

Stadt Nürnberg

Amt für Kommunikation
und Stadtmarketing

Leitung:

Andreas Franke

Fünferplatz 2

90403 Nürnberg

presse.nuernberg.de

Junge Perspektiven für die Nürnberger Innenstadt

Die Nürnberger Innenstadt ist für junge Menschen ein wichtiger Ort zum Einkaufen, für Freizeit und Begegnung. Sie kommen regelmäßig und verbringen dort mehrere Stunden. Dies und weitere Erkenntnisse ergeben sich aus der Schülerbefragung der Berufsschule 4 für kaufmännische Berufe mit mehr als 1 500 Teilnehmerinnen und Teilnehmern. Jetzt geht es um die Umsetzung der Ergebnisse, die konkrete Hinweise für die weitere Arbeit des Stabs Innenstadt bringen: bei der Ansiedlung neuer Geschäfte, bei attraktiven Orten zum Aufenthalt und bei der Ansprache junger Menschen.

Die gute Ausgangslage zeigt sich auch im Gesamtbild der Befragung. 54 Prozent der Befragten besuchen die Innenstadt mindestens einmal pro Woche. 43 Prozent sehen gleichermaßen Stärken und Entwicklungspotenziale. Gleichzeitig zeigen die Antworten, wo die Innenstadt aus Sicht junger Menschen noch besser werden kann.

Wirtschafts- und Wissenschaftsreferentin Dr. Andrea Heilmaier sagt: „Die jungen Menschen sind da und sie nutzen unsere Innenstadt. Das ist eine gute Ausgangslage. Gleichzeitig sagen sie uns sehr konkret, wo wir weiterarbeiten müssen: bei der Einkaufsvielfalt, der Aufenthaltsqualität, der Sauberkeit und der Sicherheit. Wir sind auf dem richtigen Weg und werden die Entwicklung gemeinsam mit unseren Partnerinnen und Partnern konsequent fortsetzen. Unser Ziel ist eine Innenstadt, die junge Menschen gerne besuchen und in der sie sich wohlfühlen.“

Mehr Vielfalt im Handel braucht passende Standorte

19 Prozent der Befragten sehen bei der Einkaufsvielfalt Handlungsbedarf und nennen dabei auch konkrete Markenwünsche. Der Stab Innenstadt verfolgt deshalb ein aktives Ansiedlungsmanagement. Die Stadt spricht Marken gezielt an und bringt sie mit Eigentümerinnen und Eigentümern

geeigneter Immobilien zusammen. Denn für eine erfolgreiche Ansiedlung müssen Marke, Konzept und Immobilie zusammenpassen. Nicht jede Fläche eignet sich für jedes Geschäft. Viele Marken haben Nürnberg bereits im Blick, warten aber auf das passende Objekt. Deshalb braucht es neben aktiver Ansprache auch geeignete Flächen und manchmal etwas Geduld.

Dass der stationäre Handel für junge Menschen weiterhin wichtig ist, zeigt auch ihr Einkaufsverhalten. 44 Prozent bevorzugen den Einkauf vor Ort. Rund 30 Prozent nutzen stationäre und Onlineangebote gleichermaßen, 26 Prozent kaufen überwiegend online. Der stationäre Handel bleibt damit ein wichtiger Anker der Innenstadt.

Die Schülerinnen und Schüler wünschen sich attraktive Orte zum Verweilen, mehr Grün und Sitzmöglichkeiten. Jeweils zehn Prozent nennen eine bessere Atmosphäre und mehr Begrünung als wichtige Handlungsfelder. Auch bei der Frage nach dem idealen Lieblingsort werden diese Wünsche deutlich. Zugleich spielen Sauberkeit und Sicherheit eine wichtige Rolle. Aktuelle Maßnahmen greifen zentrale Aspekte dieser Vorstellungen bereits auf. Die neuen Vernebler im Sommer schaffen zusätzliche Aufenthaltsqualität. Auch die neue Gestaltung im ersten Bauabschnitt der Breiten Gasse zeigt, wie öffentliche Räume attraktiver und zeitgemäßer gestaltet werden können. Die Befragung bestätigt damit die Bedeutung einer Innenstadt, die nicht nur zum Einkaufen, sondern auch zum Verweilen, Erleben und Begegnen einlädt.

Social-Media-Plattformen holen junge Menschen ab

Instagram und TikTok sind mit 70 beziehungsweise 69 Prozent die meistgenutzten sozialen Medien der Befragten. Für Informationen zu Neueröffnungen, Veranstaltungen und Neuigkeiten nutzen 54 Prozent TikTok und 44 Prozent Instagram. Mit @citylife.nuernberg betreibt die Stadt gemeinsam mit der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg einen Instagram-Kanal, der seit seinem Start im Sommer 2024 auf rund 10 000 Followerinnen und Follower gewachsen ist. Die Befragung bestätigt damit den eingeschlagenen Kommunikationsweg.

Die Befragung wurde von Auszubildenden zu Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung der Berufsschule 4 für kaufmännische Berufe gemeinsam mit dem Stab Innenstadt des Wirtschafts- und Wissenschaftsreferats und in Abstimmung mit dem Referat für Bildung konzipiert, durchgeführt und ausgewertet.



Bildungsreferentin Cornelia Trinkl betont: „Berufliche Bildung ist ein wichtiger Bestandteil der Nürnberger Bildungslandschaft. Die Ausbildung zur Fachangestellten beziehungsweise zum Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung passt dabei besonders gut zu Nürnberg als Standort mit langer Tradition in der Marktforschung. Dass die Auszubildenden ihr Fachwissen in einem konkreten Projekt anwenden und damit einen Beitrag zur Innenstadtentwicklung leisten konnten, ist ein gelungenes Beispiel für die Verbindung von Ausbildung und Praxis. Der Dank gilt dem gesamten Befragungsteam für das große Engagement und die sorgfältige Arbeit.“

Die Ergebnisse der Schülerbefragung werden mit den laufenden Maßnahmen und weiteren Erkenntnissen zur Innenstadtentwicklung abgeglichen und fließen in die weitere Planung ein. Damit liefert die Befragung nicht nur ein Bild der Perspektive junger Menschen, sondern konkrete Ansatzpunkte für die nächsten Schritte. Sie stehen im Einklang mit den Zielen des integrierten Stadtentwicklungskonzepts zum Erlebnisraum Altstadt und den Handlungsfeldern der Zukunftsinitiative Innenstadt. tom

Mehr Informationen gibt es auf der Webseite des Stabs Innenstadt, Zahlen zur Innenstadt, unter nuernberg.de/internet/innenstadt/profil.html.