

Beschlussvorschlag

Die Verwaltung wird beauftragt, auf Basis des vorgestellten 10-Punkte-Plans die Innenstadt und die Stadtteilzentren als lebendige und dynamische Versorgungs- und Erlebniszentren zu stärken und weiter zu entwickeln. Die zuständigen städtischen Gremien werden in geeigneter Form über den Stand der Umsetzung informiert.

Der gemeinsame Antrag der CSU-Stadtratsfraktion und Bündnis 90/Die Grünen vom [28.05.2021](#) wird mit der vorliegenden Beschlussvorlage somit geschäftsordnungsgemäß beantwortet.

Begründung/Bericht

Die Augsburger Innenstadt und die Stadtteile waren bislang sehr stark durch den Einzelhandel geprägt. Der Handel wird auch weiterhin eine wichtige und dominante Rolle spielen. Allerdings werden zukünftig verstärkt auch viele weitere Nutzungsformen und Funktionen an Bedeutung gewinnen und gemeinsam mit der Handelsfunktion das Einkaufserlebnis in der Innenstadt und den Stadtteilzentren ausmachen.

Ein grundsätzlicher Wandel der Nutzungen hat sich schon im Zuge des allgemeinen Strukturwandels im Einzelhandel angedeutet und ist nun durch die Corona-Pandemie verfrüht in Erscheinung getreten. Nicht nur für das „Wieder-Hochfahren“, sondern auch darüber hinaus, sind somit zahlreiche strategische Maßnahmen notwendig, um die Funktionen der Innenstadt und Stadtteilzentren zu sichern und nachhaltig weiterzuentwickeln. Hauptziele sind insbesondere die Sicherstellung des Unternehmertums und die Steigerung lokaler Wertschöpfung („Digitale Innenstadt“), die Steigerung der Frequenz und Erhöhung der Aufenthaltsdauer sowie die Steigerung des Freizeit- und Erlebniswerts mittels weiterer Attraktionen für unterschiedliche Zielgruppen, wie es bereits für den erfolgreichen, vergangenen und den kommenden Stadtsommer konzipiert und erfolgreich umgesetzt wurde. Verbunden mit einer guten Erreichbarkeit und verstärkter Partizipation von (Innenstadt-)Akteuren muss darüber hinaus eine stärkere Kaufkraftbindung aus dem Einzugsgebiet generiert werden.

Das nachfolgend vorgeschlagene 10 Punkte-Programm soll daher konkrete Maßnahmen, aber auch fundamentale thematische Schwerpunkte aufgreifen, die dieser Zielsetzung entsprechen und dazu beitragen, ansässige Gewerbetreibende zu unterstützen und neue Betriebe anzusiedeln, aber auch gleichzeitig die Attraktivität dieser Bereiche langfristig zu stärken und weiterzuentwickeln.

1. Generalsanierung und Vermarktung des Stadtmarkts

- a) Der Augsburger Stadtmarkt besitzt eine hohe Anziehungskraft für Einwohner, Besucher aus dem Umland und Touristen. Daher soll seine Strahlkraft durch umfangreiche Maßnahmen gesichert und weiterentwickelt werden. Er trägt maßgeblich zur Attraktivität der Fußgängerzone und der gesamten Einkaufsinnenstadt bei. Neben der Entwicklung/Umsetzung des Nutzungskonzepts für den Bauernmarkt und die Marktgastrstätte, der Oberflächensanierung von Bauernmarkt und Bäckergasse und der Neugestaltung des Nordzugangs, liegt der Schwerpunkt auf der Erhöhung der Sichtbarkeit nach außen und einer geänderten Nutzungs- bzw. Öffnungs(zeiten)struktur. Die Machbarkeitsstudie der cima Beratung + Management GmbH aus dem Jahr 2020 hat diese Potenziale und Entwicklungsschritte bereits analysiert und eine Priorisierung zur zeitlichen Umsetzung aufgezeigt.
- b) Für die zukunftsgerichtete Weiterentwicklung ist eine einheitliche Vermarktung notwendig, weshalb auf den Ergebnissen der Machbarkeitsstudie basierend durch

Augsburg Marketing, den Förderverein Stadtmarkt e.V. und anderen interessierten Personen ein entsprechender Markenbildungsprozess gestartet wurde. Zielsetzung ist die Ausgestaltung eines einheitlichen Stadtmarkt CDs/CIs, um eine einheitliche Gestaltung zur Steigerung des Wiedererkennungswerts und zielgruppenorientierten Platzierung in den (online-)Medien zu generieren, und entsprechende Vermarktungskonzepte.

- c) Des Weiteren wird derzeit ein Konzept für den ergänzenden Betrieb eines „Stadtmarkt-Stores“ (Namensgebung offen) durch Augsburg Marketing in einer städtischen Ladenfläche am Stadtmarkt mit Ausrichtung zur Fußgängerzone ausgearbeitet und geprüft. Durch den Store soll die Vermarktung und Sichtbarkeit des Stadtmarktes nach außen hin verbessert und eine direkte Kopplung mit den Betrieben in der Einkaufsinnenstadt erzeugt werden. Geplant ist der Verkauf von fertig zusammengestellten Produktboxen, Abhol- und Liefermöglichkeiten außerhalb der Öffnungszeiten für Kunden des Stadtmarkts und weitere Marketingangebote für Interessierte (bspw. Pop-up-Kitchen mit Kursen zu regionaler/nachhaltiger Küche/Ernährung). Durch eine Kooperation mit der Firma Boxbote soll in den Store auch das Shop&Drop-Serviceangebot für Innenstadtinkäufe integriert werden.

2. Verbesserung von Erreichbarkeits- und Mobilitätsangeboten

Die Erreichbarkeit für Einwohnerinnen und Einwohner und Besuchende aus dem Umland, aber auch Touristen, bildet die Grundlage für die Belebung der Innenstadt. Dabei gilt es, die Hemmschwellen eines Innenstadtbisuchs zu senken und attraktive Mobilitätsangebote für möglichst alle Zielgruppen anzubieten. Neben zusätzlichen ÖPNV-Angeboten im Rahmen von Aktionstagen und zusätzlichen Fahrradabstellplätzen werden daher auch weitere Ideen, wie z.B. innerstädtische Fahrradparkhäuser, Zwischennutzungen von Leerständen oder Aktionstage für Fahrradfahrer weiterverfolgt, um eine Verbesserung der Erreichbarkeit für alle Verkehrsarten zu gewährleisten.

3. Citylogistik

- a) Die Unterstützung des Shop & Drop-Konzepts wird auch künftig weitergeführt. Im nächsten Schritt werden weitere Annahme-/Abgabestellen für Einkäufe in der Innenstadt geprüft.
- b) Um die Aufenthaltsqualität zu erhöhen, werden derzeit und auch weiterhin Maßnahmen und Fördermöglichkeiten geprüft, die eine verkehrliche Entlastung des zentralen Versorgungsbereichs ermöglichen. Ziel ist dabei die Reduzierung bzw. Bündelung des Warenwirtschaftsverkehrs. In Kooperation mit der Hochschule Augsburg (HSA) werden derzeit neue City-Logistikkonzepte auf Basis von Erhebungen und Datengrundlagen der HSA sowie der Ergebnisse von Workshops mit KEP-Dienstleistern ausgewertet und weiter ausgearbeitet.
- c) Durch Mikrodepots oder auch Cityhubs kann die Logistik auf der letzten Meile weiter optimiert werden. Grundsätzlich bringt jeder Warenumschlag für Logistikunternehmen neben dem räumlichen auch einen zeitlichen und personellen Mehraufwand mit sich, sodass ein wirtschaftlicher Betrieb eines Warenumschlags von LKW auf andere

Mobilitätsformen derzeit für viele Anbieter noch nicht gegeben ist. Da Logistik- bzw. Lagerflächen zudem im unteren Preissegment liegen, die zusätzlich zur Verfügbarkeit die hohen Ansprüche der Logistiker (Anlieferung etc.) hinsichtlich ihrer funktionalen Kriterien erfüllen müssen, gestaltet sich eine Umsetzung derzeit noch schwierig. Umsetzungsmöglichkeiten und verfügbare Flächen werden hinsichtlich dieser Kriterien laufend geprüft.

4. Immobilienialoge

- a) Im Zuge des Strukturwandels sinkt die Nachfrage nach größeren Handelsflächen. Auch in machen Randlagen lassen sich Ladenlokale nur noch schwer neu vermieten und müssen dementsprechend umgenutzt werden. Durch den Rückzug größerer Handelsketten waren die Haupteinkaufslagen zuletzt auch durch einen größeren Mietpreisverfall geprägt. Gleichzeitig ist eine hohe Nachfrage im Bereich des kleinteiligen, inhabergeführten Einzelhandels, aber auch in vielen alternativen Nutzungsbereichen erkennbar. An dieser Stelle ist auf Seiten der Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer eine Information und Sensibilisierung notwendig, die Verständnis für diese Entwicklung schafft. Ziel ist es, die Bereitschaft für realistische und ortsangepasste Nutzungsmöglichkeiten und Mietpreise zu schaffen und ein Neu-Denken von Lagen und Immobilien anzustoßen. Hierfür ist für das dritte Quartal bereits eine Veranstaltungsreihe mit Immobilieneigentümerinnen und -eigentümern des Innenstadtbereichs geplant, die durch die Einbindung verschiedener Experten aus der Praxis Impulse, innovative Ansätze und Hilfestellung bzgl. der Möglichkeiten, Ideen und Erwartungen zu neuen Nutzungsformaten von Handelsimmobilien geben wird.
- b) In den Einkaufslagen kommt es aus unterschiedlichen Gründen immer wieder zu Leerständen. Unabhängig davon, ob sich ein Objekt grundsätzlich schwer neu vermieten lässt oder aufgrund von Umbaumaßnahmen ungenutzt ist, wirken sich Leerstände stets negativ auf das Umfeld aus. Immer kürzere Mietvertragslaufzeiten führen hierbei zu einer stärkeren Fluktuation und mit entsprechenden „Leerlaufzeiten“. Auch bei diesen Herausforderungen müssen Immobilieneigentümer zukünftig unterstützt werden. Für diesen Bereich können Erfahrungen der Stadt Augsburg mit temporären Zwischennutzungen weitergegeben werden (bspw. Designkaufhaus Annastraße), um beispielsweise parallel neue Mieter zu akquirieren oder langfristige Strategien zu ortsangepassten Nutzungsmöglichkeiten entwickeln zu können. Die künstlerische Schaufenstergestaltung von ungenutzten Handelsflächen verbessern ergänzend die Außendarstellung (bspw. ehem. Champions-Store, Karolinenstraße). Alternativ wurde von Augsburg Marketing in Abstimmung mit der Unteren Denkmalschutzbehörde eine entsprechende Folierung entwickelt, die ebenfalls verwendet wird, um übergangsweise zu einer einheitlichen, attraktiven Gestaltung Schaufenstern beizutragen, die beispielsweise aufgrund von Bauarbeiten anderweitig nicht nutzbar sind.
- c) Generell unterstützt die Wirtschaftsförderung im Rahmen des Flächenmanagements bereits aktiv die Ansiedlung neuer Konzepte mit dem Ziel einer schnellen Neubelegung von Flächen. Für Leerstände, die nicht für Zwischennutzungen zur Verfügung stehen,

wurde in Zusammenarbeit mit Augsburger Künstlern und Fotografen ein Projekt gestartet, um durch eine attraktive und wechselnde Schaufenstergestaltung die Außendarstellung und Optik zu verbessern und durch die Kunstwerke neue Zielgruppen anzulocken. Darüber hinaus ist die Wirtschaftsförderung zusammen mit dem Fraunhofer IIS und der Günther Rid Stiftung Partner des Projekts „City-in-Use“ der Hochschule Augsburg, um die Entwicklung zukunftsgerichtete Nutzungskombinationen mit zu begleiten.

5. Regulatorische Instrumente und Netzwerk-/Gremienarbeit

- a) Bezugnehmend auf den vorherigen Punkt ist die Gründung von bedarfsorientierten Standortgemeinschaften – vergleichbar mit freiwilligen Business Improvement Districts (BIDs) – ein entsprechendes Instrument, um künftig den Rahmen für projektbezogene Immobiliendialoge zu bilden und zu begleiten. Die Entwicklung einer gemeinsamen Strategie und gemeinsamer Ziele für ein Quartier, eine Lage oder einen Straßenzug, die die Grundlage der Gremienarbeit darstellt, unterstützt eine zielgerichtete Zusammenarbeit. Perspektive ist dabei eine gegenseitige Unterstützung aller beteiligter Akteure untereinander, mit klar definiertem Aufgabenprofil und Umsetzungshorizont (bspw. Gewerbetreibende und Immobilieneigentümer, ggf. zzgl. Aktions-, Werbe- oder Interessensgemeinschaften), von der alle gleichermaßen profitieren.
- b) Die Zusammenarbeit ermöglicht gerade in schwierigen Lagen eine Belebung und (städtebauliche) Aufwertung. Auch in etablierten Lagen wird dadurch eine Weiterentwicklung insbesondere von öffentlichen Flächen ermöglicht. Die Bespielung von Leerständen mit flexiblen (Zwischen-)Nutzungen spielt bzgl. des coronabedingten Attraktivitätsverlusts einzelner Handelsimmobilien ebenso eine wichtige Rolle.
- c) Zusätzlich wird die finanzielle Förderung und inhaltliche Unterstützung von Aktions-, Interessen- und Werbegemeinschaften auf Innenstadt- und Stadtteilebene beibehalten. Regelmäßiger Austausch und Netzwerktreffen mit Stakeholdern bzw. Vertretern aus der Wirtschaft bilden neben der intensiven Einbindung des Innenstadtgewerbebeirats die maßgebliche Grundlage. Gemäß der BSV/13/01360 (Förderung v. Aktions- und Werbegemeinschaften d. Innenstadt und Stadtteile) werden die Gemeinschaften in den Stadtteilen auch weiterhin finanziell unterstützt. Durch die Einbindung von Augsburg Marketing werden auch die Stadtteilaktivitäten zukünftig verstärkt über augsburg-city.de vermarktet und kommuniziert.

6. Neue Nutzungskonzepte und Zwischennutzungen

- a) Neue Nutzungen beinhalten bspw. urbane Produktion, Handwerk, Freizeit- und Kulturangebote, neue Arbeitsformen, die Integration von Bildungsangebot u.v.m. Eine entsprechende Nutzungsdurchmischung bietet die Chancen, die Innenstadt bzw. Stadtteilzentren auch nach Geschäftsschluss vital zu halten und die Resilienz dieser Lagen für künftige Krisen zu erhöhen, von der sowohl Gewerbetreibende als auch Eigentümerinnen und Eigentümer langfristig profitieren.

- b) Zwischennutzungen ermöglichen bis zur erneuten Vermietung eine übergangsweise Bespielung von leerstehenden Flächen. Jungunternehmerinnen und -unternehmer können darüber hinaus Ideen ausprobieren, um Feedback für eine langfristige Nutzung in der Fußgängerzone zu sammeln. Derartige Nutzungen haben immer wieder aufgezeigt, dass wechselnde Konzepte das Interesse der Besucher wecken und einen Magnet in der Fußgängerzone darstellen. Stadteigene Zwischennutzungskonzepte, wie „Räumchen wechsel Dich“ oder die „Zwischenzeit“, haben sich bewährt, werden auch weiterhin fortgeführt und nach Möglichkeit ausgebaut.
- c) Insbesondere im Bereich der Zwischennutzungen trägt eine Vereinfachung bzw. Beschleunigung von Genehmigungsverfahren dazu bei, die Bereitschaft privater Immobilieneigentümer zu erhöhen, für temporäre Nutzungen zur Verfügung zu stellen. Nutzungsänderungen bedürfen oftmals einer bauordnungsrechtlichen Genehmigung und stehen daher für viele Eigentümerinnen und Eigentümer in keinem angemessenen Verhältnis zum Mehrwert einer temporären Zwischennutzung. Vor allem die Bearbeitungszeit, aber auch die finanziellen Auswirkungen spielen dabei eine maßgebliche Rolle. Darüber hinaus wäre nach einer Zwischennutzung ein weiteres Umnutzungsverfahren notwendig, um die ursprüngliche Genehmigung wiederzuerlangen. Durch den Abbau bürokratischer Hürden, bspw. in Form von befristeten Duldungen und baurechtlich abgestimmte Handlungsleitfäden werden schwierige Lagen zukünftig leichter flexiblen und kreativen Nutzungen zugeführt werden. Über die bereits verlautbarten Regelungen des Bayerischen Staatsministeriums für Wohnen, Bau und Verkehr wird über das hinaus versucht, solche Zwischennutzungen zu erreichen.

7. Stadtsommer – Steigerung der Aufenthaltsqualität, Installationen und Veranstaltungen

- a) Durch den Rückgang des Einzelhandels als dominierende Leitfunktion, rückt der Freizeit- und Erlebniswert in der Innenstadt immer stärker in den Fokus. Die Ergebnisse des jährlichen Innenstadtmonitorings (während der Corona-Pandemie pausiert) bestätigen immer wieder aufs Neue den Wunsch der Besuchenden nach mehr Aufenthaltsqualität, Begrünung, Sitzgelegenheiten, u. Ä. Auch deshalb wurden in den vergangenen Jahren bereits etliche Maßnahmen umgesetzt, um die Aufenthaltsqualität zu steigern. Die Fortführung bzw. Ausweitung des temporären Stadtgrüns wurde ebenfalls erfolgreich umgesetzt. Künftige Ansatzpunkte sind die Schaffung von konsumfreien Sitzgelegenheiten (ggf. temporär) und Kinderaufenthaltsflächen. Die Umsetzung von Spielmöglichkeiten für Kinder in zentraler Lage wird derzeit dienststellenübergreifend geprüft. Zusätzlich werden die Entwicklung eines einheitlichen Besucherorientierungssystems und die Erhöhung der Sauberkeit durch neue und moderne Abfallbehälter bzw. die Sensibilisierung von Eigentümern bzgl. Mülltonnen in der Fußgängerzone angestrebt. Die Wirtschaftsförderung wird hier in Zusammenarbeit mit den entsprechenden Dienststellen, v.a. auch im Hinblick auf die post-Corona-Zeit, die Umsetzung weiterer Bausteine prüfen und nach Möglichkeit umsetzen.

- b) Aufgrund der positiven Resonanz werden Installationen und Events von Augsburg Marketing auch künftig in ähnlicher Weise fortgeführt. Positive Beispiele sind unter anderem die Installation von Lampions in der Fußgängerzone, temporäre Sport- und Freizeitangebote (Yoga, Swing, Tai Chi) und Lichtinstallationen im Winterhalbjahr als Ergänzung zur Weihnachtsbeleuchtung. Ebenso sollten künftig erfolgreiche Pandemieformate, wie die Annahofbühne oder der Kulturbiergarten, fortgeführt und erweitert werden (bspw. Schlemmerfestival Maxstraße). Auch etablierte Innenstadtveranstaltungen, wie LaStrada oder Vorleseabende vor der Stadtbücherei, werden genauso, wie Aktionen rund um den Augsburg-City-Gutschein, noch stärker beworben.
- c) Strategisches Ziel ist künftig auch, Gewerbetreibende zu unterstützen, attraktive Erlebnisräume in der Innenstadt und den Stadtteilzentren zu schaffen und den unkonventionellen Charakter der Gestaltungs- und Genehmigungsprozesse von bereits umgesetzten, flexiblen Nutzungsmöglichkeiten dienststellenübergreifend beizubehalten. Als positive Beispiele sind insbesondere die Anpassung der Gestaltungssatzung, die Nutzung öffentlicher Flächen und Sondernutzungen und temporäre Nutzungsmöglichkeiten des öffentlichen Verkehrsgrundes vor Leerständen, benachbarten Betrieben oder auf Parkplätzen zu erwähnen.
- d) Zur Evaluierung dieser Maßnahmen werden Erhebungsinstrumente, wie das jährliche Innenstadtmonitoring in Zusammenarbeit mit der Universität Augsburg, weiterhin genutzt und nach Bedarf ausgebaut. Für eine durchgehende Passantenfrequenzerhebung hat die Wirtschaftsförderung im Januar 2021 bereits an fünf Standorten Laserzählgeräte installieren lassen (Steingasse, Judenberg, Annastraße, Philippine-Welser-Straße und Bahnhofstraße), um Daten zur Auswirkung einzelner Veranstaltungen oder ähnlicher Faktoren zu messen. Die Gesamtheit der erhobenen Monitoring-Daten bildet derzeit und auch zukünftig eine fundamentale Grundlage für die Bewertung von Maßnahmen, die im Rahmen der Innenstadtentwicklung geplant und durchgeführt werden. Zugleich werden dadurch Bedarfe bzw. Wünsche frühzeitig erkannt und können bei der Innenstadtgestaltung berücksichtigt werden.

8. Unterstützung bei der Digitalisierung des lokalen Einzelhandels

- a) Das Programm „Online-fertig-los!“ des StMD zusammen mit der Wirtschaftsförderung hat mit der Auftaktveranstaltung in Augsburg bereits für ausgewählte Kleinunternehmen die individuellen Möglichkeiten der Digitalisierung aufgezeigt. Derartige Angebote v.a. zur Unterstützung des (inhabergeführten) Einzelhandels werden durch Augsburg Marketing im Rahmen eines Digitallotsen-Programms weiter ausgebaut.
- b) Darüber hinaus werden über die Fa. Boxbote mit finanzieller und marketingtechnischer Unterstützung von Augsburg Marketing „Boxbote-Einstiegspakete“ erarbeitet. Händlerinnen und Händler sollen dadurch für sechs Monate eine geförderte Möglichkeit bekommen, eine entsprechende Onlineplatzierung mit umweltfreundlicher Lieferlogistik und die langfristigen Vorteile eines Online-Marktplatzes zu testen.

- c) Eine Online-Plattform für den lokalen Handel unterstützt die Einbindung Einzelner in das Gesamtgefüge des zentralen Versorgungsbereichs, die Vernetzung untereinander und die Möglichkeit einer nachhaltigen Logistik. Der Erfolg bekannter Plattformen, wie bspw. Amazon und Zalando, zeichnet sich insbesondere durch ein umfangreiches Warenangebot, die 24/7-Verfügbarkeit und die Benutzerfreundlichkeit aus. Eine entsprechende Plattform für Augsburg kann dazu beitragen, dass sich der lokale Einzelhandel ggü. diesen Plattformen behaupten kann, wofür die Fa. Boxbote und das Portal von Augsburg Marketing als Pilotprojekt die Grundlage bilden.

Wichtige Aspekte sind dabei, dass ein Großteil des (inhabergeführten) Augsburger Einzelhandels vertreten ist, dass sowohl für Anwender als auch Nutzer eine unkomplizierte Bedienung gewährleistet ist, um auch eine hohe Bereitschaft zur Teilnahme zu generieren und darüber hinaus die Plattform von Anfang an eine hohe Funktionalität aufweist, um mit bekannten Plattformen konkurrieren zu können und den Nutzenden einen echten Mehrwert zu schaffen. Insbesondere das Kosten-Nutzen-Verhältnis muss für beiden Seiten angemessen und leistbar sein.

Die Problemstellungen sind bisher von keinem der bekannten Anbieter gelöst. Einerseits besteht eine große Hemmschwelle bei der Einstellung von Produkten und Bildern und Infotexten, da dieser Prozess gerade für den kleinen inhabergeführten Einzelhandel einen nicht zu unterschätzenden zeitlichen und finanziellen Mehraufwand bedeutet. Andererseits sind die Voraussetzungen oftmals prinzipiell nicht gegeben, da viele Geschäfte noch analoge oder gar keine Warenwirtschaftssysteme haben. Somit ergibt sich der erste Ansatzpunkt bei der Digitalisierung von Betrieben, wofür es umfangreicher Unterstützungsmöglichkeiten und Förderungen bedarf, die, wie unter a) und b) erwähnt, bereits zur Umsetzung gebracht werden.

9. Förderprogramme und kommunaler Zwischenerwerb

- a) Für eine Reaktivierung bzw. Weiterentwicklung der Innenstadt und Stadtteilzentren bzw. die Aufwertung einzelner Lagen wird kurzfristig finanzielle Unterstützung benötigt. Es bedarf von Bund oder Land finanzierter Programme, um unbürokratisch den Aufbauprozess zu unterstützen. Bisher blieben bei den meisten Förderprogrammen Großstädte jedoch außen vor. Die Stadt Augsburg unterstützt deshalb die Forderungen des Bayerischen und Deutschen Städtetags nach staatlichen Förderprogrammen zum Erhalt der Innenstadt. Ein regelmäßiges Mitwirken in Arbeitskreisen, bei der Erstellung von Positionspapieren des Bayerischen und Deutschen Städtetags und am Runden Tisch „Innenstädte beleben“ zum Austausch von Best-Practice-Beispielen, haben sich bewährt und werden deshalb auch weiterhin unterstützt und weitergeführt. Fördermöglichkeiten werden stets geprüft.
- b) Kommunaler Zwischenerwerb bzw. die Anmietung und Untervermietung von leerstehenden Immobilien durch die Stadt Augsburg sind zudem geeignete Instrumente, um privaten Eigentümern Nutzungsmöglichkeiten für große Handelsflächen aufzuzeigen und das Brachliegen von strategisch wichtigen Flächen zu vermeiden (z.B. Woolworth,

Annastraße). Dies ermöglicht einen Zeitraum für konzeptionelle Überlegungen und die Suche nach Investoren, die Immobilien im Sinne einer zielgerichteten Weiterentwicklung der Fußgängerzone reaktivieren können. Auch hierfür bedarf es mehr Unterstützung für Kommunen.