

Verfasser:  
Amt für Tourismus und Stadtmarketing, Andreas Senghas, Patricia della  
Monica, Katja Böhmer

Stand: 08.02.2022

Az.

Beteiligung:  
Amt für Bildung, Soziales und Sport  
Baudezernat  
Kulturamt  
Ordnungsamt  
Ravensburger Verkehrs- und Versorgungsbetriebe  
Stadtkämmerei  
Wirtschaftsforum Pro Ravensburg

Gemeinderat	21.02.2022	öffentlich
-------------	------------	------------

## "Zukunft ALTSTADT - Aufbruch für Alle"

### Beschlussvorschlag:

1) Dem vorgestellten Prozess "Zukunft ALTSTADT – Aufbruch für Alle" und der Umsetzung der daraus abgeleiteten Maßnahmen zur Unterstützung des Einzelhandels, der Gastronomie und Hotellerie, von Kultureinrichtungen, Dienstleistungsbetriebe etc. wird zugestimmt.

Den hiermit verbundenen überplanmäßigen Mehrausgaben in Höhe von 285.000 EUR und Mindereinnahmen in Höhe von 129.000 EUR im Haushaltsjahr 2022 bei der Stadt sowie 30.000 EUR Mindereinnahmen im Wirtschaftsplan 2022 bei den RWV (bei Kostenübernahme der Mindereinnahmen durch entsprechend höheren Verlustausgleich durch die Stadt im Haushaltsjahr 2023) wird zugestimmt.

Die Gegenfinanzierung der Mehrausgaben bzw. Mindereinnahmen erfolgt durch die Abschlusszahlungen der Einkommensteueranteile 2021 (Kostenstelle 6110000020, Kostenart 30210000).

2) Die Projekte der "Initiative Ravensburg" werden im Jahr 2022 fortgesetzt. Mittel hierfür sind im Haushaltsplan 2022, Kostenstelle 5750770083, Sachkonto/Kostenart 43180000 in Höhe von 60.000 EUR bereitgestellt. Das Wirtschaftsforum Pro Ravensburg bringt einen Anteil von 20.000 EUR ein. Mit der Abwicklung der Projekte wird die Stadtmarketing GmbH Ravensburg beauftragt. Der Betrag wird in Raten an die Stadtmarketing GmbH ausbezahlt.

### **I. Präambel**

Ein verändertes Mobilitäts-, Käufer- und Konsumverhalten sowie die Auswirkungen der Corona-Pandemie führen zu einer rasanten und tiefgreifenden Veränderung in den Innenstädten. Um diesen Entwicklungen für eine lebendige und solidarische Stadt zu nutzen, bedarf es einer auf die jeweilige Stadt ausgerichteten Gesamtstrategie und daraus abgeleiteter Maßnahmen. Diese müssen evaluiert, angepasst und immer wieder auch weiterentwickelt werden. Diese Vorlage soll Richtschnur für eine gute "Zukunft ALTSTADT – Aufbruch für Alle" sein.

### **II. Analyse**

Die Ravensburger Altstadt zeichnet sich durch eine große Nutzungsvielfalt von Einzelhandel, Gastronomie und Hotellerie, Kultureinrichtungen, als Wohnort, als Ort von Veranstaltungen und als vielfältiger sozialer Treffpunkt aus. Obwohl diese Funktionen und Nutzungen teils kontradiktorisch sind und eine solche Struktur auch Zielkonflikte auslöst, gilt es sie zu erhalten und behutsam anzupassen.

Durch die Pandemie wurden Prozesse beschleunigt. Die Folgen zeigen sich nicht nur bei Handel, Gastronomie, Mobilität, sondern auch beim sozialen Miteinander und dem Umgang der Generationen. All das prägt gegenwärtig unsere Innenstadt. Leerstand bei Handelsgeschäften, verändertes Mobilitätsverhalten, Fachkräftemangel bei Branchen wie der Gastronomie und der Drang junger Menschen nach einer Zeit der Isolation wieder in den öffentlichen Raum zu strömen, müssen – wo überhaupt möglich - gesteuert werden.

Die Diskussionen rund um die Entwicklung der Innenstadt sind teils emotional. Diese Leidenschaft für die Stadt ist begrüßenswert, sollte aber – wo möglich – objektiviert werden. Um die Situation z.B. rund um den Handel zu objektivieren, wird die Stadtverwaltung noch in diesem Frühjahr eine dauerhafte Frequenzmessung in der Innenstadt umsetzen. Die Stadt Ravensburg nimmt dieses Jahr an der Studie "Vitale Innenstädte" (eine deutschlandweite Befragung und Bewertung der Standortfaktoren im Vergleich zu ähnlichen Städten durch das Institut für Handelsforschung im September) teil; deren Ergebnisse auch im Hinblick der Bewertung und Anpassung der ergriffenen Maßnahmen dienen werden. Schließlich erstellt die Wirtschaftsförderung monatlich eine aktualisierte Leerständerdatenbank, anhand derer sich Entwicklungen in der Innenstadt analysieren und Maßnahmen hierfür besser ableiten lassen. Befragungen von Nutzgruppen und Untersuchungen durch qualifizierte Einrichtungen sind ebenfalls ein guter Weg, Grundlage für gute Entscheidungen zu sein.

### **III. Ziel**

Generelles Ziel von Stadt und Wirtschaftsforum Pro Ravensburg ist es, die Qualitätsmerkmale der Ravensburger Innenstadt zu festigen und auszubauen, um im Wettbewerb zu anderen Städten, vor allem aber gegenüber dem Online-Handel, die für die Unternehmen vor Ort erforderliche Frequenzen und Strukturen (Angebots – und Branchenmix) zu sichern. Insbesondere in Bezug auf die Einkaufsstadt Ravensburg stellt sich die Frage: Was unterscheidet die Altstadt vom Onlinehandel bzw. was macht unsere Innenstadt positiv aus? Ravensburg kann hier mit der Kombination aus Begegnung, Atmosphäre, Kultur, Gastronomie und Handel punkten. Eine lebendige und zukunftsfähige Altstadt braucht einen ausgewogenen Nutzungs- und Branchenmix und vor allem Aufenthaltsqualität aus der Perspektive von Fußgängern. Aber auch der Erhalt der Wohnnutzung und das soziale Miteinander der Menschen und Generationen möchten wir in den Blick nehmen und sehen darin eine Bereicherung der lebendigen Innenstadt.

Daraus ergeben sich folgende Ziele für die Entwicklung der Altstadt, aus denen sich wiederum Maßnahmen ableiten lassen:

### **1.) Aufenthaltsqualität weiter steigern**

Die Verweilqualität und Wohlfühlatmosphäre gewinnt eine immer größere Bedeutung, damit Innenstädte auch in Zukunft lebendig und nachgefragt bleiben. Im Hinblick auf die Steigerung der Aufenthaltsqualität hat die Stadt Ravensburg mit der Neugestaltung des Gespinstmarktes und dem Klimamobil-Prozess zuletzt wichtige Projekte hierfür realisiert bzw. auf den Weg gebracht. Die Neugestaltung des Spielplatzes am Katzenlieselesturm in diesem Jahr, der Holzmarkt (in 2023) und südlicher Marienplatz (ab 2025) werden hierfür weitere wichtige Projekte sein. Darüber hinaus gilt es, ergänzende aufenthaltssteigernde Maßnahmen umzusetzen.

### **2.) Erreichbarkeit fördern**

Die Erreichbarkeit der Altstadt mit allen Verkehrsmitteln liegt uns am Herzen. Besucher unserer Altstadt kommen aus dem Nahbereich, den Nachbargemeinden, bis hin zu unseren Gästen aus Österreich, der Schweiz und Liechtenstein. Folgerichtig muss das Angebot vielfältig und zielgruppenentsprechend sein.

### **3.) Frequenzen erhöhen**

Städte entwickeln sich immer mehr zu sozialen Treffpunkten. Die Besuchsmotive sind hierbei vielfältig: sei es der Kaffee oder das Essen mit Freunden, das Suchen nach dem neusten Kleidungsstück, die passende Lektüre in der Buchhandlung oder Bibliothek oder die Lust auf Kultur. All das und vieles mehr bietet Ravensburg und lässt sich auf kurzen Wegen optimal miteinander verbinden. Für alle Innenstadtakteure ist es entscheidend, dass die Innenstadt über eine dementsprechende Besucher- bzw. Kundenfrequenz verfügt. Hierfür sind die Bewerbung der Stadt als Einkaufs-, Erlebnis- und Kulturstadt, eine gute Erreichbarkeit und frequenzbringende Anlässe von grundlegender Bedeutung. Mit den Märkten (Wochenmarkt, Flohmärkte, Kunst- und Handwerkermarkt, Martinmarkt und Christkindlesmarkt), den Verkaufsoffenen Sonntagen, "Ravensburg spielt", dem Breitensport-Klassiker "Ravensburg läuft", dem vielseitigen Kulturprogramm in den Museen und Veranstaltungshäusern etc. verfügt die Stadt über ein vielseitiges Programm in der Innenstadt, dessen Durchführung in Art und Weise auch in 2022 auf die dann jeweils geltenden Corona-Verordnungen bzw. Pandemielage angepasst werden muss. In den letzten Jahren wurden Konsumbarrieren und -zwänge bewusst reduziert. Kostenlose Kunst im Straßenraum, Sportangebote im Hirschgraben, wertige neue Stadtmöblierung und z.B. die Stärkung der Stadtbücherei seien hier exemplarisch erwähnt.

### **4.) Branchenmix- und Angebotsvielfalt sichern**

Für die Attraktivität einer Einkaufs- und Erlebnisstadt ist ein guter Branchenmix und eine Angebotsvielfalt entscheidend. Neben einem aktiven Leerstands- und Ansiedlungsmanagement ist es wichtig, in den Genehmigungsprozessen auf sich veränderten Rahmenbedingungen zu reagieren. So zeigt sich beispielsweise, dass hybride Nutzungen, d.h. Handels- mit Gastronomiekonzepten kombiniert, zunehmen. Das Bauordnungsamt und das Ordnungsamt werden im Rahmen von Umnutzungsgesuchen bei solchen hybriden Konzepten eine ermöglichende Behandlung der Anträge im Rahmen der geltenden Rechtsgrundlagen anstreben. Hierzu zählt insbesondere die großzügige baurechtliche Auslegung von Rechtsgrundlagen mit Ermessensspielräumen, wie beispielsweise dem Stellplatzschlüssel und der damit verbundenen Stellplatzabläse: bei Gaststätten 1 Stellplatz pro 6-12m<sup>2</sup> und die Ermöglichung geeigneter Außennutzungen z.B. zum Verweilen.

### **5.) Das Miteinander stärken**

Die Innenstadt ist auch Ort der Bildung (Stadtbücherei und DHBW), sozialer Angebote und Ort für Ärzte und Gesundheit. Ebenso finden sich Beratungsangebote für komplexe Lebenslagen dort. Auch diese Angebote sind wichtig und können helfen, dass Menschen sich hier wohl fühlen und neue Nutzungen für Immobilien entstehen. Ein Umfeld, das zum Verweilen einlädt und Sicherheit vermittelt ist auch hier wichtig. Ebenso müssen öffentliche Räume für alle Nutzergruppen zur Verfügung stehen. Daher müssen Verbote und Angebote z.B. für junge Menschen in ein Verhältnis gesetzt werden. Die Stadt setzt weiter auf die Verbindung

von Streetwork und Präsenz der Polizei. Auf Prävention und Repression, damit Entwicklungen im Lot bleiben. Wir können uns aber auch neue Wege und zeitlich begrenzte "Experimente" vorstellen und begleiten diese als Stadt aktiv (siehe Punkt 4e).

#### **IV. Maßnahmen für 2022**

##### **1.) Soforthilfeprogramme für Gastronomie und Handel in 2022 fortführen [Ziele 3.), 4.)]**

###### **1a) Verzicht auf die Erhebung der Sondernutzungsgebühr für Gastronomie + Handel**

###### **1b) Erweiterung der Außengastronomiefläche analog 2021 ermöglichen**

Da die Situation für den Einzelhandel, die Gastronomie und Hotellerie aufgrund der Coronapandemie unverändert herausfordernd und mit erheblichen Umsatzrückgängen verbunden ist, schlägt die Stadtverwaltung analog zu den Vorjahren auch für das Jahr 2022 vor, auf die Erhebung von Sondernutzungsgebühren zu verzichten und die Erweiterung bzw. Entzerrung der Außengastronomieflächen zu ermöglichen. Mit dem zusätzlichen Erlass der Sondernutzungsgebühren für Werbeanlagen, Verkaufsständen etc. soll auch der Einzelhandel in der Innenstadt finanziell entlastet werden (Wenigereinnahmen in Höhe von 129.000 EUR).

##### **2.) Umsetzung weitere Maßnahmen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität**

###### **2a) Fortführung der Pop-Up-Kunst-Projekte** durch das Kulturamt in Kooperation mit Kulturakteuren und dem Stadtmarketing [Ziele 1.), 3.)]

Im vergangenen Jahr wurden über das Kulturamt mit verschiedensten Kooperationspartnern aus der Kultur-Szene in Ravensburg zahlreiche Kunstprojekte realisiert. Diese fanden in den Medien ein enormes Echo. Fernseh-, Radio- und Zeitungsberichte berichteten vielfach darüber. Der Charme der Pop-Up-Kunst am Gespinstmarkt, Big Picture Rathaus, Fassaden-Graffiti an zwei markanten Gebäuden in der Stadt wurde überwiegend gelobt. Ein Jahr zuvor wurde mit dem "blauen Bach" bereits ein ebenso öffentlichkeitswirksames Projekt umgesetzt. Deshalb folgen auch in 2022 weitere Projekte: Geplant sind u.a. ein Street Art-Projekt in der Grünen Turm-Straße oder die Gestaltung des Baugerüsts und Bauzauns an der Bauhütte (zusätzlicher Mittelbedarf für das Kulturamt: 30.000 EUR).

###### **2b) zusätzliches mobiles Grün zur Aufwertung einzelner Straßenzüge** [Ziel 1.)]

Bereits in den letzten Jahren wurden in einigen Straßenzügen mit sog. "mobilem Grün" die Aufenthaltsqualität erhöht und das Stadtbild aufgewertet. Analog zum für Frühjahr 2022 umgesetzten zusätzlichen Begrünungskonzept für den Gespinstmarkt sollen in weiteren Bereichen (bspw. in der Adlerstraße) durch Pflanzgefäße in derselben Haptik und Bepflanzung Straßenzüge attraktiver gestaltet werden (zusätzlicher Mittelbedarf für das ATS: 30.000 EUR).

###### **2c) Umsetzung eines Pilotprojektes "Parklets"** in der Unterstadt [Ziel 1.)]

Ebenfalls zur Steigerung der Aufenthaltsqualität und der Atmosphäre soll das beim "Parking day" vergangenen Jahres getestete Konzept der "Parklets" in 2022 für einen längerfristigen Zeitraum und in hoher Qualität umgesetzt werden. Hierfür werden Stellplätze mit einem Sitzmobiliar in Verbindung mit einer Bepflanzung umgenutzt. Angedacht sind zunächst ein bis zwei Standorte in der Unterstadt (bspw. in der Unteren Breite Straße und in der Eisenbahnstraße), welche auch in bestimmten Zeiträumen an einer anderen Stelle aufgebaut werden könnten. Auch können Parkplätze zu Fahrradabstellanlagen umgenutzt werden. Die Standortfestlegung soll in Abstimmung mit dem "Wifo", der Stadtplanung, Tiefbaumt und dem Ordnungsamt erfolgen (zusätzlicher Mittelbedarf für das ATS: 30.000 EUR).

###### **2d) zusätzliche Angebote von konsumfreien Aufenthaltsbereichen** [Ziel 1.)]

Auch in Zukunft wird es für den Wohlfühlcharakter der Stadt wichtig sein, neben der erforderlichen Außengastronomiefläche für die Cafés und Restaurants auch genügend wertige Aufenthaltsbereiche für eine konsumfreie Nutzung zur Verfügung zu stellen. Hierzu wurde das Angebot in den letzten Jahren, insbesondere mit dem Gespinstmarkt und dem Frauentorplatz, aber auch in der Unter- und Oberstadt ausgebaut. Bei der Schaffung weiterer Bereiche

soll ein modernes Stadtmobiliar umgesetzt werden (zusätzlicher Mittelbedarf für die Stadtmarketing GmbH: 40.000 EUR). Durch die Sanierung der Altstadt-Spielplätze wird auch der Platz für Kinder und Familien bewusst gestärkt. In 2022 wird der Spielplatz am Katzenlieselesturm grundlegend saniert und verbessert.

#### **2e) weiterer Ausbau der Weihnachtsbeleuchtung [Ziel 1.]**

In der (Vor-)Weihnachtszeit wird in der Ravensburger Innenstadt Jahr für Jahr mit verschiedenen Maßnahmen eine stimmungsvolle Atmosphäre geschaffen. Neben dem langjährigen Konzept der Fensterbeleuchtungen (unter dem Motto "Ravensburg leuchtet"), einem vor drei Jahren umgesetzten neuen Straßenbeleuchtungskonzept in der Unter- und Oberstadt, wurde vor fünf Jahren ein neues Baumbelichtungskonzept realisiert, dass sukzessive in den letzten Jahren erweitert wurde. Diese Art der lichtarmen und wirkungsvollen Dekoration unterscheidet das Stadtbild nachhaltig von anderen Städten. Auch für den kommenden Winter sollen ein bis zwei weitere Standorte realisiert werden (zusätzlicher Mittelbedarf für das ATS: 10.000 EUR).

#### **2f) Akzente für einzelne Straßenzüge durch Kunst [Ziel 1.), 3.]**

Zur Aufwertung von einzelnen Straßen in der Innenstadt können auch Kunstobjekte auf Dachkantenhöhe an gespannten Seilen dienen. Evtl. bekannt sind solche Konzepte (bspw. mit aufgespannten Regenschirmen) aus Städten in Südeuropa. Dieser Ansatz durch Gestaltungselementen auf Dachkantenhöhe mit Bezug zur Stadt bzw. im Hinblick auf den Claim "Stadt der Spiele" (z.B. Miniaturen der Ravensburger Türme, Spielfiguren der Ravensburger Spiele) soll nun auch für einzelne Straßenzüge in Ravensburg umgesetzt werden - der Zustimmung der Gebäudeeigentümer für die Befestigung der Drahtseilkonstruktion vorausgesetzt. Hierzu eignen sich schmale Gassen wie die Adlerstraße oder die Eisenbahnstraße (zusätzlicher Mittelbedarf für das ATS: 10.000 EUR).

#### **2g) Ravensburg als "Stadt der Spiele" konsequent vermarkten [Ziel 1.]**

Gemäß der Empfehlung aus dem Stadtmarketing- und Tourismuskonzept soll die Wahrnehmbarkeit des Alleinstellungsmerkmals "Stadt der Spiele" im Innenstadtbereich kontinuierlich verbessert werden. Im vergangenen Jahr wurden hierzu von der Tourist Info neben Spielelementen und einem Spielevorleih im Bereich des Lederhauses neun blaue Spielekegel im Stadtgebiet, zumeist temporär aufgestellt, als Element für die "Stadt der Spiele" und als Fotomotive installiert. Für das Jahr 2022 sind weitere Installationen bzw. Spielelemente im Stadtgebiet geplant (zusätzlicher Mittelbedarf für das ATS: 15.000 EUR)

### **3.) Marketing weiter intensivieren – vernetzt: digital und print [Ziele 3.), 4.]**

#### **Marketingkampagne zur Bewerbung der Einkaufs- und Erlebnisstadt fortsetzen**

Zur Bewerbung der Einkaufs- und Erlebnisstadt Ravensburg wird nach Auffassung der Stadtverwaltung zukünftig ein erhöhtes Marketingbudget erforderlich sein, um den aktuellen Entwicklungen (verändertes Kundenverhalten mit einem weiter zunehmenden Online-Handel) entgegenzuwirken und für den Innenstadtbereich zu werben. Herausfordernd ist, dass gute Printkampagnen nicht einfach digital wirken und so oftmals für beide Bereiche eigene Linien erarbeitet werden müssen. Dies erfordert mehr Ressourcen.

Für das Jahr 2022 empfiehlt die Stadtverwaltung die Fortsetzung der Imagekampagne aus 2021 – im Sinne eines gesamtstädtischen Marketings und der Berücksichtigung von verschiedenen Themen aus den Bereichen Shopping, Gastronomie, Kultur und Sport etc. - als Ergänzung zu den bewährten Marketingmaßnahmen der "Initiative Ravensburg" von Stadt und "Wifo" (zusätzlicher Mittelbedarf für die Fortführung der Imagekampagne für die Stadtmarketing GmbH (IR): 20.000 EUR).

### **4.) Planung und Durchführung von Veranstaltungen als frequenzbringende Anlässe**

#### **4a) Durchführung von drei verkaufsoffenen Sonntagen [Ziele 3.), 4.]**

Verkaufsoffene Sonntage sind für den Einzelhandel neben der Vor- und Nachweihnachtszeit die wichtigsten Umsatztage im Jahr. Die Verwaltung empfiehlt daher, analog zum Vorjahr, die Zuständigkeit des Gemeinderates für die Genehmigung der Verkaufsoffenen Sonntage

auf den Oberbürgermeister zu übertragen, um diese flexibel, auf die jeweilige Infektionslage sowie auf die rechtlichen Rahmenbedingungen angepasst, per Allgemeinverfügung genehmigen und durchführen zu können. Derzeit sieht die Planung die Durchführung von drei Verkaufsoffenen Sonntagen vor. Der erste Verkaufsoffene Sonntag soll mit dem bewährten Anlass eines Mobilitätstages am 3. April 2022 stattfinden. Sofern die Pandemielage dies noch nicht zulässt, ist als Alternativtermin der 8. Mai 2022 geplant.

#### **4b) Durchführung Lichterfest [Ziel 1.), 3.]**

Das Lichterfest war am 15.02.2020 die letzte große vielbeachtete Veranstaltung vor der Pandemie. Nicht nur das Interesse der tausenden Besucherinnen und Besuchern, sondern auch die Erstellung der Figuren durch viele Gruppen und Personen der Stadt stärkt den Zusammenhalt. Die Veranstaltung des Kapuziner Kreativzentrums soll am Samstag 9. April in der Innenstadt stattfinden. Das Projekt ist bereits finanziert.

#### **4c) "Ravensburg tischt auf" als neues Gastronomie-Event in der Altstadt [Ziele 1.), 3.), 4.)]**

Unter dem Motto "Ravensburg tischt auf" soll in Anlehnung an die Veranstaltung zu "850 Jahre Markt" in Kooperation mit den Ravensburger Gastronomen ein neues Gastronomieformat entwickelt und im Spätsommer 2022 umgesetzt werden.

#### **4d) Weiterentwicklung Rathauskonzerte zu kleinformatischen Open-Air-Konzerten**

in der Innenstadt [Ziele 1.), 3.), 4.)]

Ehrenamt und Vereine sind wichtig, haben aber durch die Pandemie Schaden genommen. Wie bereits in 2021 umgesetzt, sollen zukünftig vermehrt Platzkonzerte (auch ohne festen und kostenaufwendigen Bühnenaufbau) stattfinden. In den Sommermonaten sollen mit standortwechselnden Konzerten der hiesigen Musikkapellen, Ensembles oder Bands neben dem südlichen Marienplatz weitere Plätze im Innenstadtbereich, bspw. der Gespinstmarkt, "bespielt" werden. Das Stadtorchester hat bereits 2021 unter dem Titel "Sommermusik" ein solches Konzept umgesetzt.

#### **4e) "Stadt(st)rand auf dem Oberschwabenhallenareal [Ziel 1.), 3.]**

Die Erfahrung der Vorjahre zeigt, dass junge Menschen und junge Erwachsene die pandemiebedingte Verringerung der Kontakte in den warmen Monaten durch viele Open-Air Begegnungen nachholen möchten. Gerade an Wochenenden und nachts kann dieser verständliche Wunsch der Jugend nach Raum und Begegnung für die Bewohnerinnen und Bewohner der Altstadt empfindlich bei der Nachtruhe stören. Exemplarisch wird auf die Situation am Serpentinweg, in den Gassen der Altstadt und die Diskussionen am Runden Tisch lebenswerter öffentlicher Raum (LöR) verwiesen. Damit speziell für Jugendliche und junge Erwachsene zusätzliche Räume und Angebote jenseits der Altstadt und der Veitsburg gemacht werden können, möchte die Stadt neue Wege gehen.

In Kooperation mit einem Partner aus der Veranstaltungs- und Gastronomiebranche möchten wir das gängige Konzept der Stadtstrände und urbanen Beachclubs aufgreifen und speziell für die Nutzung im Sinne von Jugendlichen anpassen. Das können Jugendkulturevents und Begegnungsangebote sein. Wichtig ist, dass der Raum von den jungen Menschen selbst als ihr Raum anerkannt und mitgestaltet werden kann. Erste Rückmeldungen junger Menschen sind vielversprechend, wenn z.B. an Infrastruktur wie Sicherheit und sanitäre Infrastruktur gedacht wird. Aus Sicht der Verwaltung kann auf einer Teilfläche des OSH-Geländes am besten der Spagat aus Abstand und Nähe zur Stadt, Erreichbarkeit und eigener Ort für junge Menschen erreicht und dennoch die Interessen der Anwohner gewahrt werden. Für eine weitergehende Vorplanung ist es erforderlich, dass eine grundsätzliche Zustimmung für ein Angebot mit Bühne und attraktiven Angeboten auf dem OSH-Gelände erfolgen soll. Das Angebot sollte insbesondere an den Wochenenden, Freitag und Samstag, erfolgen. Auch an anderen Tagen sind Angebote vorstellbar.

Das Projekt wird von einem privaten Anbieter unter Einbeziehung der Belange der Stadtverwaltung geplant, durchgeführt und zeitnah vorgestellt. Abstimmungen mit Bewohnerinitiativen (z.B. der Agendagruppe Nordstadt und Ober- und Unterstadt) sowie der Polizei sind obligatorisch.

Der zusätzliche Mittelbedarf für die Planung und Durchführung des Projekts "Stadt(st)rand für junge Menschen" wird auf 20.000 Euro geschätzt.

#### **4f) neues Stadtführungsangebot Wochenmarkt (Genussführung) [Ziel 3.])**

Die Stadt Ravensburg verfügt über ein qualitativ hochwertiges und vielseitiges Stadtführungsangebot. Der Wochenmarkt ist seit Jahrhunderten einer der wichtigsten Besuchsanlässe für Ravensburger und Gäste aus der Region. Für das Jahr 2022 ist die Umsetzung einer neuen Themenführung zum Wochenmarkt (Genussführung) geplant, um das Angebot der Stadtführungen zu erweitern.

### **5.) Maßnahmen zur Sicherung des Branchenmixes in der Innenstadt**

#### **5a) Einrichtung eines Pop-Up-Stores in der Innenstadt / Unterstadt [Ziele 3.), 4.])**

Der Branchenmix im Einzelhandel lebt in jeder Stadt auch stets von neuen Geschäftskonzepten. Pop-Up-Stores können durch ihre wechselnden Nutzungen und die damit jeweils unterschiedlichen Zielgruppen einen Impuls für die Innenstädte darstellen, insbesondere in Geschäftslagen, in der eine Zunahme an Leerständen zu verzeichnen ist. Zugleich bieten sie für Unternehmensgründer eine Plattform, um ihr Geschäftskonzept am Markt in einem begrenzten Zeitraum zu testen. Bei einer erfolgreichen temporären Markterprobung können diese Konzepte dann zu einer dauerhaften Nachnutzung anderer Leerstände vermittelt werden. Die Stadt Ravensburg plant die Umsetzung eines solchen Pop-Up-Store-Konzeptes mit Einzelhandelsnutzungen oder handelsähnlichen Nutzungen in einem Objekt in der Adlerstraße und hat hierfür eine Förderung des Projekts im Rahmen des Sofortprogramm Einzelhandel/Innenstadt des Landes Baden-Württemberg beantragt. Das Konzept des Pop-Up-Stores wäre darüber hinaus auch eine passende Ergänzung zum derzeit ausgerufenen Start-Up-Wettbewerb Innenstadt.

Die Umsetzung des Projektes steht aus finanziellen Gründen unter Vorbehalt der Förderung durch das Land Baden-Württemberg. Der Pop-Up-Store soll in einem Zeitraum vom 1.7.2022 bis 21.12.2023 umgesetzt werden und alle drei Monate eine neue Nutzung haben (zusätzlicher Mittelbedarf bei der Stabstelle Wirtschaftsförderung: in 2022: 20.000 EUR, in 2023: 40.000 EUR bei einer Gegenfinanzierung durch Miete und Landesförderung i.H.v. 40.000 EUR).

#### **5b) Leerstands- und aktives Ansiedlungsmanagement [Ziel 4.), 5.])**

Auch in Zukunft wird es eine der Hauptaufgabenbereiche der städt. Wirtschaftsförderung sein, in Kooperation mit der Immobilienwirtschaft, den Gebäudeeigentümern und Expansionsabteilungen (Handel, Gastronomie, etc.) Nutzungen für anstehende oder aktuelle Leerstände zu akquirieren und sich im teilweise erforderlichen Genehmigungsverfahren unterstützend einzubringen.

### **6.) Erreichbarkeit fördern**

#### **6a) kostenfreier Stadtbus an den Adventswochenenden und an den Verkaufsoffenen Sonntagen in 2022 [Ziele 2.), 3.])**

Die Stadtverwaltung schlägt die Beibehaltung des kostenlosen Stadtbusangebotes an den Adventswochenenden und an den Verkaufsoffenen Sonntagen analog des Vorjahres auch für 2022 vor. Hiermit kann ein wichtiger Impuls zur stärkeren Nutzung des ÖPNV-Angebotes erzielt und den Einzelhandel und die Gastronomie an den wichtigen Umsatztagen im Jahr unterstützt werden (Ausgleich der Wenigereinnahmen bei den RVV durch die Stadt in Höhe von 30.000 EUR).

#### **6b) Rabattaktion Händler für kostengünstiges Parken [Ziele 2.) 3.), 4.])**

Die Stadt Ravensburg fördert die Einführung einer digitalen Rabattaktion (GUGG-App). Dies beinhaltet die Entwicklung und die (teilweise) Übernahme des Rabatts im ersten Jahr für sich

beteiligende Händler mit einem gedeckelten Betrag i.H.v. 50.000 EUR (als zusätzlichen Mittelbedarf beim ATS).

## V. Dialog

Neben den für das Jahr 2022 geplanten Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt ist es der Stadtverwaltung wichtig, einen nachhaltigen Zukunftsprozess "Zukunft ALTSTADT – Aufbruch für Alle" anzustoßen. Ziele, Herausforderungen und Maßnahmen sollen in einem Dialogverfahren in einer online-Beteiligung mit Bürgerinnen und Bürgern, und regelmäßigen Workshops mit Einzelhandels- und Gastronomievertretern, Gebäudeeigentümerinnen und -eigentümern breit diskutiert werden. Darüber hinaus findet im April ein Treffen mit den Markthändlern statt, welches in regelmäßig wiederkehrenden Abständen stattfinden soll. In diesem Dialogprozess haben die Teilnehmer neben der Bewertung der umgesetzten Maßnahmen auch die Möglichkeit, eigene Ideen einzubringen. Aus den Ergebnissen werden Ziele und Maßnahmen kontinuierlich evaluiert, ggf. angepasst und ergänzt (Kosten zur Betreuung des Prozesses durch eine externe Agentur: 10.000 EUR).

### Kosten und Finanzierung:

<b>Ergebnishaushalt (konsumtiver Aufwand und Ertrag)</b>	
<b>Gesamtkosten der Maßnahme</b>	<b>414.000 €</b>
<b>Mittelbereitstellung im Haushaltsplan</b>	
Kostenstelle (10-stellig)	verschiedenste Kostenstellen
Sachkonto (Kostenart) und Bezeichnung	verschiedenste Ertrags-/Aufwandskostenarten
Planansatz ordentlicher Sachaufwand	0 €
<b>über-/außerplanmäßiger Mehraufwand</b>	<b>414.000 €</b>
<b>Abdeckung</b>	<b>414.000 €</b>
Kostenstelle	611000020
Bezeichnung	Steuern, allg. Zuweisungen/Umlagen
Seite im Nachtragsplan 2022	170
Sachkonto (Kostenart) und Bezeichnung	30210000 Anteil an der Einkommensteuer (nicht geplante Abschlusszahlung für 2021)

### Anlage/n:

Keine