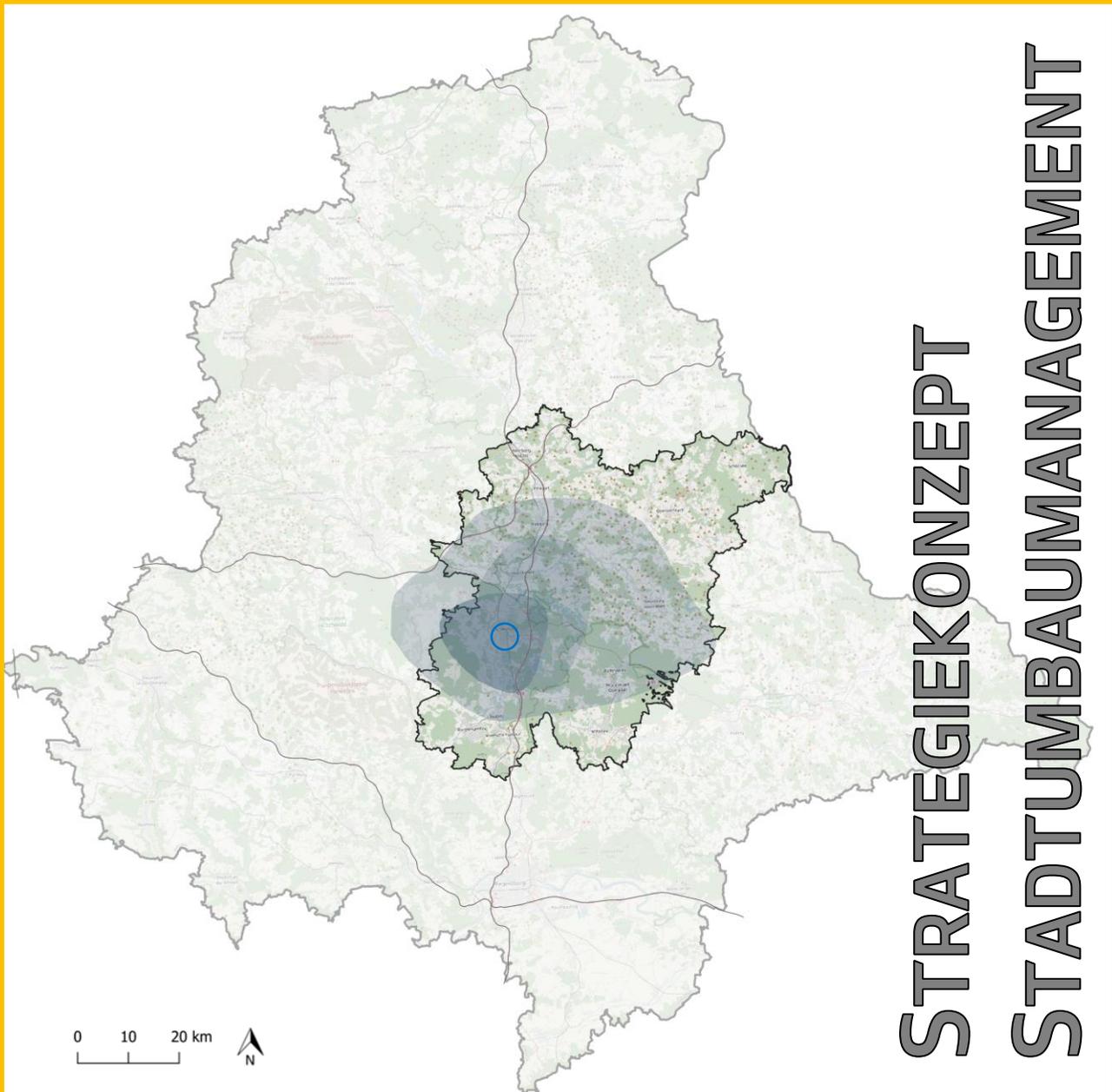




2023

# GROÙE KREISSTADT SCHWANDORF

Strategiekonzept Stadtumbaumanagement  
im Rahmen REACT-EU





**Auftraggeber:**

Stadt Schwandorf  
Spitalgarten 1  
92421 Schwandorf

**Bearbeitung:**

**PLANWERK STADTENTWICKLUNG**  
Dr. Preising, Schramm & Sperr Stadtplaner PartG mbB  
Stadtplaner, Regionalplaner, Geografen  
Äußere Sulzbacher Straße 29, 90491 Nürnberg  
www.planwerk.de



Gunter Schramm, Stadtplaner ByAK und Geograf, Soziologe, Politologe  
Anna Weinberger, M.Sc. Stadt- und Raumplanung

Dr. Fruhmann & Partner Beratungsgesellschaft mbH  
Heckenweg 8, 92331 Parsberg



Dr. Wolfgang Fruhmann, Dipl. Geograph Univ.

Grafische und kartografische Abbildungen sowie Bilder:  
PLANWERK STADTENTWICKLUNG und Dr. Fruhmann & Partner  
(sofern nicht anders vermerkt)

Grafik Deckblatt:  
Datengrundlage: Einzelhandelsentwicklungskonzept Stadt Schwandorf 2012  
Kartengrundlage: Bayerische Vermessungsverwaltung, OSM-Mitwirkende

Im Folgenden wird das generische Maskulinum verwendet, wobei alle Geschlechter gemeint sind.

Juni 2023

Förderung durch  
REACT-EU



EUROPÄISCHE UNION

EUROPÄISCHER FONDS  
FÜR REGIONALE ENTWICKLUNG  
als Teil der Reaktion der Union auf die  
COVID-19-Pandemie finanziert

REACT-EU



## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einführung.....</b>	<b>4</b>
1.1	Hintergrund und Zielsetzung.....	4
1.2	Vorgehensweise und Projektumfeld .....	4
<b>2</b>	<b>Ausgangssituation .....</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>Projektansatz Strategiekonzept Stadtumbaumanagement .....</b>	<b>8</b>
3.1	Strategiebeiträge .....	8
3.2	Strategieherleitung .....	9
3.3	Status quo Strategieaspekte .....	9
<b>4</b>	<b>Strategieplan Stadtumbaumanagement .....</b>	<b>12</b>
4.1	Strategiefelder .....	12
4.2	Strategiestatement .....	14
4.3	Maßnahmen .....	15
<b>5</b>	<b>Strategieumsetzung .....</b>	<b>22</b>

## Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1: Plakat Beteiligung.....	5
Abbildung 2: Schwandorfer Marktplatz .....	6
Abbildung 3: Übersicht lokale und regionale Akteure in Schwandorf .....	7



## 1 Einführung

### 1.1 Hintergrund und Zielsetzung

Die Große Kreisstadt Schwandorf ist bereits seit vielen Jahren auf unterschiedlichen Ebenen und mit unterschiedlichen Strukturen in der Stadtentwicklung tätig.

Übergeordnetes Ziel ist die Gestaltung eines attraktiven Lebens- und Wirtschaftsstandortes, der seine Aufgabe als Mittelzentrum der zentralen Oberpfalz gemäß der landesplanerischen Einstufung wahrnimmt. Die Bereitstellung der entsprechenden Daseinsvorsorgestrukturen in den wesentlichen Feldern der Daseinsgrundbedarfe haben dabei für eine größere Region zwischen den Oberzentren Amberg, Weiden i.d.OPf. und Regensburg für den Lebensalltag der Bewohner Bedeutung.

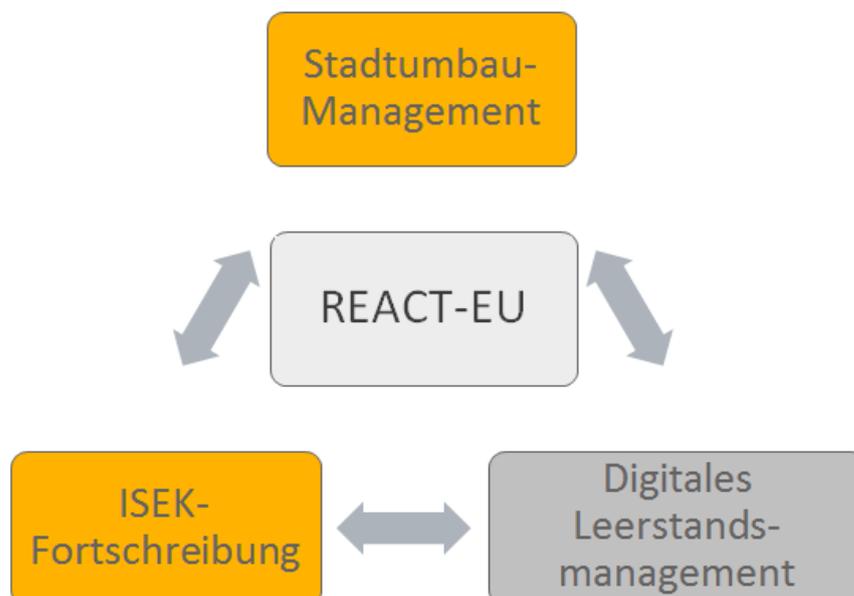
Diese raumstrukturellen, siedlungs- und soziodemographischen Verflechtungen sind Potenzial und Herausforderung gleichermaßen, da sich Alleinstellungsmerkmale Schwandorfs mit Wettbewerbsfaktoren zu den Nachbarstädten auf engerem Raum abbilden.

Hieraus ergibt sich der Ansatz, vor dem Hintergrund dieser Gegebenheiten ein Konzept zu formulieren, das fokussiert und stringent die Ansätze, Aufgaben und Ziele zu einem strategischen Dach bündelt.

Zur Verfolgung dieses Ziels hat sich die Stadt Schwandorf erfolgreich in das Förderprogramm REACT-EU beworben (Recovery Assistance for Cohesion and the Territories of Europe). Dies hat als Aufbauhilfe zur Zielsetzung, die wirtschaftlichen und sozialen Folgen der Corona-Pandemie abzufedern. Mit Konzepten und Projekten sollen Kommunen in der EU gestärkt aus der Krise hervorgehen und auf künftige Herausforderungen vorbereitet werden

### 1.2 Vorgehensweise und Projektumfeld

Im Rahmen des Förderprogramms REACT-EU hat die Stadt Schwandorf parallel zwei weitere Module in Bearbeitung.





Zum einen wird das schon aktiv betriebene Leerstandsmanagement mit der Anschaffung, Einführung und dem Aufbau eines digitalen Werkzeuges (KIP | die kommunale Immobilienplattform) weiter professionalisiert. Dieser Baustein liegt im Zuständigkeitsbereich der Stabsstelle für Wirtschaftsförderung, Stadtmanagement und Digitales. Das Citymanagement ist hier die operative Einheit zur Belebung und Attraktivierung der Innenstadt. Weitere Kernaufgabe ist die Vernetzung der Akteure. Folgerichtig nimmt das Citymanagement die Aufgabe des geschäftsführenden Vorstands für den Stadtmarketing Schwandorf e.V. wahr.

Die erfolgreiche und nachhaltige Umsetzung dieses Bausteins bildet einen wesentlichen Teil der zukünftigen Strategie und Zielumsetzung für die Kernstadt von Schwandorf.

Zum anderen wird das Integrierte Städtebauliche Entwicklungskonzept (ISEK) der Stadt Schwandorf fortgeschrieben, womit das auch für dieses Strategiepapier verantwortlich zeichnende Bearbeiterteam beauftragt wurde. Entsprechend bestehen aus Sicht des Strategiekonzept Stadtumbaumanagements sehr enge thematische, operative und organisatorische Verflechtungen zum ISEK, die natürlich auch wechselseitig gelten.

Die beiden Bausteine - Fortschreibung des Integrierten Städtebaulichen Entwicklungskonzept (ISEK) und Strategiekonzept im Rahmen des Stadtumbaumanagements - sind inhaltlich und thematisch beim Baureferat der Stadt Schwandorf angedockt. Somit wird deutlich, dass die integrierte zukunftsfähige Entwicklung der Stadt Schwandorf natürlich eine integrierte und Ämter übergreifende Aufgabe bildet.

Entsprechend der Tatsache, dass parallel zwei miteinander verknüpfte Bausteine zur Bearbeitung anstanden, wurden einzelne Erarbeitungsschritte und Beteiligungsformate im Rahmen der Bearbeitung für beide Arbeitsbausteine herangezogen. Zum einen sind die statistischen, raum- und stukturbezogenen Analysen sowie eigene Erhebungen für beide Bereiche grundlegend. Gleiches gilt für die Ergebnisse aus den durchgeführten Beteiligungsformaten, bei denen zudem auf die kleinteilig erklärungsbedürftige Abgrenzung der beiden Bereiche bewusst verzichtet wurde, um die interessierte Öffentlichkeit an dieser Stelle nicht mit letztlich operativ-strategischen, planungstechnischen Details zu belasten. Auch konnten aufgrund des relativ knapp anberaumten Zeitraums des Förderprogramms keine getrennten Beteiligungsschienen mit fallweise identischen Akteuren für beide Bausteine sinnvoll aufgesetzt werden.

Der Vorgabe zur Erstellung von zwei getrennten Dokumenten folgend ergibt sich die Aufgabe, in beiden Dokumenten nicht identische Sachverhalte wiederholend zu dokumentieren. Sachlogisch und die auch für die weitere Umsetzung der Konzepte maßgeblichen förderrechtlichen Hintergründe beachtend wurden die Datenanalysen, die Raum- und Strukturbeschreibungen, Planungsstände sowie die Beschreibung des Beteiligungsprozesses und des generellen methodischen Ansatzes im ISEK abgehandelt. Auch die entsprechenden Abbildungen und Karten finden sich im ISEK. Der vorliegende Bericht zum Stadtumbaumanagement übernimmt diese und baut darauf auf.



Abbildung 1: Plakat Beteiligung



Die zentrale inhaltliche Abgrenzung stellt sich dabei wie folgt dar:

Das ISEK behandelt im engeren Sinn die städtebaulichen Belange der Stadt Schwandorf und richtet sich dabei folgerichtig an die Förderkulisse der Städtebauförderung. Dies gilt insbesondere auch für die Projekt- und Maßnahmenebene. Im Fokus steht hier die Innenstadt Schwandorfs mit einem entsprechend abgegrenzten Untersuchungsgebiet. Das ISEK zielt gemäß seiner Struktur vorrangig auf konkrete objekt- oder quartiersbezogene Aspekte der Stadtentwicklung. Auch der öffentlicher Raum, Verkehrsbelange und Fragen rund um Handel, Dienstleistung und Gastronomie spielen eine wesentliche Rolle.

Im „Strategiekonzept Stadtumbaumanagement“ werden ergänzend insbesondere auch Aspekte behandelt, die in einem größeren, gesamtstädtischen Bezug stehen, ohne die Wirkung im Kern auf das Ziel Innenstadtentwicklung in Frage zu stellen. Im Fokus stehen strategisch synergetische, organisatorische, vernetzende und marketingbezogene Aspekte, die zudem nur aus dem Dreiklang aus Innenstadt, Gesamtstadt und Region Schlagkraft und Identifikation entwickeln.

Mit dieser Aufteilung ist auch angestrebt, hier ein möglichst kompaktes, operativ ausgerichtetes Strategiepapier vorzulegen, das einen zusammenfassenden Überblick über die Entwicklungsziele und -aufgaben der Stadt Schwandorf bietet. Eine weiterhin erfolgreiche Fördermittelakquise kann hierauf über unterschiedlichste Themenfelder hinweg abgeleitet und strategisch begründet werden.

In dieser strukturellen und redaktionellen Abgrenzung wurden beide Bausteine - ISEK und Stadtumbaumanagement - in den fortlaufenden Gesprächen und Abstimmungen mit den zuständigen Stellen in der Stadtplanung, der Wirtschaftsförderung und den politischen Entscheidungsträgern und -gremien entsprechend integriert behandelt und beraten.



Abbildung 2: Schwandorfer Marktplatz



## 2 Ausgangssituation

Die Stadt Schwandorf ist aktiv und erfolgreich in der Stadtentwicklung unterwegs. Seit über 10 Jahren ist die Stadt in der Förderkulisse Städtebauförderung und wird dabei von der Regierung der Oberpfalz begleitet und unterstützt. Grundlage dessen war bisher das Integrierte Städtebauliche Entwicklungskonzept (ISEK) aus dem Jahr 2012, das jetzt in fortgeschriebener Fassung parallel vorgelegt wird.

Hierin werden auch vorhandene Fachkonzepte etwa zu Handel, Verkehr oder Gewässerentwicklung und Klimaanpassung einbezogen. Weitere Untersuchungen und Fachplanungen sind auf dem Weg.

Nicht zuletzt durch erfolgreiche Fördermittelakquise sind derzeit in der Innenstadt Schwandorfs schon eine Reihe von (Groß-)projekten in Umsetzung oder zumindest Vorplanung, die wesentlichen Einfluss auf Attraktivität und Frequentierung der Innenstadt haben werden:

- ❖ Umnutzung des Schmidt-Bräu-Areals zu einem multifunktionalen Zentrum (Wohnen, Bildung, Kultur und Dienstleistung)
- ❖ Umnutzung des Dachgeschosses des Naab-Parkhauses zu einer generationenübergreifenden Treff- und Aktivitätslocation
- ❖ Neugestaltung der Naabinsel als Stadtpark und Eventlocation
- ❖ Gestaltung von Pocket Parks als Grün- und Aufenthaltselemente im öffentlichen Raum
- ❖ Zeitnahe Umsetzung der bereits im Stadtrat beschlossenen verkehrlichen Neuregelung im Bereich der Friedrich-Ebert-Straße
- ❖ Aktualisierung bereits bestehender Konzepte mit hoher Relevanz für die Innenstadt (Aktualisierung der Verkehrskonzeption und des Einzelhandelsentwicklungskonzepts)

Entsprechend ist Schwandorf 2022 im Wettbewerb "Fitnessprogramm Starke Zentren" des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie als eine von nur fünf Modellkommunen ausgezeichnet worden.

Zusammen mit dem Landkreis Schwandorf ist ein Hochschul- und Gründercampus in der entscheidenden Abstimmungsphase, der einen Lückenschluss im Bildungsangebot der Region bieten wird. Dies ist eingebunden in die Zukunftsstrategie des Landkreises, dessen Konzept seit 2022 vorliegt.

Als Große Kreisstadt ist die Verwaltung der Stadt mit den entsprechenden Verwaltungseinheiten, hier insbesondere dem Stadtplanungsamt und der Stabsstelle für Wirtschaftsförderung, Stadtmanagement und Digitales, ausgestattet, die entsprechenden Planungsleistungen sowie operativen Aufgaben zu erbringen.

Wesentliche Struktur auf der Akteurseite ist der Stadtmarketingverein als Zusammenschluss der Händler und Gewerbetreibenden (Standortschwerpunkt Innenstadt), zu dem die Stadt über das Citymanagement die Geschäftsführung stellt. Als Große Kreisstadt sind weitere Institutionen wie IHK Gremium, Kreishandwerkerschaft, Fachstellen des Landratsamtes, Arbeitsagentur etc. in unmittelbarer räumlicher Nähe. Der Tourismusverband Oberpfälzer Seenland ist in der Nachbargemeinde Steinberg am See angesiedelt.



Abbildung 3: Übersicht lokale und regionale Akteure in Schwandorf



## 3 Projektansatz Strategiekonzept Stadtumbaumanagement

Wie eingangs beschrieben, versteht sich der vorliegende Text als zusammenfassendes Strategiepapier Stadtumbaumanagement (SUM), das zum einen den gesamtstädtischen Fokus einbringt und dadurch zum anderen eine übergeordnete Klammer über alle Aktionsbereiche bildet. Ferner will das bewusst stringent gehaltene Papier quasi Wegweiser für einen fallweise gewünschten tieferen Einstieg in die Materie oder Fundstellenquelle für weitere Informationsbedarfe sein. Es soll somit auch für unterschiedlichste Nutzer ein niederschwellig einsetzbares Grundinformationsdokument jenseits der natürlich auch hier enthaltenen Detailprojektebene sein.

### 3.1 Strategiebeiträge

Die drei Komponenten in REACT-EU erfüllen dabei aus entwicklungsstrategischer Sicht unterschiedliche Aufgaben:

#### **ISEK:**

Frequenzsteigerung und Kaufkraftbindung in der Innenstadt durch Sicherung der daseinsvorsorgerelevanten Angebots-, Einkaufs- und Dienstleistungspalette sowie Gestaltung einer hohen Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum. Städtebauliche Aufwertung der Innenstadt im Zusammenhang mit der Entwicklung der Gesamtstadt Schwandorf und einer integrierten Betrachtung aller Themen- und Handlungsfelder.

Hierzu leisten die unter Kapitel zwei schon benannten (Groß-)Projekte einen wesentlichen Umsetzungsbeitrag.

#### **Digitales Leerstandsmanagement:**

Aktivierung, Vermarktung und Beratung von leerstehenden Immobilien bzw. Eigentümern / Interessenten / Investoren. Dabei liegt der neue Schwerpunkt und Fokus auf einer digital integrierten Vorgehensweise mit Hilfe einer dafür spezifisch aufgesetzten Plattform, die es ermöglicht Aktivitäten der Leerstandsaktivierung, der Vermarktung und der Information und Beratung so umzusetzen, dass eine möglichst breite und umfassende Zielgruppe aus dem Bereich der Immobilienakteure damit erreicht werden kann.

#### **SUM:**

Strategische Vernetzung aller Akteure und Maßnahmen zur Entwicklung Schwandorfs als regionales Zentrum und Kommunikation der Angebote, Potenziale und Ziele nach innen und außen.

Gerade mit Bezug zu letzterem wurden im Projekt Starke Zentren und auch in der parallelen Erarbeitung des ISEK grundlegende Aktivitäten gestartet. Workshops mit Fachakteuren und Interessensvertretern, eine an die breite Öffentlichkeit adressierte Kreativwerkstatt, ein Stadtspaziergang und Einzelgespräche mit Akteuren wie dem Stadtmarketingverein und den Immobilienbesitzern / Investoren erbrachten ein breites Bild von entwicklungsstrategisch relevanten Aspekten. Details hierzu finden sich im ISEK und gesonderten Dokumentationen, sofern dem nicht datenschutzrechtliche Belange entgegenstehen.



### 3.2 Strategieherleitung

Das vorliegende Strategiekonzept Stadtumbaumanagement bündelt bzw. aggregiert die Erkenntnisse aus folgenden wesentlichen Grundlagen, Konzeptionen und Beteiligungsformaten:

- ❖ Bericht und Modellkommune Starke Zentren 2021 / 2022 inkl. der Workshops mit Fachakteuren der Region
- ❖ parallele Fortschreibung des ISEK im Rahmen REACT-EU
- ❖ Bürgerspaziergang im März 2023
- ❖ Kreativwerkstatt im März 2023
- ❖ Hintergrundgespräche mit Immobilieneigentümern, Investoren, Einzelhändlern etc.
- ❖ Hintergrundgespräch mit Oberbürgermeister Feller
- ❖ Feedback in projektbegleitenden Sitzungen politischer Gremien (Stadtrat, Planungsausschuss)
- ❖ Verwaltungsrunden, vor allem enge organisatorische und inhaltliche Abstimmung mit dem Amt für Planen und Bauen (Fr. Harito, Fr. Süß)
- ❖ eigene Expertise aus Vergleichsprojekten und Regionskenntnis

Der vorliegende Text ist bestrebt, Doppelungen zu bestehenden Dokumenten aus den oben genannten Projekten Starke Zentren und ISEK zu vermeiden. Überschneidungen sind aber immer dann geboten, wenn der vorliegende Text auch für sich trotz stringentem Aufbau konsistent nachvollziehbar sein soll und muss.

### 3.3 Status quo Strategieaspekte

Schwandorf ist das Mittelzentrum der Region mittlere Oberpfalz. Der Standort profitiert von seiner Lage zwischen Regensburg, Nürnberg und dem noch dünner besiedelten und deutlich strukturschwächeren Norden und Osten der Oberpfalz. Entsprechend wirken traditionelle zentralörtliche Funktionen und Bindekräfte bis heute und tragen zu einer über verschiedene Indikatoren hinweg positiven Entwicklung der Stadt bei. Besonders zu erwähnen sind hier die Bevölkerungsentwicklung mit einer hohen Zuwanderungsdynamik und die Entwicklung des Wirtschaftsstandortes, der von der sehr guten Verkehrsanbindung an Straße und Schiene mit weit überregionaler Knotenfunktion profitiert.

Jenseits der üblichen SWOT-Analyse (s. dazu auch Fortschreibung des ISEK) verfügt Schwandorf aus eigener Bewertung heraus sowie aus Sicht eines externen Betrachters über ein breites Portfolio an Potenzialen, die noch in Wert gesetzt werden können bzw. die derzeit unter Wert Beachtung finden oder noch gar nicht bearbeitet werden.

Aus strategischer Sicht verbinden sich damit Aufgaben, aber auch im Umkehrschluss erreichbare Wettbewerbsvorteile und konkrete Ziele.



Die nachfolgende Tabelle soll die wesentlichsten Aspekte gegenüberstellen und die Grundlage für die Maßnahmenplanung im folgenden Kapitel bilden. An dieser Stelle sei nochmal auf die hier adressierte gesamtstädtische Sicht verwiesen und der unmittelbare Zusammenhang mit den Maßnahmen im ISEK, die natürlich auch diese Potenziale und Ziele nutzen und unterstützen.

erkanntes / benanntes ungenutztes Potenzial	aber....
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ viele Einzelprojekte mit „Game Changer Potenzial“ in Umsetzung und Vorbereitung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Zusammenhänge und Wirkungsbündelung sowie Attraktivitätsgewinn noch nicht transparent, breit kommuniziert; selbst in Schwandorf wird keine breit verankerte Kenntnis der entwicklungspolitischen Beschlusslage konstatiert</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ diverse Einzelprojekte wie z.B. Schmidt-Bräu-Areal, Parkhausdach oder Naabinsel mit dem oben beschriebenen Potenzial sind bereits beschlossen und umsetzungsreif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ trotz Beschluss und Umsetzungsreife wird die tatsächliche Umsetzung noch weiter verschoben. Entsprechend wäre zu prüfen, ob sachlogische Gründe gegen die Umsetzung sprechen bzw. wo das Hemmnis liegt</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ breites, modernes Angebot in Handel, Dienstleistung, Wirtschaft, Bildung, Medizin, Kultur und Freizeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ off. immer noch Klischee der alten traditionellen Eisenbahner- und Arbeiterstadt in der Außenwahrnehmung; Hidden Champions wie Horsch oder das breite medizinische Angebot zählen noch nicht auf die ein modernes Markenbild Schwandorf ein</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ (erwartet) leerstehende (Laden-)Immobilien als innerstädtische Entwicklungspotenziale für Handel, Gastronomie, Gewerbe und Wohnen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ fehlende Zielgruppenanalyse zur Erweiterung / zum Lückenschluss der Angebotspalette als Basis eines strategischen Leerstandsmanagements (s. dazu auch ISEK und z.B. Projekt Investorenbetreuung unten); hier auch Immobilienprofile /Nutzungsszenarien nötig, die bauliche, brandschutztechnische, barrierefreie und Umfeldaspekte wie Parken etc. ggf. mit Lösungsmöglichkeiten ausleuchten (z.B. Stichwort Quartiersgaragen, s. ISEK)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ breit gefächerter Gesundheitsstandort, der angesichts der demographischen Entwicklung an Bedeutung gewinnen wird und schon jetzt großer Frequenzbringer ist/sein kann</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ noch kein pointierter Bestandteil im Standort- und Stadtmarketing (s. dazu auch ISEK bzgl. Standortarrondierung am Bsp. Breite Straße)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Stadt der kurzen Wege, bequemen Erledigung, gute verkehrliche Erreichbarkeit und Planungen zur Verkehrslenkung und -beruhigung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Portfolio und Angebote Schwandorfs zu unbekannt im Vergleich zu insbesondere Regensburg (Einzelhandel, Medizin, Parken etc.); optimierbares Rad- und Fußwegenetz auch im gesamtstädtischen Fokus (s.a. ISEK)</li> </ul>



❖ stetiges Bevölkerungs- und Arbeitsplatzwachstum, positiver Pendlersaldo etc.	❖ positive statistische Kenngrößen entwickeln noch keine Außenwirkung (z.B. Bevölkerungsvorausberechnungen bleiben unter schon jetzt überschrittener 30.000-Einwohnermarke); Schwandorf ist „nur“ Mittelzentrum (als Ausnahme unter den Großen Kreisstädten und als einziger Landkreis in der Oberpfalz ohne Oberzentrum (wenn man AM/AS und NEW/WEN jeweils als Einheit betrachtet)
❖ vielfältige Akteure und Strukturen in Wirtschaft, Interessensgruppen und Verwaltung	❖ Akteure bzw. Institutionen noch wenig vernetzt (Schnittstellenfunktion hier bei Stadtmarketing bzw. Citymanagement)
❖ Schwandorf ist <i>das Zentrum des</i> Oberpfälzer Seenlands	❖ dieser Status/Claim noch nicht dezidiert besetzt
❖ attraktive Lage am Fluss und Naturlandschaft Naabtal	❖ Potenziale werden hier noch nicht vollumfänglich genutzt
❖ vielfältiges kulturelles Erbe	❖ Alleinstellungsmerkmal Geburtsstadt (des Schöpfers) der Bayernhymne noch unvermarktet; Alleinstellungsmerkmal Felsenkeller als Anker noch mit weiteren Aspekten aufladen / in Kombination vermarkten

Es wird ersichtlich, dass sich viele Aspekte auf die Handlungsfelder Kommunikation nach innen und außen, Marketing und Vernetzung bzw. vertiefte, konzertierte Kooperation von Akteuren, Strukturen und Inhalten beziehen und entsprechend zusammengezogen werden können.



## 4 Strategieplan Stadtumbaumanagement

Aus dieser Konstellation lassen sich erfolgversprechende Handlungsfelder und Maßnahmen ableiten, die die Entwicklung Schwandorfs weiter befördern werden.

Handlungsebene ist dabei natürlich die Gesamtstadt, während das I-SEK insbesondere auch teilräumliche Ansätze verfolgt. Unabhängig davon ist aber die gemeinsame Zielstellung der Attraktivierung, Funktionsstärkung und Frequenzsteigerung der Innenstadt.

Hauptaufgabe wird es sein, die vielfältigen, schon in Umsetzung bzw. Vorbereitung befindlichen Projekte und Veränderungen in Schwandorf koordinierend zu begleiten und nach innen wie außen zu kommunizieren. Ein wesentlicher Mehrwert wird sein, dem Projektschwung eine breite, positive Entwicklungsstimmung zur Seite zu stellen, die dem Eigenimage und der Außenwahrnehmung dient, die wiederum bestenfalls weitere Investitionen anstoßen wird.

### 4.1 Strategiefelder

Auf Grundlage der Analysen können folgende Handlungsfelder für die zukünftige Entwicklung der Stadt Schwandorf im Rahmen des Stadtumbaumanagements definiert werden:





Gerade in der operativen Arbeit sind diese Handlungsfelder natürlich in der Regel integriert zu betreuen. Trotzdem bietet sie die Möglichkeit, Aufgaben innerhalb der Verwaltung, des Akteursnetzwerks und fallweise unter Einbeziehung von externen Dienstleistern gezielt zuzuordnen zu können.

Um beispielhaft auch an dieser Stelle die enge Verknüpfung zum ISEK zu verdeutlichen, sind hier ausgewählte Aspekte aus dessen Zielkanon hinterlegt, die die oben genannten Handlungsfelder untermauern:

<b>Öffentlicher Raum &amp; Städtebau</b>	Hervorhebung des historischen städtebaulichen Erbes und der Baudenkmäler; gezielte Aufwertung des öffentlichen Raumes unter den Aspekten Stärkung der Aufenthaltsqualität und Klimaschutz/-anpassung
<b>Verkehr &amp; Mobilität</b>	Behutsame Verkehrsberuhigung zur Stärkung der Aufenthaltsqualität und nachhaltigen Anpassung an die Erfordernisse einer Verkehrswende unter dem Rahmen von Umweltbelangen und CO <sub>2</sub> -Reduzierung
<b>Wohnen</b>	Positionierung der Stadt Schwandorf als attraktiver Wohnstandort für unterschiedliche Nutzergruppen mit einer expliziten Fokussierung auf sich verändernde Rahmenbedingungen durch den demografischen Wandel
<b>Bildung, Kultur &amp; Jugend</b>	Koordination der kulturellen Veranstaltungen und Vernetzung mit flankierenden Angeboten mit einer Zielsetzung der innerstädtischen multifunktionalen Stärkung und einem Beitrag zur Entwicklung der Außendarstellung
<b>Gewerbe, Wirtschaft &amp; Einzelhandel</b>	Positionierung als Versorgungszentrum mit einer Umlandqualität, die weit über die eines Mittelzentrums hinausgeht Multifunktionale Standortentwicklung der Innenstadt durch Stärkung bestehender und neuer Standorte, die zu einer grundsätzlichen Erhöhung der Frequentierung beitragen
<b>Natur, Tourismus, Freizeit &amp; Sport</b>	Vermarktung der Stadt als attraktive (tages-)touristische Destination mit eigenen Beiträgen zur entsprechenden Attraktivität und wesentlichen Verknüpfungen mit den Attraktionen des engeren und weiteren Umlandes
<b>Klima, Energie &amp; Infrastruktur</b>	Ausbau und Förderung der erneuerbaren Energien als ein wesentlicher Baustein für eine zukunftsfähige Stadtentwicklung, die für eine nachhaltige Stadt von Morgen einen wesentlichen Beitrag leisten kann



## 4.2 Strategiestatement

Auch ein stringentes Konzept für das Stadtumbaumanagement hat einen gewissen Umfang der Herleitung und Darstellung. Das gemeinsame Bestreben drückt sich aber am besten in kurzen, leicht kommunizierbaren Statements aus, von denen aus sich eine detailliertere Betrachtung oder eine aktive Teilnahme am Prozess leichter gestalten lässt.

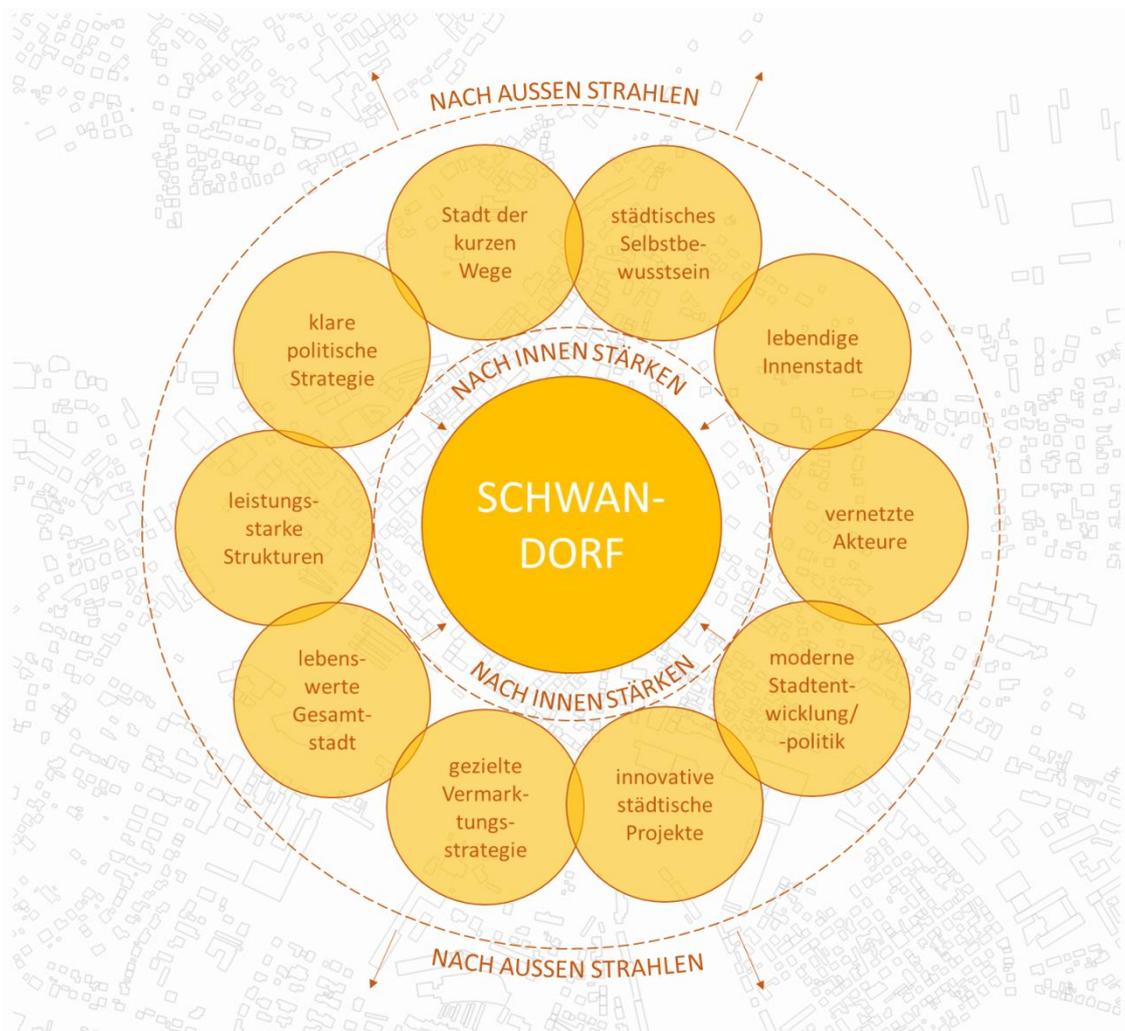
In Anlehnung an die oben geschilderte Verknüpfung mit dem ISEK und den anderen zentralen Bausteinen der Stadtentwicklung kann als **Leitmotiv** definiert werden:

**Schwandorf  
nach innen stärken  
nach außen wirken**

Als konkretes **Strategieziel** wird angestrebt:

**Schwandorf wird Oberzentrum im Zentrum der Oberpfalz**

Diese Postulate sollen die Bestrebungen in eine klare Zielstellung fassen und damit zum einen die Kommunikation zur Strategiearbeit fundieren, zum anderen dadurch auch die Beteiligung und Mitwirkung der städtischen und regionalen Akteure aktivieren.





### 4.3 Maßnahmen

Den abschließenden, aber wesentlichen und umfangreichen Baustein, bilden konkrete Maßnahmen, die unter dem Dach des Stadtumbaumanagements die Umsetzung der Strategie und die Erreichung der Ziele auf der operativen Ebene gestalten.

Die Maßnahmen sind im Folgenden mit kurzen Steckbriefen beschrieben. Aus dem geschilderten integrierten Ansatz heraus wird auf eine Zuordnung zu Handlungsfeldern und auch eine Priorisierung bewusst verzichtet. In der Regel werden Aktivitäten ineinandergreifen, eine Maßnahme allein wird nicht vollumfänglicher Erfolgsträger sein, und eine Priorisierung im Sinne auch einer Zeitschiene widerspricht dem zweifellos nötigen langen Atem genauso wie der Möglichkeit eines schnellen Erfolges durch ein neues Momentum an der ein oder anderen Stelle. Solche Zwischenerfolge wiederum sind eben nicht als Endpunkt zu sehen, sondern sollen durch kontinuierliches und aktives Tun die Arbeit und Kommunikation zur Gesamtstrategie fortlaufend aufladen und wieder neue operative Stränge und Netzwerkschnittstellen ergeben.

Entsprechend der integrierten Bearbeitung mit dem ISEK sind die Maßnahmen teils mit der dortigen Liste verschränkt und werden hier ausgeführt bzw. mit ihren strategischen Aspekten jenseits des konkreten Projektauftrags eingebettet. Das gilt auch für Projekte aus dem Modellprojekt Starke Zentren, um auch der Vorgabe einer konsistenten Synopse der Projekt- und Handlungsstränge in Schwandorf zu einer Gesamtstrategie gerecht zu werden.

Im ersten Maßnahmensteckbrief ist ein Partnernetzwerk benannt, das feststehend für alle anderen Maßnahmen Relevanz hat und dort nur bei Bedarf punktuell ergänzt wird.



## Maßnahme: Partnernetzwerk Oberpfälzer Mitte

### Strategiebeitrag

Grundlegende Koordinierungsstruktur zur Verstetigung der Kommunikation, Konzertierung von Aktivitäten und Schaffung von Synergien im Marketing

### Zielsetzung

In Anlehnung an das ISEK-Projekt Koordinationsnetz Innenstadt (Nr. D3 in der dortigen Liste) soll dieses Netzwerk den Fokus auf die Gesamtstadt und deren regionale Verflechtung legen. Ziel ist die Benennung, Vertretung und Koordinierung der Interessen, Aufgaben und Pflichten Schwandorfs als Zentrum der Region.

### Operativer Ansatz

Operativ gliedert sich die Maßnahme in einen verwaltungsbezogenen Teil, in dem ämterübergreifend die Thematik „Zentrum Oberpfälzer Mitte“ als fixer Bestandteil des Austausches (Jour fixes etc.) gesetzt wird und alle Maßnahmen dahingehend beleuchtet werden, um Strategiebeiträge und -mehrwerte für die ständige Kommunikation und Werbung zu erkennen, abzuleiten und in die Kommunikation einzuschleifen. Entsprechend ist die Pressestelle der Stadt einzubinden.

Gleiches gilt für die Ebene der politischen Entscheidungsgremien.

In regelmäßigem, mindestens halbjährigem Turnus wird ein Netzwerktreffen organisiert. Feste Tagesordnungspunkte sollten ein Fortschritts- /Status-Bericht zu den größeren Projekten in Schwandorf sein, ferner ein entsprechender News-Block der Partner und ein Part freier Austausch für Wünsche, Anregungen, Veranstaltungshinweise etc. Einmal jährlich sollte eine Vorschau auf mögliche Synergien in Verwaltungen, Publikationen, Messen etc. sein, um die Ressourcen außenwirksam zu verschränken. Auch hier ist die Pressestelle einzubinden

### Beteiligte Akteure / Institutionen

Das Partnernetzwerk gründet sich auf den Innenstadtpartnern und den unter Kap. 2 oben genannten Stakeholdern. Dieses Netzwerk ist grundsätzlich auch Partner der folgenden Maßnahmen.

## Maßnahme: Funktionsstelle Stadtumbaumanagement

### Strategiebeitrag

Zentrale Anlaufstelle und fallweise Außenrepräsentanz zum Thema Stadtentwicklung aus strategischer Sicht

### Zielsetzung

Um eine stringente Begleitung des Stadtumbaumanagements zu gewährleisten und die oben geschilderte grundlegende Netzwerkarbeit sowie die nachfolgenden Maßnahmen zu bearbeiten, werden die nötigen personelle Ressourcen geschaffen.

### Operativer Ansatz

Hier bestehen zwei, fallweise kombinierbare, Wege. Zum einen können die Aufgaben in bestehende Stellenbeschreibungen aufgenommen werden, müssen dann aber auch mit einem entsprechenden Zeitbudget hinterlegt werden und nicht nur Add on-Aufgabe sein („wenn Zeit ist“).

Hilfreich wäre hierbei, wenn diese Stelle nicht in einem der stark involvierten Ämter Wirtschaftsförderung oder Stadtplanung verankert wäre, sondern thematisch freier an einer „neutraleren“ Stelle.

Auch eine Wiederetablierung des früheren Stadtumbaumanagements als geförderte Personalstelle (extern) ist Option.

Die Stellen- bzw. Aufgabenbeschreibung ergibt sich aus dieser Maßnahmenliste.

### Beteiligte Akteure / Institutionen

s.o. + ggf. RegOPf.



## Maßnahme: SOM - Schaufenster OberpfalzMitte - analog

### Strategiebeitrag

Die Funktion als Zentrum der Region aktiv besetzen und gestalten

### Zielsetzung

Ziel ist es, ein Schaufenster der Stadt und der Region in der Innenstadt Schwandorfs zu etablieren. Dabei sollen

- Besonderheiten der Region
- Alleinstellungsmerkmale
- Wirtschaftsgüter / regionale Produkte der Region
- aktuelle Chancen, Initiativen, Start-ups (auf der Suche nach Partnern, Vernetzung, Mitarbeitern)
- Alltagsthemen der Bevölkerung (Möglichkeiten der häuslichen Pflege (assisted living))
- Ziele für Tourismus, Freizeit und Erholung
- Kunst, Kreatives
- etc.

in / als

- wechselnden Ausstellungen / Schauraumformaten
- Pop up-Stores (zur Markterkundung des Standortes Innenstadt)
- Workshops (z.B. Gastronomie, Handwerk, DIY etc.)
- (Haus-)Messeformaten (zur Produktpräsentation, Mitarbeitergewinnung etc.)
- Wechselbühne

präsentiert werden.

In optimaler Ausprägung wird dazu ein (zentraler) Leerstand aktiviert und fallweise mit anlassbezogenen Satelliten-Standorten aus weiteren leerstehenden (Laden-)Immobilien ergänzt. Damit kann die Aufmerksamkeit via dieser Zwischennutzung auch zu deren dauerhafter Inwertsetzung gerichtet werden.

Ziel und Effekt wäre auch hier die Etablierung Schwandorfs als das Zentrum der Region mittlere Oberpfalz inkl. den zugehörigen imagebildenden Aspekten.

Ziele sind immer auch Image, Kaufkraftbindung für Schwandorf und Problemlösungsbeiträge / Mehrwerte für die Partner aus Stadt und Region (z.B. Mitarbeitergewinnung, Gästegewinnung).

### Operativer Ansatz

Über das Leerstandsmanagement können geeignete Immobilien identifiziert werden. Eine im räumlichen und funktionalen Sinn zentrale Immobilie könnte dem fraglichen Eigentümer mit einem derartigen Nutzungskonzept beratend zur Aktivierung vorgeschlagen werden.

Im Zuge des Partnernetzwerks SOM und der Imagekampagne können dann Flächennutzer gefunden werden.

Über die Gestaltung einer Basis für regionale Lebensmittel kann eine Teilfläche als Dauerverkaufsfläche genutzt werden oder zumindest als sog. Marktschwärmerei das Lebensmittelangebot in der Innenstadt verbreitern.

### Beteiligte Akteure / Institutionen

s.o. + AELF, + ggf. Sonderfördermittel via StMWi, StMELF, LAG, RegOPf.



## Maßnahme: SOM - Schaufenster OberpfalzMitte - digital

### Strategiebeitrag

Die Funktion als Zentrum der Region aktiv besetzen und gestalten

### Zielsetzung

s.o. - jetzt auf digitalem Weg

### Operativer Ansatz

In Verbindung mit der laufenden Digitalisierungskampagne der Stadt soll das Projekt auch eine digitale Präsenz erfahren. Zum einen können hier Hybridveranstaltungen etabliert werden, analoge Veranstaltungen beworben und nacherlebt werden sowie Schnittstellen zu anderen Projekten im Sinne der Imagearbeit Schwandorfs gelegt werden.

Zusätzlich könnte hier schon bestehender digitaler Content zu und aus der Region thematisch gebündelt aufbereitet werden - als Portal, als RegioWiki etc. Als Beispiel sei eine zentrale Videowall / Mediathek mit verfügbaren Imagefilmen der Betriebe, der Tourismusregion etc. benannt.

Weitere Bestandteile s. Projekt digitales Stadttor aus dem Modellwettbewerb Starke Zentren.

### Beteiligte Akteure / Institutionen

s.o.

## Maßnahme: Investorenbetreuung

### Strategiebeitrag

Kommunikation der vielfältigen, aktuellen Entwicklungen in der Stadt

### Zielsetzung

Ziel ist es, Stadt und Region als schlagkräftigen, innovativen, umtriebigen, lebenswerten und für Investitionen interessanten Standort mit hohem Entwicklungspotenzial in den Fokus zu rücken.

Mit engerem Blick auf die Stadt Schwandorf gilt es, das Momentum an die Investoren heranzutragen, die sich aus den laufenden Großprojekten ergeben und wie sich der Standort (Innenstadt) Schwandorf entwickeln wird (Stichworte Insiderwissen, Geheimtipp, was alles in Bewegung ist und Chancen eröffnet).

Im Kern geht es wie bei der Maßnahme Imagekampagne unten darum zu kommunizieren, was sich an Entwicklungen in Schwandorf tut und es der kommende „place to be“ ist.

### Operativer Ansatz

Operativ geht es um proaktive Investorenpflege und richtet sich an schon aktive neu in Schwandorf tätige Investoren aus Handel, Gewerbe, Dienstleistung und Wohnungswirtschaft sowie an die Branche an sich, hier dann auch institutionelle Investoren gerade auch aus dem Bauträger- und Immobilien(vermittlungsbereich).

Hierzu gilt es zuerst, die anstehenden Großprojekte zu porträtieren und fallweise gezielte Investitionschancen zu benennen. Ferner müssen die Strategieziele der Stadt kommuniziert werden, also z.B. Aufwertung und Entwicklung der südlichen Innenstadt zum Wohnstandort. Schließlich sind mögliche Fördermittel und Unterstützungsleistungen zu beschreiben.

Zur Standortbewertung kann fallweise eine Testimonialkampagne aktiver Investoren die Werthaltigkeit und die Standortqualitäten untermauern.

Zielgruppenadressen sind über das SOM-Netzwerk und einschlägige Register ermittelbar.

Umsetzung dann über eine gezielte Ansprache bzw. ein gezieltes Scouting von ergänzenden Branchen, Dienstleistungen für den Standort Innenstadt oder eine entsprechende Kampagne.

Wichtig auch hier eine zentral fortlaufend betreuende Anlaufstelle (One-Stop, z.B. Citymanagement).

Mit Bezug zum ISEK besteht enge Verknüpfung mit dem dortigen Projekt D1 Aktives Standort- und Flächenmanagement sowie generell den beschriebenen Ansätzen für ein strategisches Leerstandsmanagement.

### Beteiligte Akteure / Institutionen

s.o.



## Maßnahme: Beratungsoffensive Schwandorf

### Strategiebeitrag

Absicherung des Gewerbebestandes inkl. Weiterführungsoptionen (Stichwort Betriebsnachfolge)

### Zielsetzung

Dauerhafter Betrieb der wirtschaftsfördernden Beratungsstelle für Betriebe sowie die gezielte Betreuung von Anfragenden über den Erstkontakt hinaus. Ziel sind dabei sowohl bereits in Schwandorf ansässige Betriebe mit Expansions- oder Verlagerungsbedarf als auch Betriebe, die auf der Suche nach einem Standort in Schwandorf sind.

Separate Aufgabe ist anknüpfend an die aktive Investorenbetreuung (s.o.) auch, Anfragen, die nicht bei der Stadt aufschlagen, trotzdem zu erfahren und Eigentümer zu unterstützen, fallweise dann auch auf Alternativstandorte hinzuweisen.

Weiteres Ziel ist die (frühzeitige) Innenkommunikation bzgl. der Entwicklungen in Schwandorf insbesondere evtl. phasenweiser Beeinträchtigungen durch Baustellen (Stichworte Baustellenmarketing; Stadtumbau-Kommunikator, s. hierzu Projekt aus Modellwettbewerb Starke Zentren).

Wichtiger Aspekt der Außenkommunikation ist die Kommunikation und Sichtbarwerdung, dass es in der Wirtschaftsförderung der Stadt eine solche zentrale, professionell Investoren unterstützende Anlaufstelle gibt.

### Operativer Ansatz

Zum einen gilt es, einen festen Ansprechpartner zu etablieren und ggf. ein festes wiederkehrendes Informationsformat (in Kooperation mit dem Stadtmarketingverein), in dem vergleichbar zum Projekt Partnernetzwerk eingangs am Anfang der Liste die Entwicklungen berichtet werden.

Diese Stelle steht natürlich auch anlassbezogenen Spontanfragen zur Verfügung (Citymanagement).

Zur Vermeidung von Kontaktverlusten bzgl. Immobilien-/Investitionsanfragen ist ein datenschutzkonformer Sammelweg entsprechender Aktivitäten zu etablieren, in den gerade private Immobilieneigentümer einbezogen sind.

### Beteiligte Akteure / Institutionen

s.o.



## Maßnahme: Erstellung einer Shopping-Map für die Innenstadt

### Strategiebeitrag

Schwandorf als vorteilhafte Einkaufsstadt positionieren

### Zielsetzung

Ziel ist die Bekanntheit der Angebotsbreite im Vergleich zu den Wettbewerbsstandorten zu verdeutlichen und insbesondere spezifische Vorteile Schwandorfs bewerben:

- kurze Wege
- günstiges Parken
- Kombination von Erledigungen (Gesundheit, Einkaufen, Freizeitaufenthalt)
- familienfreundliche Aufenthaltsqualität
- guter ÖPNV-Anschluss via Bahn

Ziel ist auch, neue Zielgruppen

- US-Army
- Gäste im Oberpfälzer Seenland
- Radwanderer (Naabtalradweg, Seenlandrundweg)
- Wohnmobil-Touristen
- Besucher Charlottenhof
- Besucher der medizinischen Einrichtungen und Praxen
- künftige Studenten und Mitarbeiter des Hochschulcampus
- Neubürger

gezielt anzusprechen und neue Kaufkraftbindungselemente zu integrieren.

### Operativer Ansatz

1/

Gebündelte Darstellung der Shopping-Möglichkeiten in Schwandorf (analog u/o. digital).

Kombiniert mit Serviceinfos und ergänzt um die Freizeit- und Touristinfos.

Ggf. Kombination mit Gewinnspiel, um Nutzung zu forcieren.

Verteilwege ergeben sich neben den Haushalten der Stadt über die vorher genannten weiteren Zielgruppen. Bei der US-Army kümmern sich „public affairs“ und „MWR“ (für Freizeitbelange) um solche Themen; hier ist auch das Thema Felsenkeller eine sicher schon genutzte Attraktion, die man mit Shopping-Angeboten und Sonderaktionen (black friday) ergänzen kann.

Benchmark-Beispiel: Shopping Guide der Stadt Regensburg (Papier) oder mei Plattling (digital).

2/

In Ergänzung zum Schwandorf Zehner aktive Werbung und Einbindung der Betriebe der Gesamtstadt und Region, ihre 50 Euro steuerfreier Sachbezug an die Mitarbeiter gezielt mit Einkaufspartnern in Schwandorf zu verbinden.

### Beteiligte Akteure / Institutionen

s.o.



## **Maßnahme: Markenbildung und Imagekampagne zur Herausstellung Schwandorfer Alleinstellungen**

### **Strategiebeitrag**

Wahrnehmung Schwandorfs durch stringenten Markenauftritt optimieren

### **Zielsetzung**

In Kombination bzw. Filterung der dargestellten Maßnahmen soll das Image der Stadt Schwandorf auf das Kernziel Oberzentrum der Region ausgerichtet werden und die vielfach benannten noch ungenutzten Potenziale in den Fokus gerückt werden.

Ziel ist es, einen Anspruch zu erheben (fachlich hart konnotiert mit dem Thema Oberzentrum, qualitativ weich mit dem Thema Stadt der Zukunft aufgrund der vielen Entwicklungsprojekte) und einen dazu passenden Claim abzustecken. Eines davon ist die Einbettung ins Oberpfälzer Seenland.

Kommunikationsstrategie (ggf. über APP).

### **Operativer Ansatz**

In Kombination mit den kommenden neuen Angeboten in der Innenstadt, den historischen Highlights, der Aufwertung der Innenstadt durch Verkehrsverminderung, Attraktivierung öffentlicher Räume (Aufenthaltsflächen, klimaangepasste Begrünung durch Pocket Parks etc.), Wohnraumschaffung in der Innenstadt, teils auch in Eigenregie der Stadt unter Leerstandsnutzung (auch bedeutsam für die Gewinnung von städtischen Fachkräften) lässt sich eine moderne Entwicklungsstory rund um Trends wie Nachhaltigkeit, Klimaanpassung, Energiewende, Mobilitätswende, Wohnraumbedarfe und Heimat/Tradition/Herkunft erzählen, die neugierig macht.

Im Kern geht es wie bei der Maßnahme Investorenbetreuung auch darum, nach innen und außen zu kommunizieren, was sich an Entwicklungen in Schwandorf tut und jetzt schon entspannter, schneller, einfacher etc. möglich ist als in anderen Städten der Region.

Bzgl. der Einbettung ins Oberpfälzer Seenland ist die (wechselseitige) Sichtbarkeit zu optimieren und die Stellung Schwandorfs als dessen (Versorgungs-)zentrums zu stärken. Eine entsprechende wiedererkennbare Beschilderung und Verschränkung der/in Werbemedien kann hier hilfreich sein (s.a. Maßnahme Shopping-Map).

Daraus ist eine Marke abzuleiten, die dann mit einer Imagekampagne bekannt gemacht wird. Benchmark für die Marke kann die Entwicklung eines oder mehrerer Alleinstellungslogos in der Art der österreichischen Bundesländer oder Baden-Württembergs sein.

Bestandteil der Imagekampagne kann eine Testimonialreihe sein zur Darstellung der „Besonderheiten“ der Stadt Schwandorf aus der Sicht von bekannten und wertgeschätzten Akteuren aus dem aktiven Stadtleben. In 10-12 Themenfeldern werden positive Eigendarstellungen entwickelt und durch die Akteure entsprechend dargestellt und kommuniziert. Die Kommunikationswege umfassen alle denkbaren Wege wie Plakatierung, Homepage, Social Media, Radio-Spots, ggf. Fernseh-Spots etc. Die Methode lehnt sich an Kampagnen des Cross-Channel-Marketings an. Benchmarkprojekt kann hier das Fichtelgebirge mit seiner Aktion #freiraumfürmacher bzw. [www.freiraum-fichtelgebirge.de](http://www.freiraum-fichtelgebirge.de) sein, die gezielt auch Entfaltungsmöglichkeiten und Vorteile gegenüber Ballungsräumen abzielt.

Diese Imagebausteine können dann wieder die anderen Maßnahmen aufladen.

### **Beteiligte Akteure / Institutionen**

s.o. - Begleitung durch Fachagentur



## 5 Strategieumsetzung

Die Stadt verfolgt in Politik und Verwaltung einen konsequenten Entwicklungsprozess, der sich gerade mit Blick auf die Innenstadt in den geschilderten Kernprojekten konzentriert. Zur weiteren Konkretisierung der Pläne wie zu deren Umsetzung konnten schon maßgebliche Fördermittel erfolgreich eingeworben werden. Wenn diese Kernprojekte wie zu erwarten erfolgreich umgesetzt sind, wird die Innenstadt Schwandorfs einen markanten Entwicklungsschub und eine sichtbare Aufwertung erfahren.

Die Herausforderung wird sein, die geplanten Großmaßnahmen und deren zeitlich längeren Umsetzungshorizont zum einen mit den allgemeinen Entwicklungstrends zu homologisieren und zugleich die unabdingbare Bauphase für die Akteure in der Stadtmitte publikumsverträglich zu gestalten und den Zeitversatz bis hin zum Einsetzen der Wirkung der Maßnahmen zu überbrücken.

Dies bietet die Chance, die oben entwickelte Entwicklungsstrategie parallel zu den konkreten (Bau-)Projekten zu verfolgen. Zugleich kann das Strategiekonzept dazu dienen, weiterhin gezielt um Fördermittel und strukturelle Aspekte – Stichwort Oberzentrum – zu werben.

Die strukturellen Voraussetzungen zur erfolgreichen Bewältigung der Aufgaben sind gegeben. Politik und Verwaltung agieren zielgerichtet und mit hohem Autonomiestreben zur Sicherung der Gestaltungshoheit, was sich insbesondere am Wohnungsbau in direkter städtischer Hoheit ohne Stadtbaugesellschaft o.ä. zeigt. Mit der parallel erfolgten Fortschreibung des ISEK wird der stadtplanerische Rahmen gesetzt, um mit dem Stadtumbaumanagement konzentriert über die einzelnen Immobilien- und Entwicklungsprojekte hinweg strategisch zu agieren.

Auf der operativen Ebene werden die Entwicklungen mit den städtischen Fachabteilungen inkl. Citymanagement vorangetrieben. Der Stadtmarketingverein entwickelt eigene Projekte aus dem Umfeld der Betriebe heraus. Aus dem Modellprojekt Starke Zentren heraus kann an ein neues Partnernetzwerk angeknüpft werden. Die Bürgerschaft als Akteurebene ist z.B. über die Einbindung in der Stadtparkgestaltung und -aufwertung mit der direkten Mitwirkung in einem Planungsprozess vertraut, was ein wesentlicher Erfolgsfaktor zur Umsetzung auch größerer Projekte in den kommenden Jahren ist.

Da die Stadtentwicklung ein laufender Prozess ist, können und sollen Ziele und Maßnahmen laufend beobachtet und überprüft werden, um bei Bedarf Inhalte anpassen und Fehlentwicklungen entgegen steuern zu können. Dies ist allerdings eher eine im ISEK anzuesiedelnde Prozess. Zum einen sind hier die Maßnahmen konkreter abgrenzbar und in kürzerem zeitlichen Horizont bearbeitbar. Eine erfolgreiche Strategiewerkarbeit in der vorgestellten Art ist dagegen schwerer messbar und auf alle Fälle langfristiger anzusetzen, bis entsprechende Wirkungen eintreten. Bedeutsamer ist hier, den Strategierahmen bei den wesentlichen stadtentwicklungspolitischen Entscheidungen quasi als Bewertungsraster heranzuziehen, das den Mehrwert oder Realisierungsbeitrag einer Maßnahme beleuchtet.