

Informationsvorlage der Verwaltung

Gremium	Sitzung am	Beratung
Bezirksvertretung Mitte	28.11.2024	öffentlich
Stadtentwicklungsausschuss	10.12.2024	öffentlich

Beratungsgegenstand (Bezeichnung des Tagesordnungspunktes)

Evaluation City-Entwicklungsprozess

Betroffene Produktgruppe

11.09.01 Bauamt

11.15.11 Beteiligungen der Stadt Bielefeld

Auswirkungen auf Ziele, Kennzahlen

keine

Auswirkungen auf Ergebnisplan, Finanzplan

keine

Ggf. Frühere Behandlung des Beratungsgegenstandes (Gremium, Datum, TOP, Drucksachen-Nr.)

Rat der Stadt Bielefeld: 10.12.2020, Drucksachen-Nr.: 0185/2020-2025 (öffentlich)

Rat der Stadt Bielefeld: 26.08.2021, Drucksachen-Nr.: 2055/2020-2025 (öffentlich)

Rat der Stadt Bielefeld: 30.03.2023, Drucksachen-Nr.: 5479/2020-2025 (öffentlich)

Finanz- und Personalausschuss: 21.11.2023, Drucksachen-Nr. 7161/2020-2025

Stadtentwicklungsausschuss: 18.06.2024, Drucksachen-Nr.: 8144/2020-2025 (öffentlich)

Sachverhalt:

Zusammenfassung

Die Arbeit des City-Teams hat sich in den vergangenen Jahren etabliert und bewährt. Die interdisziplinäre Zusammenarbeit der drei Fachdisziplinen Marketing, Management und Stadtentwicklung ist ein besonderer und relevanter Faktor für die nachhaltige Entwicklung der Bielefelder Innenstadt. Im Rahmen des City-Entwicklungsprozesses konnten neue Netzwerke aufgebaut, innovative Veranstaltungen durchgeführt und Fördermittel generiert werden. Insgesamt konnten Fördermittel in Höhe von rund 1,8 Millionen Euro erfolgreich akquiriert werden.

Evaluation City-Entwicklungsprozess

Mit dem Auftrag zum Aufbau eines City-Managements (Drucksachen-Nr.: 0185/2020-2025) wurde auch die Evaluierung von den Maßnahmen sowie der Prozesssteuerung und Organisationsstruktur nach drei Jahren beschlossen. Daher wird im Folgenden die im Jahr 2021 aufgestellte Organisationsstruktur und der daraus resultierende Innenstadtentwicklungsprozess reflektiert, eingeordnet und Handlungsempfehlungen ausgesprochen. Zu den bereits durchgeführten und geplanten Maßnahmen zur Aufwertung der Innenstadt wird auf die Vorlage Drucksachen-Nr. 8144/2020-2025 verwiesen.

Ausgangslage in der Bielefelder City

Das Konzept zur City-Entwicklung wurde in der Zeit der Covid-19-Pandemie entwickelt. Trotz der damaligen Umstände sind viele der behandelten Themen, Herausforderungen und Visionen nach wie vor aktuell. Der Funktionswandel der Innenstadt ist weiterhin eine Herausforderung, die zentralen Fußgängerzonen wandeln sich stetig und der Einzelhandel sowie große Filialisten stellen sich neu auf, u. a. wegen veränderter Rahmenbedingungen des Konsumverhaltens. Die nicht mehr zeitgemäßen großflächigen Einzelhandelsimmobilien wie z. B. das ehemalige Karstadt-Gebäude stellen eine signifikante Herausforderung, aber auch eine Chance für die Innenstadt dar. Die Präsenz von Leerstand und wirtschaftlichem Verfall ist ein maßgeblicher Einflussfaktor auf das Stadtbild und erfordert die Entwicklung flexibler Nutzungskonzepte, um deren negative Auswirkungen zu vermeiden.

Die Bielefelder Innenstadt ist geprägt durch ihre unterschiedlichen Teilräume, die jeweils über einen eigenen Charakter verfügen. Bei einem ersten Besuch fallen den meisten Besucherinnen und Besuchern die Gegensätze zwischen der historischen Altstadt und dem modernen Citybereich rund um die Bahnhofstraße ins Auge. Diese beiden Bereiche könnten unterschiedlicher nicht sein und stehen für ganz unterschiedliche Erlebnisse, Qualitäten und Bedarfe. Diese heterogene Struktur stärkt die Innenstadt und sorgt für stabile Besuchszahlen und eine – im Vergleich mit anderen Städten – sehr geringe Leerstandsquote.

Vielseitige Projekte in den Bereichen Mobilität, Logistik, Leerstands- und Immobilienmanagement und Veranstaltungsmanagement führen zu einer lebenswerten und lebendigen City. Dies wird auch in der aktuellen Studie zum Image der Stadt Bielefeld von Bielefeld Marketing deutlich. Demnach empfinden 83 % der Bielefelderinnen und Bielefelder ihre Stadt als attraktiv und 42 % sehen eine Verbesserung in den letzten 10 Jahren, insbesondere im Bereich des Gastronomie- und Shoppingangebotes (s. Internetlink: [Gute Noten für die Marke Bielefeld | Bielefeld.JETZT](#)). Die Studie zeigt auch Themen auf, die in den letzten drei Jahren an Bedeutung gewonnen haben: Sicherheit und Sauberkeit. Immer deutlicher werden die Bedarfe in diesem Bereich und umso intensiver gestaltet sich inzwischen der Austausch im Rahmen der City Entwicklung mit den relevanten Akteurinnen und Akteuren.

Vision

Mit dem Beschluss des City-Entwicklungsprozesses wurde eine Vision für die Bielefelder Innenstadt formuliert. Im Rahmen der Erarbeitung der Innenstadtstrategie wurde diese Vision bestätigt und als ein zukunftsfähiges und strategisches Leitbild weiterentwickelt.

Die Innenstadtstrategie wurde am 14.12.2023 vom Rat der Stadt Bielefeld beschlossen. Ziel der Strategie ist es, die Attraktivität der Innenstadt zu steigern, die Lebensqualität zu verbessern und die Wirtschaft zu stärken.

Manifestiert werden die Ziele der Innenstadtstrategie durch drei Visionen, die als Entwicklungspfade agieren. Die „Lebendige Mitte“ hat das Ziel, die Innenstadt als Ort der Begegnung und soziale Teilhabe zu stärken. Der „Produktive Kern“ strebt die Erhöhung der Nutzungsvielfalt und die Stärkung der lokalen Ökonomie an. Das „Grüne Zentrum“ setzt seinen Fokus auf die Lebensqualität des Quartiers für Bewohnerinnen und Bewohner sowie Besucherinnen und Besucher und die klimagerechte Ausrichtung. Als integrierte Planung berücksichtigt die Strategie laufende Prozesse wie den alstadt.raum und beinhaltet weitere Raum- und Projekimpulse, um die formulierten Ziele mit Leben zu füllen.

Die Innenstadtstrategie dient als Grundlage für den City-Entwicklungsprozess. Im nächsten Schritt soll darauf aufbauend, wie am 14.12.2023 beschlossen, ein integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept erarbeitet werden.

Aufgabenbereiche

Mit dem City.Team wurde eine zentrale Anlaufstelle geschaffen, die die Fachdisziplinen des Städtebaus (Bauamt), des City- und Immobilienmanagements (WEGE mbH) sowie des City-Marketings (Bielefeld Marketing GmbH) vereint. Damit wird dem interdisziplinären Ansatz der Aufgabe eines ganzheitlichen City-Managements Rechnung getragen.

Städtebauliche Entwicklung | Fördermittelakquise (Bauamt)

Die Aufgaben des Bauamtes werden derzeit durch zwei Vollzeitstellen erfüllt. Ein wesentlicher Aufgabenbereich ist die Akquirierung und Umsetzung von Städtebauförderungen sowie Sonderförderprogrammen. In diesem Rahmen konnte für den Zeitraum 2021-2025 insgesamt ein Betrag von rund 1,8 Millionen Euro erfolgreich akquiriert werden.

Ein weiteres Tätigkeitsfeld des Bauamts stellt das Projektmanagement im Kontext der städtebaulichen Erneuerung der Innenstadt dar. Dies umfasst die Erstellung und Begleitung integrierter städtebaulicher Planungen. Beispiele hierfür sind die Entwicklung einer Innenstadtstrategie, die Einführung mobiler Möblierung und die Durchführung von Machbarkeitsstudien für das Karstadt-Areal, die nachhaltige Gestaltung von Passagen sowie das Projekt Arcade 2.0. Darüber hinaus ist das Bauamt aktiv an der Beteiligung der Politik, Behörden und Öffentlichkeit an Planvorhaben beteiligt. Diese partizipative Herangehensweise gewährleistet, dass die verschiedenen Interessen und Perspektiven in die städtebauliche Entwicklung der Stadt integriert werden.

Aufgrund des vielfältigen Projektmanagements, der Fördermittelakquise sowie der umfassenden Beteiligung konnten in den letzten drei Jahren mehrere Projekte erfolgreich umgesetzt und Grundlagen geschaffen werden.

City-Management (WEGE mbH)

Für den Aufgabenbereich des City-Managements verfügt die WEGE mbH über eine Vollzeitstelle. Als erste Anlaufstelle und zentrale Ansprechpartnerin, Fürsprecherin und Unterstützerin für alle Akteurinnen und Akteure der Innenstadt übernimmt die WEGE eine zentrale Rolle beim zielgerichteten Aufbau und der Koordination des City-Teams als ganzheitlichen Prozess. Durch Vernetzung und Zusammenarbeit mit Interessensgruppen der Innenstadt und Gremien führt die WEGE mbH lose Enden zusammen und vermeidet Doppelstrukturen, wodurch Ressourcen besonders effizient genutzt werden. Mit niederschwelligen Maßnahmen, insbesondere durch Unternehmensbetreuung und -besuche, Quartiersgespräche und dem Eigentümer-Netzwerk, ermöglicht die WEGE mbH den Akteurinnen und Akteuren ins Gespräch zu kommen. Zudem erhält die WEGE mbH dadurch Kenntnis über Herausforderungen, Probleme und Handlungsbedarfe. Auf diese Weise kann das City.Team schnell reagieren und potenzielle Abwanderungen verhindern.

Ergänzend dazu stellt das Projektmanagement im Kontext der Aufwertung der innerstädtischen Aufenthaltsqualität und -dauer sowie Begünstigung einer attraktiven Nutzungsdurchmischung ein weiteres Tätigkeitsfeld dar. Beispiele hierfür sind: Street-Art zur Erschließung neuer Räume, mobile Rampen #keinbockaufbarrieren zum Abbau von Barrieren und Mitwirkung an der Einführung einer digitalen Passantenfrequenzmessung.

Wirtschaftsförderung | Immobilienmanagement (WEGE mbH)

Für den Aufgabenbereich des Immobilien-Managements verfügt die WEGE mbH über 0,3 Vollzeitäquivalente. Das Tätigkeitsfeld des Immobilien- und Leerstandsmanagements nimmt eine Schlüsselrolle in der Entwicklung und Attraktivitätssteigerung der Innenstadt ein. Durch den persönlichen und aktiven Dialog mit den Eigentümerinnen und Eigentümern agiert die WEGE mbH als Partnerin und Beraterin, um gemeinsam innovative Lösungen zu entwickeln, neue Nutzungskonzepte zu etablieren und eine attraktive Nutzungsdurchmischung zu sichern. Ergänzend dazu werden durch Nutzungs- und Leerstandskartierungen

regelmäßig die Nutzungsdurchmischung in der Innenstadt sowie leerstehende Objekte identifiziert.

Durch den intensiven Austausch mit Eigentümerinnen und Eigentümern kann potenzieller Leerstand oft im Vorfeld abgewendet werden. Zudem werden mittels gezielter Maßnahmen und Projekte die wenigen bestehenden Leerstände weiter reduziert. Das Eigentümer-Netzwerk, das Pop-up-Projekt Tapetenwechsel sowie das Betreiben eines Leerstandskatasters (Standortportal) stellen Beispiele in diesem Zusammenhang dar.

City-Marketing (Bielefeld Marketing GmbH)

Die Bielefeld Marketing GmbH startete im City-Marketing mit einer Teilzeitstelle (50 %) in den City-Entwicklungs-Prozess. Diese wurde im Mai 2023 um eine weitere Teilzeitstelle auf 100 % aufgestockt, mit dem Ziel, weitere Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt realisieren zu können und die Kommunikation rund um die City zu intensivieren (Drucksache-Nr. 5479/2020-2025).

Der Fokus des City-Marketings liegt bei der Umsetzung von Marketingmaßnahmen und -kampagnen zur Stärkung der Innenstadt auf Grundlage der Markenstrategie für Bielefeld. Zur Belebung und Verschönerung der City, Pflege und Verbesserung des Images sowie zur Vernetzung und Beteiligung von relevanten Innenstadtakteuren konnten in den vergangenen Jahren bereits zahlreiche, richtungsweisende Projekte erfolgreich umgesetzt werden.

Mit der Zielsetzung einer belebten Innenstadt und zur Profilierung der Stadtmarke wurde die Produktlinie „CityLife“ entwickelt, über die regelmäßig Aktionen und temporäre Inszenierungen in der Bielefelder City promotet werden. Die zielgruppenspezifische Ausrichtung der einzelnen Aktionen, das breite Spektrum der Themen und die Wiedererkennbarkeit bei der Kommunikation schafft Sympathie und Vertrauen bei den Adressaten.

Darüber hinaus wurden regelmäßig gezielte Imagekampagnen in Bielefeld und im Umland umgesetzt, um Menschen zu motivieren, die Bielefelder Innenstadt zu besuchen.

Für eine höhere Akzeptanz von (Marketing-) Maßnahmen im City-Entwicklungsprozess ist es von großer Bedeutung, Stakeholdern aktiv in die Entwicklung und Darstellung des Zentrums einzubeziehen. Über partizipative Kampagnen (z. B. Ideen-Wettbewerb „Deine Fan-Aktion für Bielefeld“) und Beteiligungsformate (z. B. City.Conference Bielefeld) konnten in den letzten drei Jahren wichtige Impulse und Ideen aus der Stadtgesellschaft eruiert, Stakeholder vernetzt und neue Innenstadtformate (z. B. Kaffee-Klatsch Bielefeld der Kaufmannschaft Altstadt, BIELEnale der Musik- und Kunstschule) zur Umsetzung verholten werden.

Neben der Umsetzung von stärkenden Projekten stehen immer auch begleitend die gezielte Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen dieser Maßnahmen. Darüber hinaus stehen weitere Themen, die auf die Stärkung der Innenstadt einzahlen, im Handlungsfokus der Bielefeld Marketing.

Steuerung des Prozesses | Beteiligung

Die Stärke der derzeitigen Organisationsstruktur liegt in der Vielfalt der Fachexpertisen, die sich mit der Innenstadt beschäftigen. Der Austausch führt zu Synergien, neuen Projekten und vermeidet Doppelstrukturen.

Bezirksvertretung Mitte | Stadtentwicklungsausschuss

Die Bezirksvertretung Mitte sowie der Stadtentwicklungsausschuss werden regelmäßig über die aktuellen Projekte des City.Teams informiert. Ebenso wurden in dieser Zeit in den

Gremien entscheidende Beschlüsse gefasst (Bsp. Innenstadtstrategie).

Lenkungskreis

Den regelmäßigen Informationsaustausch zwischen allen innenstadtrelevanten Akteurinnen und Akteuren sowie den fachlichen Input sichert der Lenkungskreis City-Entwicklung. Beteiligte sind dabei Vertreterinnen und Vertreter des Handelsverbands Ostwestfalen-Lippe e.V., der IHK Ostwestfalen zu Bielefeld, der DEHOGA Ostwestfalen-Lippe e.V. sowie des „Altstadt Team Bielefeld“ und der „Werbegemeinschaft City“ sowie das Amt für Verkehr.

Die Organisationsstruktur zeigt, dass die City-Entwicklung eine Querschnittsaufgabe ist, die unterschiedliche Akteurinnen und Akteure miteinbezieht und beteiligt, um das Ziel einer resilienten Innenstadt verwirklichen zu können. Erweitert wurde der Lenkungskreis um das Ordnungsamt, um die Themen Sicherheit und Ordnung zu stärken. Themenbezogen nehmen weitere Akteurinnen und Akteure an den Sitzungen teil.

Verwaltungsinterner Arbeitskreis (AK)

Der verwaltungsinterne Arbeitskreis besteht aus dem City.Team und dem Amt für Verkehr. Der Austausch auf operativer Ebene im AK hat sich bewährt und stellt die projektübergreifende Abstimmung (Bsp. Projekt altstadt.raum) sicher. Bei Bedarf wird der AK ergänzt.

City-Management Forum

Entgegen ersten Überlegungen wurde die Erforderlichkeit eines separaten Forums als regelmäßiger interdisziplinärer Austausch verschiedener Institutionen und Akteurinnen und Akteuren nicht mehr gesehen. Stattdessen hat sich ein bedarfsorientierter direkter Austausch etabliert, welcher durch gemeinsame institutionsübergreifende Projekte (z. B. zusammen mit dem Digitalisierungsbüro) verstetigt wird. Zudem sind relevante Akteurinnen und Akteure wie das „Altstadt Team Bielefeld“ und die „Werbegemeinschaft City“ im Lenkungskreis vertreten und es existieren bereits weitere themenbezogene Austauschformate mit Innenstadtbezug wie das Kernteam zum altstadt.raum, der Runde Tisch Bahnhofsumfeld oder die AG Stadtbildpflege.

City-Conference

Im Mai 2022 wurde als Auftaktveranstaltung des City.Teams die City.Conference durchgeführt. Die City.Conference diente dem wichtigen Austausch von knapp 230 Akteurinnen und Akteuren aus Stadtgesellschaft, Politik, Wirtschaft, Verwaltung und Kultur. Das Format wurde gut angenommen. Anknüpfend an den Erfolg dieses Teilnehmungsformats ist die Entwicklung weiterer partizipativer Kampagnen und Teilnehmungsformate von großer Bedeutung, um regelmäßig in den Austausch mit Stakeholdern der Bielefelder Innenstadt zu kommen und Innenstadtakteurinnen und Innenstadtakteuren zur Umsetzung ihrer eigenen Projekte zu verhelfen.

Neu: Quartiersbüro in der Innenstadt

Das City.Team ist Ansprechpartner für alle Anliegen von Bürgerinnen und Bürger sowie Akteurinnen und Akteure vor Ort. Um dies in Zukunft noch effizienter und präsenter durchführen zu können, möchte das City.Team mit einem Quartiersbüro in der Innenstadt Präsenz zeigen. Durch räumliche Nähe kann die institutionsübergreifende Arbeit noch enger verzahnt werden.

Das Quartiersbüro soll dazu dienen, ein niederschwelliges Angebot und Anlaufstelle für die breite Stadtgesellschaft zu bieten, um weitere Anregungen für den Prozess zu erhalten. Darüber hinaus wird über Projekte, Rahmenbedingungen und Fördermöglichkeiten informiert. Zeitgleich soll ein Ort entstehen, in dem Besprechungen mitten in der Innenstadt abgehalten werden können. Besonders zukünftige Großbauprojekte in der Innenstadt benötigen eine Anlaufstelle für Bürgerinnen und Bürger sowie Akteurinnen und Akteure. Für das Büro wird aktuell nach einer Lokalität im Bereich der Bahnhofstraße gesucht.

Budgetplanung

Über eingeworbene Fördermittel hinaus gibt es, gemäß Ratsbeschluss aus dem Jahr 2020, ein jährliches Budget für Sachkosten in Höhe von 100.000 €, das im Wirtschaftsplan der WEGE mbH eingestellt ist. Damit steuert und realisiert das City.Team Aktivitäten, die für eine flexible Handlungsfähigkeit außerhalb von Förderprogrammen und -fristen erforderlich sind.

In den vergangenen Jahren sind fortlaufende Projekte entstanden, die rund 75 % des Jahresbudgets einnehmen. Hier sind unter anderem die Bepflanzung der Innenstadt mit rund 38.000 €, die Weihnachtsbaumaktion mit rund 8.000 €, das Leerstandsmanagement mit rund 9.000 € sowie Aktionen und Kampagnen (s. Internetlinks: [Projekt CityLife | Bielefeld.JETZT](#) oder [Abgeschlossene Projekte City | Bielefeld.JETZT](#)) mit rund 20.000 € zu nennen.

Für die notwendige flexible Handlungsfähigkeit zur Umsetzung von Maßnahmen des City-Marketings sind bei der Bielefeld Marketing GmbH für die Jahre 2024/25 ebenfalls 100.000 € jährlich zusätzlich bereitgestellt worden (Drucksachen- Nr. 7161/2020-2025).

Fazit

Die Vielzahl von Projekten konnte insbesondere aufgrund der Förderprogramme des Landes „Sofortprogramm NRW zur Stärkung unserer Innenstädte und Zentren“ und „Zukunftsfähige Innenstädte und Ortszentren NRW“ sowie des Bundes mit dem „Bundesprogramm - Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren (ZIZ)“ realisiert werden. Die Verwaltung wird sich auch weiterhin um die Einwerbung von Fördermitteln bemühen. Dennoch zeigt sich immer mehr, dass man hiermit allein den zunehmenden Anforderungen an einen effektiven Prozess des City-Managements nicht gerecht werden kann. Gerade der leider hohe bürokratische Aufwand in der Abwicklung von Fördermitteln und die notwendige Flexibilität, auch kurzfristig Projektbeauftragungen durchzuführen, unterstreicht die Notwendigkeit ausreichender Sachkosten.

Der Dreiklang aus lang-, mittel- und kurzfristigen Maßnahmen mit verschiedenen Schwerpunkten hat sich bewährt. Die Integration von Projekten und Prozessen ermöglicht eine ganzheitliche Betrachtung und gegebenenfalls eine Ergänzung der bestehenden Ansätze. Damals wie heute gilt, ein erfolgreicher City-Entwicklungsprozess gelingt nur zusammen und benötigt die Fachexpertise aus Marketing, Immobilienmanagement, Wirtschaftsförderung sowie Stadtentwicklung. Die Arbeit des City.Teams hat sich aus Sicht der Verwaltung etabliert.

Im persönlichen und regelmäßigen Austausch der Stadt mit den Eigentümerinnen und Eigentümern liegt der Schlüssel zur Gestaltung einer nachhaltigen und zukunftsorientierten der Innenstadt.

Sollte ein Ausbau der Aktivitäten sowie die weitere Optimierung des City-Entwicklungsprozesses gewünscht sein, wäre eine personelle und finanzielle Erweiterung des City.Teams notwendig.

Oberbürgermeister

Bielefeld, den

Clausen