sich laufend mit den aktuellen Entwicklungen auseinanderzusetzen und Lösungen und Wege zu finden, die Attraktivität dieses schönen und einmaligen Stadtensembles lebendig zu halten. Insbesondere die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Bamberger Betriebe in der Innenstadt müssen ernst genommen und sorgfältig analysiert werden. Die Wirtschaftsförderung befürchtet hier Betriebsaufgaben, die schmerzlich auffallen werden. Bereits jetzt versucht die Stadtverwaltung im Rahmen ihrer Möglichkeiten –wie letztes Jahr auch- Maßnahmen auf den Weg zu bringen, die helfen sollen, die Auswirkungen dieser noch nie dagewesenen Krise zumindest abzumildern.

Trotzdem wird die zukünftige Entwicklung der Innenstadt von der Stadtverwaltung positiv eingeschätzt. Zu diesem Schluss kommt auch die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (GMA) im interkommunalen Entwicklungskonzept zur Besonderen Arbeitsgemeinschaft Bamberg, Bischberg, Hirschaid und Hallstadt (ARGE B<sup>2</sup>H<sup>2</sup>):

*„Die Altstadt von Bamberg ist schon heute nicht nur das historische Zentrum, sondern auch Mittelpunkt des gesellschaftlichen Lebens. Hier treffen sich Bamberger und Touristen aus aller Welt, man kauft ein und verbringt Zeit. Im Gegensatz zu den meist standardisierten Warenangeboten von Ketten und Systemgastronomie der Einkaufszentren und Fachmarktstandorte punktet die Altstadt durch Tradition, Individualität, Innovation und Vielfalt; in ihrem historischen Ambiente wird zugleich Zukunft gemacht.*

*Die Bamberger Innenstadt zeichnet sich durch einen breiten Nutzungsmix aus Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung; die Leerstandsquote ist vergleichsweise gering. Als attraktiver Einkaufsstandort profiliert sich die Innenstadt vor allem durch ihr attraktives städtebauliches Ambiente, das zum Verweilen und Bummeln einlädt. Auffällig – auch im Vergleich zu ähnlichen Städten – ist der hohe Einzelhandelsanteil an der gesamten Nutzungsstruktur. Vor allem individuelle, kleinteilige und inhabergeführte Angebotsformate heben die Bamberger Altstadt von anderen deutschen Einkaufsinnenstädten ab. Selbst im Zuge der sich noch immer vollziehenden Corona-Pandemie zeigen sich die historisch geprägten Viertel als stabile Geschäftslage.“*

Dies ist allerdings kein Freibrief dafür, sich nicht bereits jetzt mit der Zukunft der Innenstadt auseinanderzusetzen. Wir leben in einem digitalen Zeitalter, dessen Auswirkungen wir in seinem vollen Umfang noch nicht abschätzen können. Folglich müssen wir bereits jetzt unter Einbezug der verschiedensten Interessengruppe einen Prozess starten, damit Bamberg das bleibt was es ist: Eine lebenswürdige und lebenswerte Stadt mit einem lebhaften öffentlichen Raum.



## II. Beschlussvorschlag:

1. Der Vortrag der Verwaltung dient zur Kenntnis.
2. Die Verwaltung wird beauftragt die Entwicklung des innerstädtischen Einzelhandels fortlaufend zu evaluieren, geeignete Maßnahmen zur Erhaltung des vorhandenen Branchenmix zu überprüfen und zu gegebener Zeit wieder im Stadtrat zu berichten.
3. Die Stadtverwaltung wird beauftragt einen Prozess zur zukünftigen Ausrichtung der Innenstadt („Bamberg Mitte 2030“) unter Beteiligung aller maßgeblichen Akteure anzustoßen und regelmäßig darüber zu berichten.
4. Die Verwaltung wird beauftragt zusammen mit der neuen Marktsatzung ein Konzept zu deren Umsetzung vorzulegen.
5. Die Stadtverwaltung wird beauftragt, die obenstehenden Anforderungen für die Erreichbarkeit der Innenstadt kontinuierlich weiterzuentwickeln.
6. Die Verwaltung wird beauftragt, die Entwicklung eines digitalen Parkleitsystems in die Haushaltsberatungen einzubringen.
7. Die Verwaltung wird beauftragt, die vorgestellten Unterstützungsangebote für den Einzelhandel in Form von Veranstaltungen und Beratungsangeboten zur Digitalisierung, dem Einsatz von Digitalcoaches und dem Aufbau einer E-Commerce-Plattform weiter voran zu treiben und hierüber erneut zu berichten.
8. Mit diesem Sitzungsvortrag werden folgende Anträge geschäftsordnungsmäßig behandelt:
  - a. Antrag der CSU-ba-Stadtratsfraktion vom 25.03.2021 „Antrag neues Konzept Innenstadt“
  - b. Antrag 5 des Antragspakets der Stadtratsfraktion Grünes Bamberg vom 30. März 2021 „Innenstadt der Zukunft“
  - c. Der Antrag der FW-BuB- FDP- Stadtratsfraktion vom 18.02.2021 „Antragspaket: Stärkung des Einzelhandels und Belebung der Innenstadt“ (hier bezüglich Digitalpaten, Förderprogramm Online-Shops, Entdeckermarkt und Pop-Up-Stores)

- d. Der Antrag der SPD-Stadtratsfraktion vom 02.03.2021 „Antrag auf kostenfreie Genehmigung von Außenflächen für Gastronomie und Handel“ (hier hinsichtlich Gebühren für Straßenkünstler aussetzen“)
- e. Antrag der Stadtratsfraktion Grünes Bamberg vom 24.03.2021 „Antrag zum Aufbau einer konkurrenzfähigen, lokalen E-Commerce-Plattform“
- f. Antrag der CSU-ba Fraktion zusammen mit der FW-BuB-FDP-Fraktion vom 02.03.2021 „Antrag Maxplatz – Ideen aus der Inselrundschau“

### III. Finanzielle Auswirkungen:

Der unter II. empfohlene Beschlussantrag verursacht

<b>X</b>	<b>1.</b>	keine Kosten
	<b>2.</b>	Kosten in Höhe von für die Deckung im laufenden Haushaltsjahr bzw. im geltenden Finanzplan gegeben ist
	<b>3.</b>	Kosten in Höhe von für die keine Deckung im Haushalt gegeben ist. Im Rahmen der vom Antrag stellenden Amt/Referat zu bewirtschaftenden Mittel wird folgender Deckungsvorschlag gemacht:
	<b>4.</b>	Kosten in künftigen Haushaltsjahren: Personalkosten: Sachkosten:

Falls Alternative 3. und/oder 4. vorliegt:

In das **Finanzreferat** zur Stellungnahme.

Stellungnahme des **Finanzreferates**:

#### Anlage/n:

Anlage 1: ZVB Innenstadt

Anlage 2: Antrag CSU\_BA 25.03.2021 Neues Konzept Innenstadt

Anlage 3: Antrag Grünes Bamberg 30.03.2021 Innenstadt der Zukunft

Anlage 4 Beitrag Inselrundschau 01\_2020

Anlage 5: Antrag SU\_BA 02.03.2021 Maxplatz

Anlage 6: Antrag FW-BuB-FDP 18.02.2021 Stärkung Einzelhandel

Anlage 7: Antrag Grünes Bamberg 24.03.2021 E-Commerce-Plattform inkl. Ergänzungsmail

Anlage 8: Antrag SPD 02.03.2021 Nutzung Außenflächen

**Verteiler:**

<b>Referat 1 / Oberbürgermeister</b>	<b>z. K.</b>
<b>Referat 2</b>	<b>z. K.</b>
<b>Referat 4</b>	<b>z. K. u. w. V.</b>
<b>Referat 5</b>	<b>z. K. u. w. V.</b>
<b>Referat 6</b>	<b>z. K.</b>
<b>Amt 30</b>	<b>z. K. u. w. V.</b>
<b>Amt 31</b>	<b>z. K. u. w. V.</b>
<b>Amt 61</b>	<b>z. K. u. w. V.</b>