

Landeshauptstadt Magdeburg

Stellungnahme der Verwaltung

öffentlich

Stadtamt	Stellungnahme-Nr.	Datum
III/Team 1	S0107/22	21.03.2022
zum/zur		
F0038/22 Fraktion GRÜNE/future! Stadtrat Stage		
Bezeichnung		
Förderprogramm "Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren"		
Verteiler		Tag
Der Oberbürgermeister		29.03.2022

Zur Anfrage nimmt die Verwaltung wie folgt Stellung:

1. Hat sich die Landeshauptstadt Magdeburg für eine Förderung aus diesem Programm beworben?

Ja, die Stadtverwaltung hat sich für o.g. Förderprogramm beworben. Die Bewerbungsunterlagen wurden fristgerecht am 16.9.21 beim Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung in Bonn eingereicht, sowohl in schriftlicher als auch in elektronischer Form.

2. Wie sah die Projektskizze aus?

Der Titel der Bewerbung lautete „Magdeburg erleben – Maßnahmen zur Belebung der Magdeburger Innenstadt von 2022 bis 2025 durch monatlich abwechselnde Themenveranstaltungen auf dem Wochenmarkt, Einführung einer Kinderbetreuung und zielgruppenorientiertem Marketing.“

Grundlage der Bewerbung bildete das „Strategiepapier zur Belebung der Magdeburger Innenstadt 2021-2025“, das im Herbst 2021 vom Stadtrat beschlossen wurde (Beschlussnummer 904-032 (VII)21). Gegenstand des Strategiepapiers sind die folgenden 3 Schwerpunkte:

- Aufwertung des Wochenmarktes durch Einführung von wechselnden Themenmonaten und Veranstaltungen
- Einführung einer innerstädtischen Kinderbetreuung und
- Erarbeitung Marketingkonzept und Umsetzung der Maßnahmen.

Diese drei Schwerpunkte hat die Stadtverwaltung inhaltlich in der Projektskizze dargestellt.

3. Welche Förderziele und Fördergegenstände waren benannt?

Die folgenden Förderziele und Fördergegenstände wurden benannt:

Förderziele:

- Stärkung Magdeburgs als Einkaufs- und Erlebnisort
- Imageverbesserung
- Wochenmarkt soll kulinarisch-kommunikativer Treffpunkt werden und von einer dauerhaften Belebung profitieren
- Erlebnisshopping fördern: Mit der Durchführung von monatlich wechselnden Themenmonaten von April bis September soll eine kontinuierliche Attraktivität des Wochenmarktes erreicht werden

- Neue Zielgruppen ansprechen, z.B. Familien mit Kindern oder Berufstätige (Feierabendmarkt) und somit mehr Besucher in der Innenstadt
- Kinderbetreuung: Sichtbarmachung einer erlebbaren, familienfreundlichen Haltung der Stadtverwaltung und Händlerschaft
- Nutzungsmischung: Aus Familieninformationsbüro wird Kinderbetreuungsstätte
- Wahrnehmung des Innenstadtbesuchs als Gesamterlebnis

Fördergegenstände (ings. 4):

a) Konzepte und Strategien zur Bewältigung des Strukturwandels

Unter diesem Fördergegenstand hat die Stadtverwaltung erläutert, welche Konzepte und/oder Handlungsstrategien erstellt, umgesetzt bzw. weiterentwickelt werden sollen und welche konzeptionellen Grundlagen bereits vorliegen. Es wurde Bezug auf das vorliegende Strategiepapier zur Belebung der Magdeburger Innenstadt genommen, das Konzept vorgestellt und dargelegt, dass bereits zwei Themenmonate auf dem Wochenmarkt umgesetzt wurden. Da beide Monate sich als Experimentierfeld verstehen, wurde der Bedarf an einer Weiterentwicklung bzw. Optimierung erläutert.

Darüber hinaus hat die Stadtverwaltung auf bereits umgesetzte Projekte verwiesen, wie z.B. die kulturelle Zwischennutzung von leerstehenden Ladenlokalen (Studentenprojekte der Otto-von-Guericke-Universität und Hochschule Magdeburg-Stendal) und das mehrwöchige Freiraumlabor im Sommer 2020.

b) Aufbau von neuen oder Ausbau bestehender innenstadtbezogener Kooperationen

Dieser Fördergegenstand ging der Frage nach, welche Kooperationen und Beteiligungen in welchem Format aufgebaut bzw. intensiviert werden und ob auch neue Institutionen gegründet werden. Die Stadtverwaltung hat dieses Teilvorhaben damit begründet, dass mit der Belebung der Innenstadt ein Ausbau der Kooperationen und die Bildung einer neuen Arbeitsgruppe einhergeht. So wurde die intensivierte Zusammenarbeit mit der Weißen Flotte GmbH als Vertreterin für die Schaustellenden benannt, die städtische Wohnungsbaugesellschaft WOBAU als Vermieterin des Familieninformationsbüros und vieler Ladenlokale als auch die Kooperation mit der MMKT GmbH, die verantwortlich für die Umsetzung der geplanten Marketingmaßnahmen ist.

Gleichzeitig hat die Stadtverwaltung Angaben zur Integration der lokalen Kreativszene ausgeführt. Mit den geplanten Aktionen ist es angedacht, Akteur*innen aus der Kultur- und Freizeitbranche in das Belebungskonzept zu integrieren. Gerade durch die Corona-Pandemie besteht die Notwendigkeit, Kulturschaffende aktiv zu unterstützen. Dieser Fördergegenstand sollte verdeutlichen, dass durch den Ausbau der genannten Kooperationen das Bewusstsein für eine Innenstadtbelebung geschärft und die Zusammenarbeit der Akteur*innen auf eine neue Ebene gehoben werden soll.

c) Innenstadtmarketing und Öffentlichkeitsarbeit

Hier wurde erläutert, welche Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit und des Marketings zur Aufwertung geplant sind und wie sich diese zu evtl. bereits bestehenden Maßnahmen des Stadt-/Tourismusmarketings abgrenzen. Die Stadtverwaltung beschrieb das von der MMKT GmbH erarbeitete Marketingkonzept, das ein Relaunch der Kampagne „magdeburg erleben“ vorsieht und auf Beteiligung der Händlerschaft setzt. Angaben zu den Vermarktungskanälen wurden gemacht als auch Zielgruppen definiert. Im Fokus stand zudem die Webseite magdeburg-erleben.de mit ihren Inhalten.

Die Abgrenzung zu bestehenden Maßnahmen hat die Stadtverwaltung damit begründet, dass Kooperationspartner die Kampagne inhaltlich unterstützen und die Einzelhändler*innen beteiligt werden sollen. Die monatlich wechselnden Themenmonate bieten allen Marktteilnehmenden die Möglichkeit, sich aktiv einzubringen, sich den Marketingaktivitäten anzuschließen und damit gleichermaßen am Entwicklungsprozess teilzuhaben.

d) Geringfügig baulich-investive Maßnahmen

Die Stadtverwaltung hat auch für diesen Fördergegenstand beworben, weil das Konzept eine baulich-investive Maßnahmen beinhaltet. Das Volumen dieser Maßnahmen sollte grundsätzlich nur einen geringfügigen Anteil betragen. Die Stadtverwaltung verwies unter diesem Punkt auf die geplante Kinderbetreuung im städtischen Familieninformationsbüro. Für die Kinderbetreuung in angemieteten Räumen ist bei mehr als 3 zu betreuenden Kindern eine bauordnungsrechtliche Nutzungsänderung bzw. eine Nutzungsgenehmigung beim Bauordnungsamt einzureichen. Die Nutzungserweiterung ist mit Kosten verbunden. So muss die Räumlichkeit bestimmten Sicherheitsvorkehrungen entsprechen, die sanitär-technischen Bedingungen müssen erfüllt und eine kindgerechte Ausstattung gewährleistet sein. Für die notwendigen baulich-investive Maßnahme hat die Stadtverwaltung einen Schätzwert von 10.000€ veranschlagt.

4. Welche Summe wurde beantragt?

Der max. Zuschuss lag bei 75%. Die Stadtverwaltung hat eine Fördersumme von 799.162,50€ beantragt. Diese Summe setzte sich wie folgt zusammen:

	2022	2023	2024	2025 (bis 31.8.)
Themenmonate/ Veranstaltungen & Aktionen	96.000,00 €	96.000,00 €	96.000,00 €	80.000,00 €
Kinderbetreuung	31.500,00 €	31.500,00 €	31.500,00 €	22.050,00 €
Nutzungserweiterung/ bauliche Maßnahme Kinderbetreuung	10.000,00 €			
Marketing	162.000,00 €	162.000,00 €	162.000,00 €	85.000,00 €
Kosten Förderprogramm Gesamt	299.500,00 €	289.500,00 €	289.500,00 €	187.050,00 €
Eigenanteil LHMD 25%	74.875,00 €	72.375,00 €	72.375,00 €	46.762,50 €

5. Ist bekannt, warum der Magdeburger Antrag abgelehnt wurde?

Das Bundesinstitut für Bau- Stadt- und Raumforschung informierte die Stadtverwaltung am 29.12.21 darüber, dass der Projektauftrag auf sehr großes Interesse gestoßen sei und im Rahmen des zur Verfügung stehenden Budgets nicht alle Projekte berücksichtigt werden konnten. Auf Nachfrage wurde am 13.1.22 zusätzlich mitgeteilt, dass die eingereichten Interessenbekundungen anhand der im Projektauftrag genannten inhaltlichen und formalen Bewertungskriterien bewertet wurden.

6. Sollen die geplanten Projekte mit anderen Finanzierungsquellen umgesetzt werden?

Die vollständige Umsetzung der Projekte wird in diesem Jahr nicht möglich sein. Die themenorientierten Veranstaltungen/Aktionen werden reduziert auf musikalische Darbietungen (z.B. Straßenmusiker*innen, nur samstags). Die Kinderbetreuung und die Marketingmaßnahmen für die Themenmonate werden nicht umgesetzt und entfallen ersatzlos. Die Marketingkosten für die Lichterwelt/Weihnachtmarkt können zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht eingeschätzt werden, werden aber aus den zur Verfügung stehenden Mitteln des Dezernats III bezahlt.

Sandra Yvonne Stieger