

Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main

Zukunftskonzept für die nachhaltige
Belebung der Frankfurter Innenstadt

Ergebnisbericht

Mai 2022

STADT  FRANKFURT AM MAIN



Impressum

Auftraggeber

Stadt Frankfurt am Main
- Der Magistrat -
Hauptamt und Stadtmarketing
Römerberg 23
60311 Frankfurt am Main

Tourismus+Congress GmbH
Frankfurt am Main

Kaiserstraße 56
60329 Frankfurt am Main



Erstellt durch

PROJECT M GmbH
Büro Hamburg
Steinhöft 9, 20459 Hamburg
E-Mail: hamburg@projectm.de
Web: www.projectm.de



Projektteam

Dipl. Ing. Peter C. Kowalsky, Nadja Schweiggart M.Sc., Maik Zießnitz M.Sc.

Bilder: Soweit nicht anders gekennzeichnet, sind die Bilder von PROJECT M oder Unsplash.

Bilder Titelseite/Kapitelübersicht 2 (von links nach rechts): 1 (verdeckt), 4, 5, 19, 20: © #visitfrankfurt, Foto: Holger Ullmann



Abkürzungsverzeichnis

AR	Augmented Reality	Inh.	Inhabergeführt
BID	Business Improvement District	ISG	Interessens- und Standortgemeinschaften
BMI	Bundesministerium des Inneren und für Heimat	Kulturdez.	Kulturdezernat
CSM	City- und Stadtteilmarketing	MPT	Masterplan Tourismus 2030
DEHOGA	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V.	NMIV	Nichtmotorisierter Individualverkehr
EG	Erdgeschoss	ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
EZH	Einzelhandel	PPP	Public Privat Partnership
EZV	Einzelhandelsverband	PWA	Progressive Web App
FFM	Frankfurt am Main	RMV	Rhein-Main-Verkehrsverbund
FRM	FrankfurtRheinMain GmbH	StadtMkt.	Stadtmarketing
Fil.	Filialisierung	Sts. SFFM	Stabstelle sauberes Frankfurt
HA	Hessen Agentur	TCF	Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main
HF	Handlungsfeld	VZÄ	Vollzeitäquivalent
HFM	Management für Hafen und Markt Frankfurt	Verkehrsdez.	Verkehrsdezernat
IHK	Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main	WiFö	Wirtschaftsförderung



Seite 5 – 19



Seite 20 – 99



Seite 101 – 110

Management Summary

Masterplan ErlebnisCity
Frankfurt am Main

WANDEL DER INNENSTÄDTE

Mit zunehmender Geschwindigkeit an technologischer Entwicklung, neuen (digital gestützten) Mobilitätsformen, einem wachsenden Nachhaltigkeitsbewusstsein und einem steigenden Aufmerksamkeits-, Qualitäts- und Erlebniswettbewerb müssen sich Stadt- und Standortentwicklung heutzutage stetig mit der Transformation unserer Gesellschaft und unserer Konsum-, Freizeit und Arbeitswelten auseinandersetzen. Speziell die Folgen der Corona-Pandemie haben die Transformation erheblich beschleunigt.

Vor allem die Innenstädte unterliegen gemäß ihrer Funktion einer Vielzahl neuer, veränderter Ansprüche. Den Effekten der Corona-Pandemie und den veränderten Bedürfnissen gilt es jetzt mit neuen Konzepten proaktiv und abgestimmt zu begegnen. Es geht nicht alleine darum, häufig monofunktional auf Einkaufen, Arbeiten und Dienstleistung ausgerichtete Innenstadtquartiere durch neue Stadtentwicklungskonzepte und (Zwischen-)Nutzungen, wie z.B. Wohnen, Kultur oder Pop-ups, zu verändern. Vielmehr geht es darum, einen Veränderungs- und Weiterentwicklungsprozess zu führen, der die Anspruchs-, Nutzer-, Planer-, Eigentümer- und Entscheiderperspektiven kontinuierlich und konsequent einbezieht.

SCHLÜSSELPROJEKT DES MASTERPLAN TOURISMUS 2030

Der Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main ist ein Schlüsselprojekt des Masterplan Tourismus Frankfurt am Main 2030. Die Bedeutung der Innenstadt als Erlebnisraum und Visitenkarte für Frankfurt und die Metropolregion FrankfurtRheinMain wird dort herausgestellt. Der Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main baut

konsequent auf dem Masterplan Tourismus 2030 auf und verzahnt mit dem Ziel einer abgestimmten Stadtentwicklung auch weitere Strategien und Konzepte der City.

KOALITIONSVERTRAG FRANKFURT 2021 – 2026

Der Masterplan ErlebnisCity entspricht dem Koalitionsvertrag des Magistrates der Stadt Frankfurt am Main und gibt für die beabsichtigte Stärkung des Citymanagements einen klaren Handlungs-, Gestaltungs- sowie notwendigen Budgetrahmen vor.

ZIELSETZUNG DES MASTERPLAN ERLEBNISCITY FRANKFURT AM MAIN

- Kompakte Status-Quo-Analyse der Frankfurter Innenstadt unter Berücksichtigung vorliegender Studien, zentraler Trends und Einflussfaktoren
- Potenzialbestimmung: Entwicklungspotenziale der ErlebnisCity Frankfurt am Main aus verschiedenen Nutzungsperspektiven
- Ausarbeitung Leitziele & Erlebnismotive: „The Reason Why“
- Integrierte Entwicklungsleitbilder für die ErlebnisCity Frankfurt am Main: Herausarbeitung
 - von quartiersspezifischen Entwicklungsleitbildern
 - von Handlungsfeldern, Maßnahmen & Impulsprojekten
- Integrierter Aktionsplan im Kontext einer zwischen den Akteuren abgestimmten Aufgabenteilung
 - Einbindung kommunaler/privatwirtschaftlicher Expert:innen
 - Einbindung von Schlüsselakteuren der City-Entwicklung
 - Einbindung der Nutzerperspektive



— AUSGANGSSITUATION (1/2) —

ANREIZE UND HEMMNISSE FÜR DEN INNENSTADTBESUCH

In den Analysen und Experteninterviews werden vor allem Arbeiten und Essengehen als primäre Gründe für einen Besuch der Frankfurter Innenstadt genannt. Die bedeutende Funktion und Attraktivität des oberzentralen Einzelhandelsstandortes wird seitens verschiedener Nutzergruppen angesichts vieler Konkurrenzangebote (Online-Handel und Stadtteilzentren mit vergleichbarem Angebot) sehr unterschiedlich bewertet. Aufgrund der Uniformität vieler Einzelhandelsbereiche, stark variierender Sauberkeits- und Sicherheitssituationen und einer vielerorts fehlenden Aufenthaltsqualität werden die Einzelhandelslagen der Frankfurter Innenstadt sehr unterschiedlich und häufig als unattraktive Räume wahrgenommen.

Einzelne Teilräume, wie Goethestraße, Neue Altstadt sowie Lagen um die Kultureinrichtungen, funktionieren gut oder werden durch temporäre Anlässe, darunter Wochenmärkte und größere Events, inszeniert. Auch einzelne Attraktionspunkte, wie die Kleinmarkthalle, die nördliche Zeil mit noch starken Ankermietern und neuen Konzepten (z.B. Galeria Frankfurt) oder ein punktuell Angebot an Erlebnisgastronomie und Rooftopbars, sichern Frequenzen und Kaufkraft. In vielen Teilen der Frankfurter Innenstadt sind große städtebauliche Brüche, sichtbarer Investitionsstau bei Objekten sowie Defizite bei den Instandhaltungs- und Pflegemaßnahmen im öffentlichen Raum zu verzeichnen. Zentrale Plätze und Ankommensorte, wie die Hauptwache und die Konstablerwache, wirken stark negativ auf das Umfeld. Die Folgen sind zunehmende Leerstände, Frequenz- und Kaufkraftrückgänge sowie Umsatzverluste bei den Einzelhandels-, Gastronomie-, Kultur-

und Freizeitbetrieben. Bedingt durch den Bedeutungsverlust, die mangelnde Erlebnisattraktivität und Aufenthaltsqualität der City fehlen wichtige Umsätze zur Investition in Qualität und neue Immobilien-Konzepte. Es ist daher von immenser Bedeutung, durch geeignete Impulsinvestitionen in die Qualität der Stadt nachhaltige Effekte auf den Erlebnisraum Innenstadt und die Mobilisierungswirkung der Innenstadtakteure auszulösen.

ERLEBNISRAUM UND BEGEGNUNGSRAUM INNENSTADT

Künftig sollen abwechslungsreiche Erlebnisse aus Kultur und Urbanität sowie aus Freizeit und Konsum an qualitativen Begegnungsorten den Anreiz zum Stadtbesuch steigern. Neben großen Impulsprojekten bedarf es hier jedoch zunächst einer Verbesserung der Basis-Bedingungen. Der Optimierung von Sicherheit, Sauberkeit und Service sowie der Attraktivierung der Plätze und Fußgängerzonen als Treffpunkte und Aufenthaltsorte kommen eine hohe Bedeutung zu. Dies sind kurzfristige Schlüsselprojekte und wichtige Grundvoraussetzungen dafür, dass die Innenstadt als Wohlfühlort für Begegnung, als Treffpunkt und als attraktiver Konsumraum erhalten bleibt.

Kurzfristig muss es das Ziel sein, mehr Atmosphäre und Flair über mehr Sauberkeit und neue (temporäre) Nutzungen, Pop-ups, Events etc. in unterschiedlichen Quartierskonzepten zu erreichen und Kaufkraft und Umsätze zu sichern bzw. neu zu generieren.

Mittel- und langfristig braucht es gestalterische Maßnahmen zur Erhöhung der Aufenthalts- und Erlebnisqualität. Hierzu gehören wertig designte und gepflegte öffentliche Räume, attraktive Plätze





— AUSGANGSSITUATION (2/2) —

u
attraktivere Raum- und Platznutzungskonzepte, Außenastronomie und die Öffnung von Dachflächen für Freizeit- und Kulturnutzungen sind wichtige Aspekte, um die Attraktivität der Innenstadt zu steigern.

Zudem sind die Angebots- und Nutzungsattraktivität durch Diversifizierung des Angebotes und Förderung individueller, Frankfurt-spezifischer Konzepte auszubauen. Bestandsmodernisierungen und neue Projektentwicklungen (wie z.B. die Bereiche um das Palais Quartier inkl. Galeria Frankfurt oder die Neue Altstadt) sind gute Beispiele für Impulsinvestitionen, welche einen interessanten Nutzungsmix und die Ausprägung starker Quartiersidentitäten ermöglichen. So lässt sich die Attraktivität als Begegnungs-, Kultur-, Konsum- und Erlebnisort für unterschiedliche Nutzergruppen erhöhen.

SERVICE- UND ERLEBNISQUALITÄT

Der Fokus auf Qualität, Frankfurt-spezifische Stilakzente und regionale Produkte sowie die Herausstellung und Inwertsetzung der städtischen Differenzierungsmerkmale (Skyline, Rooftop, Internationalität, Diversität, Kreativität, Kunst und Kultur) sind wichtigste Akzentuierungen der Marke Frankfurt, die sich in dem Erlebnisraum Innenstadt wiederfinden müssen. Im Kontext einer ganzheitlichen Service-Qualität muss zudem die Optimierung der innerstädtischen Mobilität erfolgen. Dazu gehört die Aufwertung der innerstädtischen Parkhäuser genauso wie die Reduzierung des Autoverkehrs zugunsten der Qualität einer rad- und fußgänger geeigneten City. Gerade die Verkehrsberuhigung vieler Bereiche (Liefer- und Parksuchverkehre) und die Reduzierung von Durchflussverkehren (z.B. Berliner Straße, Mainkai) würden

grünanteils,

maßgeblich zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität beitragen. Digitale Services, wie beispielsweise digitale Zahlfunktionen und neue, individualisierte Formen der Besucherführung und Erlebnisaufbereitung, fehlen, sind aber wichtige Kernaufgaben, die es übergreifend umzusetzen gilt.

GRÖßTE HERAUSFORDERUNGEN

Zusätzlich fehlt bisher eine gemeinsame, abgestimmte Direktive sowie ein aktives, geführtes Netzwerk der Innenstadtakteure. Bodenpreise, Immobilienspekulationen und der eingeschränkte Einfluss auf Investoren und Immobilienbesitzer werden als zusätzliche Hemmnisse für die Entwicklung der City identifiziert. Die fehlende übergreifende Vision für die City und das dadurch unabgestimmte Handeln der innerstädtischen Akteure muss deshalb neu strukturiert und geführt werden. Der Aufgabe eines aktiven Stadtmanagements kommt hier eine hohe Bedeutung zu.



Hemmnisfaktoren für die Entwicklung der ErlebnisCity (PROJECT M, 2021)



UNSERE POTENZIALE

UNSERE STÄRKEN

Frankfurts Innenstadt vereint das baukulturelle Erbe der Gesamtstadt auf engstem Raum. Noch funktionierende Einkaufsstraßen wie die Zeil, die Luxus-Einkaufsstraße Goethestraße oder die Töngesgasse, mit vornehmlich inhabergeführten Einzelhändlern, beeinflussen den Einkaufsstandort Innenstadt positiv. Zahlreiche Restaurants sowie Märkte, wie der Schillermarkt, der Erzeugermarkt auf der Konstablerwache und die Kleinmarkthalle, prägen die City kulinarisch. Große Museen und Kultureinrichtungen mit überregionaler Strahlkraft sowie kleine Galerien sind in der City ansässig. Firmenzentralen und Bürohochhäuser stehen auch optisch für die Dynamik des Wirtschaftsstandortes und prägen das Gesicht der Innenstadt. Eingerahmt von den grünen Wallanlagen und im Süden durch den Main begrenzt, bietet die Innenstadt optimale Voraussetzungen zur Gestaltung sehr attraktiver Freizeit-, Konsum-, Naherholungs- und Begegnungsorte der Stadtgesellschaft.

UNSERE HERAUSFORDERUNGEN

Kernprobleme der Innenstadt sind die geringe Aufenthaltsqualität zentraler Plätze, die Sauberkeit und die in einigen Bereichen (gefühlte) fehlende Sicherheit im öffentlichen Raum. Sichtbarer Leerstand und die Uniformität im Ladenbesatz der zentralen Einkaufslagen sorgen dafür, dass viele Quartiere nur wenig Ausstrahlungskraft besitzen, die eigene Identität der Quartiere fehlt. Brüche in der Architektur, in der Besucherlenkung und verkehrliche Barrieren erschweren die Wegebeziehungen der Quartiere untereinander und die Wechselwirkungen von Mainufer oder Wallanlagen mit der City. Ein unstrukturiertes Einzelkämpfertum zwischen den Innenstadtquartieren behindert zudem eine koordinierte Entwicklung. Es mangelt an einer verbindlichen Instanz, welche als Netzwerker, Koordinator und Impulsgeber die Zukunft der City gestaltet.



UNSERE LEITZIELE

VISION UND MISSION FÜR DIE ERLEBNISCITY

Mit der Vision (s. Folgeseite) wird ein konkretes Zielbild formuliert, was die Frankfurter Innenstadt in Zukunft ausmachen soll. Es wird eine gemeinsame Perspektive gegeben, welche Funktionen, Anreize und vor allem Emotionen (Erlebnisse) die Frankfurter Innenstadt in ihren vielseitigen Innenstadtquartieren prägen soll und welche Mehrwerte die Innenstadt für Nutzer:innen, aber auch für Geschäftsbetriebe oder Eigentümer bieten soll.

Mit der Mission wird ein Selbstverständnis geschaffen und ein klarer Handlungsauftrag an die Innenstadt-Macher:innen (Stadtverwaltung, Immobilienbesitzer, Einzelhändler, Gastronomen, Bevölkerung, Kulturschaffende etc.), wie diese durch gemeinsames Wirken und abgestimmtes Handeln ihren Beitrag leisten, die Vision der ErlebnisCity Frankfurt am Main zu erreichen. Aus den geführten Expert:innengesprächen werden folgende Leitlinien gefolgert:

LEITLINIEN FÜR DIE GESTALTER DER ERLEBNISCITY

Mut für Neues

gemeinsame Vision

smart & nachhaltig

strukturierte Umsetzung

Frankfurt-DNA als Basis

Innenstadt für Alle

ökologisch und sozial wertvoll

gemeinsame Verantwortung

LEITZIELE FÜR DIE ERLEBNISCITY

Eine konkrete Übersetzung der Schlagworte aus Vision und Mission findet sich in den Leitzielen der Stadtentwicklung.

Anhand des Drei-Säulen-Modells der Nachhaltigkeit werden die Kernaspekte aus Mission und Vision einsortiert. Hinterlegt sind diese mit Indikatoren, welche zur Erfolgsmessung und -bewertung regelmäßig erhoben werden sollen. Das Monitoring der Entwicklung, weit über klassische Einzelhandelskennziffern hinaus, hat für die zukünftige Steuerung eine erhebliche Bedeutung. Die Leitziele dienen somit als Controlling-Kennziffern, die es zukünftig in der Innenstadtentwicklung und Konzeptumsetzung regelmäßig zu monitoren und zu berichten gilt.

UNSERE LEITZIELE (Ziele & Controlling-Kennziffern)

Ökologische Ziele

Green City

- Grünflächen
- Ressourcenschonende Infrastrukturen

Rad- / Fußgängerfreundliche City

- Autofreie Bereiche
- Wegequalität
- Modal-Split
- Verkehrsberuhigte City

Regionale Angebote

- Lokale / regionale Sortimente
- Regionale Wirtschaftskreisläufe

Soziale Ziele

Lebendiger Kultur- und Erlebnisraum

- Qualität und Facettenreichtum der Kultur- und Freizeitangebote
- Mehrwert & Akzeptanz für die Bevölkerung
- Stadtkultur

Quartiersidentitäten

- Standortgemeinschaften
- Einzelhandelsqualität
- Gastronomiequalität

Attraktive öffentliche Räume

- Sicherheit / Sauberkeit
- Aufenthaltsqualität
- Qualität als Begegnungsort
- Qualität von Veranstaltungen

Ökonomische Ziele

Image / Promotoren

- Markenstärke City / Quartieren
- Themenkompetenz Kultur, Freizeit, Shopping, Gastro etc.
- Promotoren/Fans

Vitale Quartiere

- Frequenzsicherung
- Besucherzahlen
- Kaufkraftbindung
- Nutzerherkunft / -Durchmischung

Moderner Wirtschafts- und Arbeitsraum

- Reputation Wirtschaftsstandort
- New-/Co-Working-Angebote
- Zufriedenheitsbarometer
- Investitionsklima

Effektive Zusammenarbeit

- Kollaboration, Netzwerk und Zusammenarbeitskultur



©#visitfrankfurt, Foto: Udo Bernhart

Vision-Statement

„City Frankfurt – vom Funktionsraum zum lebendigen Emotionsraum“

Die Frankfurter Innenstadt ist 2025 das Aushängeschild für einen modernen Arbeits-, Lebens-, Kultur- und Erlebnisraum. Sie ist die international anerkannte und von der Bevölkerung gelebte Visitenkarte der Stadt und kultureller Bezugspunkt für die gesamte Metropolregion Frankfurt Rhein Main.

„Unsere Innenstadt ist künftig mehr denn je ein wertiger Erlebnisort, um Freizeit, Kultur und gesellschaftliche Begegnung zu erfahren und Gastronomie, Handel und Alltag zu genießen. Unsere City ist Spiegel unserer Stadtgeschichte, unserer internationalen Stadtgesellschaft und einer global vernetzten und regional verwurzelten Stadtidentität. Sie verbindet spürbare Tradition und erlebbare Geschichte mit smarter Zukunft und nachhaltigem Fortschritt. Mit ihren lebendigen Quartieren, wertigen öffentlichen Räumen und vielfältigen Begegnungsorten für Jung und Alt ist sie der gelebte Mittelpunkt unserer Stadt und Region.“

11



©#visitfrankfurt, Foto: Holger Ullmann

Mission-Statement

„Innenstadt ist Gemeinschaftsaufgabe“

Der größte nachhaltige Erfolg und individuelle Mehrwert speist sich aus dem integrierten Zusammenspiel, transparenten Dialog und verbindlicher Kooperation aller City-Akteure.

Für den gemeinsamen Weg zur „ErlebnisCity“ schaffen wir ein nachhaltiges Bündnis zwischen Eigentümern, Wirtschaftsunternehmen, Händlern, Kulturschaffenden, Bildungseinrichtungen und den Bewohner:innen und Gästen unserer Stadt. Im Zusammenspiel mit Stadtpolitik und Stadtverwaltung bauen wir den gemeinsamen Rahmen, in dem wir optimal miteinander agieren und aufeinander eingestellt und abgestimmt entwickeln können.

Als zukunftsgerichtete, smarte Metropole lassen wir Raum zur Entfaltung, kreativem Ausprobieren progressiver Konzepte und forcieren stets neue und nachhaltige Impulse. Wir fördern gezielt Innovation, Kreativität und Co-Creation und beachten ökologische, soziale und ökonomische Belange für einen wertvollen Arbeits-, Wirtschafts-, Lebens- und Erlebnisraum für alle!



UNSER ERLEBNISVERSPRECHEN

MULTIFUNKTIONALITÄT UND LEBENDIGE QUARTIERE

Die Vision der ErlebnisCity betont, dass die Frankfurter Innenstadt in ihrer Vielfalt und Vielseitigkeit ausgebaut werden soll. Neben der Stärkung als Ort zum Arbeiten oder Einkaufen soll der Mehrwert der Stadt als kultureller Freizeit- und Begegnungsraum und damit Treffpunkt der Frankfurter:innen aus der gesamten Metropolregion und ihrer internationalen Gäste aus dem Tourismus gestärkt werden. Die Gestaltung der Quartiere und die Ausprägung interessanter, individueller Quartiersprofile hat hierfür eine hohe Bedeutung.

Ziel ist es, den Innenstadt-Besuch noch stärker mit Genuss und Erlebnis zu verknüpfen. Attraktive konsumfreie Räume und Plätze mit hoher Aufenthaltsqualität, öffentlich zugängliche Rooftops oder belebte Grünflächen sollen die Innenstadt insbesondere in ihrer Funktion als sozialer Treffpunkt und als Freizeitort mit Möglichkeiten für Begegnung, Bildung und Erholung stärken. Die Innenstadt und ErlebnisCity der Zukunft bietet Mehrwerte für verschiedenste Nutzer:innen – Gäste wie Einheimische, Jung wie Alt – und lässt dabei den Freiraum für individuelle Gestaltung und Entfaltung von Stadt und Stadtgesellschaft.

THE REASON WHY ... – FRANKFURTER ERLEBNISPROFILE

Basis für die Atmosphäre und die Förderung von individueller Qualität und Innenstadt-Erlebnissen bilden Erlebnisprofile, welche dem Masterplan Tourismus 2030 entsprechen. Die Erlebnisprofile

#kreativ
#kosmopolitisch
#pulsierend
#traditionsreich

„Kunst- und Kultur“, „Urbane Erlebniswelten“ sowie „Lokales Einkaufs- und Genusserlebnis“ bieten die Ansatzpunkte, um die individuelle Profilierung der Cityquartiere zu gestalten.

**Den Horizont erweitern:
Kunst und Kultur am
Puls der Zeit erleben.**

**Eintauchen in urbane
Erlebniswelten:
zwischen markanter
Architektur und
multikultureller
Stadtidentität.**

**Stadt und Region
authentisch erleben:
über lokales Einkaufs-
und Genusserlebnis die
Region kennenlernen.**

Die charakteristischen Profile der Quartiere werden zur Stärke der Innenstadt. Der Aktionsplan und Maßnahmenkatalog des Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main fokussiert daher durchgehend die Betonung der individuellen Merkmale und Mehrwerte der Quartiere der City. Kunst und Kultur, Urbanität und Regionalität werden konsequent bei den Maßnahmen zur Angebotsdifferenzierung in den Quartieren und zur Gestaltung des öffentlichen Raumes mitgedacht.

Lebensraum

Konsumwelten

Begegnungsort

Kulturorte

Arbeitsraum

Freizeitwelten



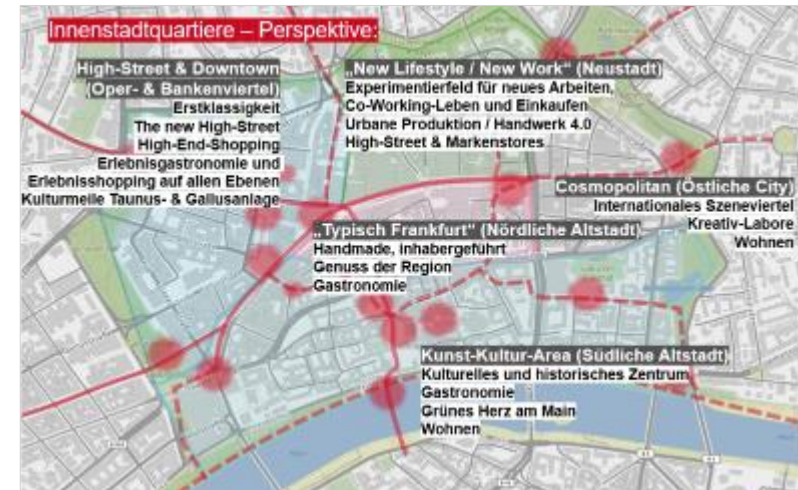
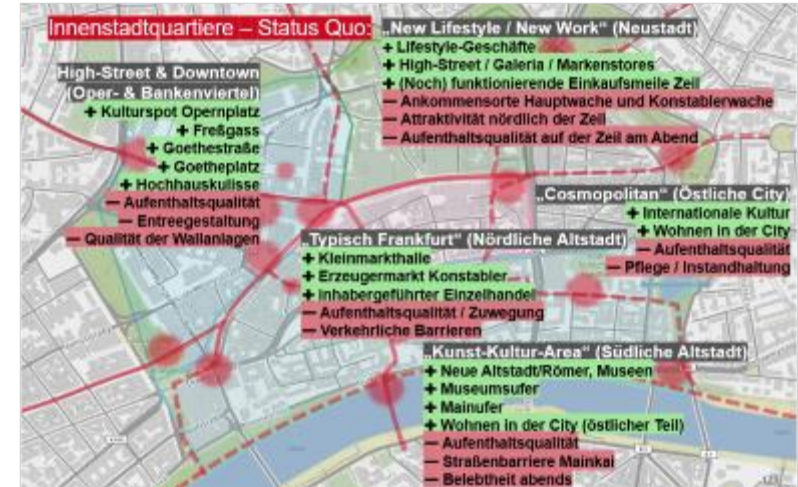
ÜBERSETZUNG IN DEN RAUM

AUSPRÄGUNG INDIVIDUELLER QUARTIERSIDENTITÄTEN

Stärkste Impulswirkung auf den Wandel der Innenstadt hin zu lebendigen und Mehrwert stiftenden Cityquartieren haben Maßnahmen, die gestaltend auf den öffentlichen Raum wirken, die Aufenthaltsqualität erhöhen und attraktive Verbindungen zwischen den Quartieren fördern. Es geht also nicht allein um den richtigen Funktions- oder Branchenmix oder um das individuelle Konzept einer Immobilie, sondern übergreifend um das Gestalten von Ankommens-, Willkommens- und Verweilorten, welche die einzelnen Erlebnisse verknüpfen. Dieser Logik folgend steht die Kultivierung von Quartiers-Identitäten im Mittelpunkt des Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main. Die im Masterplan festgelegten Quartiersstrukturen (siehe Abbildungen) orientieren sich an den im Innenstadtkonzept von 2015 definierten Strukturen und an den gegebenen Raumstrukturen.

NEURALGISCHE PUNKTE STÄRKEN

Die unterschiedlichen Quartiere sollen in ihrem individuellen Charakter an ihren zentralen Plätzen gestärkt und belebt werden. Die zahlreichen öffentlichen Plätze der City verstehen sich wie leere Leinwände, die nur darauf warten, gestaltet zu werden. Wichtige Wegebeziehungen, welche diese identitätsstarken Orte miteinander verbinden, sollen in ihrer Funktion und Attraktivität gestärkt werden. Die gezielte Stärkung der wichtigen neuralgischen Punkte (Hauptwache, Konstablerwache, Roßmarkt, Mainkai etc.) sowie deren Verbindungen bilden die Voraussetzung zum Gelingen der nachhaltigen Belebung und Attraktivitätssteigerung der City.



MAßNAHMEN- / AKTIONSPLAN

HANDLUNGSFELDER & MAßNAHMENPLAN

Abgeleitet aus den identifizierten Handlungsbedarfen sowie dem Zielbild, der Vision und Mission der ErlebnisCity, wurden im Dialog mit den Expert:innen über den gesamten Erarbeitungsprozess hinweg Maßnahmen zur Entwicklung der City und Optimierung der Rahmenbedingungen und Strukturen gesammelt. Die Maßnahmen werden zur systematischen Strukturierung und Zuordnung von Verantwortungen in acht Handlungsfelder geclustert.

Schwerpunkte der Handlungsfelder umfassen den organisatorischen Rahmen für die Innenstadtentwicklung und das Netzwerk der Innenstadtakteure, die Entwicklung und Gestaltung des öffentlichen Raumes, die Diversifizierung der innerstädtischen Angebote, die Optimierung von Erreichbarkeit und Mobilität, die Schaffung von modernen Service-Standards, die Vermarktung der City und City-Quartiere sowie die Beteiligung von unterschiedlichen Anspruchsgruppen der Innenstadt. Innerhalb der acht Handlungsfelder werden über 65 Maßnahmen mit verschiedenen Verantwortlichkeiten und einem Umsetzungshorizont von kurz- (2022/2023), mittel- (2024/2025) bis langfristig (2025 ff.) aufgeführt.

TOP 20 QUICK-WINS & TOP 20 SCHLÜSSELPROJEKTE

Als Quick-Wins hervorgehoben sind jene 20 Maßnahmen, welche kurzfristig, d.h. bereits im Jahr 2022/2023 umgesetzt werden können. Sie sollen schnell positive Effekte entfalten und wichtige Grundlagen schaffen. Darüber hinaus befinden sich unter den 65 Maßnahmen 20 mittel- bis langfristige Schlüsselprojekte, die aufgrund ihrer Bedeutung für die Cityentwicklung, ihrer Impulswirkung auf andere Projekte und zur Mobilisierung der Innenstadtakteure noch einmal herausgestellt werden. Es sind Maßnahmen, die überwiegend den Handlungsfeldern Angebotsdifferenzierung und Öffentlicher Raum zugeordnet sind. Einzelne Maßnahmen können sowohl Quick-Win-Charakter haben als auch Schlüsselprojekt mit räumlicher Impulswirkung für die neuralgischen Punkte der Stadt sein. Daher ist es auch möglich, dass Maßnahmen (z.B. aufgegliedert nach Konzepterstellung und Umsetzung) in beiden Übersichten vorkommen.



ErlebnisCity Frankfurt am Main | Quick-Wins 2022/2023

- 1. Stärkung/Neuorganisation Citymanagement:** (Vgl. M60 MPT: Verzahnung mit ganzheitlichem Stadtmarketing)
- 2. Stärkung Netzwerke:** Stärkung Interessens-/Aktionsgemeinschaften entsprechend der Innenstadt-Quartiere (Vgl. M87 MPT)
- 3. Kultivierung Innenstadt-Netzwerk:** Initiierung/Führung eines kontinuierlichen Dialog- und Beteiligungsprozesses zur Cityentwicklung
- 4. Innenstadt-Beirat:** Initiierung eines fachlich besetzten Innenstadt-Beirates
- 5. Auflegung Innenstadt-Fonds:** Budget-Bündelung der Netzwerk-Partner für die Erprobung/Umsetzung kreativer, neuer Konzepte
- 6. Dialog- und Workshop-Reihen** zur quartiersspezifischen Umsetzung von Projekten, Einbindung Bevölkerung in Gestaltungsideen
- 7. Open Innovation Labore** zur Einbindung von Innenstadt-Akteuren/Bevölkerung zur Lösung von Herausforderungen in der City
- 8. Content-Erstellung für die Innenstadt-Quartiere** und Erlebnisse (Arbeitsort, Einkaufserlebnis, Kunst und Kultur, öffentliche Räume)
- 9. Launch Website Innenstadt-Erlebnis:** Integrierte Microsite/Unterseite zu Innenstadt-Quartieren & Stadtteilzentren
- 10. Online-Magazin:** Storytelling aus den Quartieren/inkl. Snack Content für Social-Media Storys
- 11. TagTraum/NachtMarkt** Goetheplatz/Roßmarkt: mobile Sitzmöbel & Pflanztröge. Schaffung eines stimmungsvollen Abendmarktes
- 12. Bembel Markt:** Ausweitung des Schillermarktes auf die Nachmittag-/Abendstunden als Treffpunkt für Wein & Weinkultur
- 13. GuteStube:** Stimmungsvolle Beleuchtung / Fassaden-Lichtkunst, mobile Stadtmöblierung / Spielelemente zur temporären Inszenierung
- 14. Pop-Up-Altstadt:** Durchführung v. Kultur- Veranstaltungen auf den Plätzen der Neuen Altstadt (Konzerte, Lesungen, Arthouse-Kino).
- 15. „Mein“-Ufer:** temporäre Verkehrsberuhigung und Inszenierung des Mainkais. Temporäre Sitzmöbel, mobile Spielgeräte, Pop-Up am Wochenende bis zur langfristigen (Neu-)Gestaltung/Umgestaltung.
- 16. Follow the light:** LED-Lichtinstallation zur atmosphärischen Raum-Inszenierung der Zeil und der zentralen Plätze
- 17. Quartiers- /Weihnachtsbeleuchtung:** Auf die Quartierstypen abgestimmte Beleuchtungskonzepte in den Quartieren
- 18. Digitaler City Guide/Leitsystem:** Aufbau einer CityApp (PWA) als digitale Lösung zur Begleitung des Gastes (Vgl. MPT / TCF im Lead)
- 19. S³ Sicherheit, Sauberkeit, Service:** Ausbau Sicherheits- und Sauberkeitsinitiativen
- 20. Gestaltungswettbewerb „Frankfurt Stelen“:** Gestaltungswettbewerb zur Verschönerung der „Terrorpoller“

ErlebnisCity Frankfurt am Main | Schlüsselprojekte mit hoher räumlicher Impulswirkung

1. **Goetheplatz/Roßmarkt: TagTraum/NachtMarkt** – Grüne Oase bei Tag; Lichtinszenierung/Nachtmarkt am Abend/bei Nacht
2. **Roßmarkt: CityLights/CityStage** – Mobile Bühne & LED-Leinwand mit mobiler Stadtbühne (Vgl. MPT)
3. **Zeil: Follow the light** – LED-Lichtinstallation zur atmosphärischen Rauminszenierung der Zeil
4. **City Ost: „190 Nation Streetart Gallery“** – Inszenierung des Stadtraumes über die größte international kuratierte Streetart-Gallery
5. **Mainkai: „Mein“-Ufer** – A) (Pop-up-)Gastronomie, Verkehrsberuhigung, Möblierung B) Machbarkeitsstudie Umbau Mainkai „GreenCity“
6. **Hauptwache: TheSquare** – Machbarkeitsstudie Bodengestaltung, Tribüne für Events (Vgl. CityLights/CityStage)
7. **Wallanlagen: Kulturmeile Frankfurt** – Regelmäßige Bespielung der Wallanlagen durch Installationen von lokalen Künstler:innen
8. **Wallanlagen: Pop-up-Gastro** – Schaffung von Gastronomieflächen (Trinkhallen), welche durch Gastronom:innen bespielt werden
9. **Bereich Bethmannstr.-Kornmarkt-Sandgasse: Pop-up-Galleries** - Bespielung von Außenraum und Leerständen
10. **Liebfrauenberg: 7Kräuter** – Kunstvolle Gestaltung der Gassen und Plätze um den Liebfrauenberg als Kern der regionalen Kultur
11. **Liebfrauenstr./Neue Kräme/Hasengasse: Follow the line** – A) Kunstvolle Gestaltung (z.B. Bodenbeläge, Licht/Schaufenster, Kunst, Grün)
12. **Freßgass: Follow the line** – B) Kunstvolle Gestaltung, (z.B. Bodenbeläge, Licht/Schaufensterbeleuchtung, Kunst, Grün)
13. **Konstablerwache: Green Gate** – Neugestaltung Platz / Landschaftsarchitektur, dauerhafter Erzeugermarkt und Gastrokonzept
14. **Römer/Altstadt: Pop-up-Altstadt** – Temporäre Stadtmöblierung und Veranstaltungen
15. **Opernplatz: RedGate** – A) Übergang in die City: Stadtmöblierung und B) städtebauliche Inszenierung des Einstiegs in die City
16. **Neue Bibliothek:** Ansiedlung der neuen Stadtbücherei; offenes Gebäude zum Arbeiten, Lesen und Lernen
17. **Hauptwache: House-of-Frankfurt** – Haus mit Services für Gäste und Bevölkerung, Schaufenster für die Wirtschaft
18. **Neustadt/Parkhaus Karstadt Zeil: LivingOffices** – Ausbau von Co-Working-Angeboten, urbane Produktion, neue Gastrokonzepte etc.
19. **Willy-Brandt-Platz: Blue Gate** – Neugestaltung Willy-Brandt-Platz mit Europabezug sowie Bezug zu Gallusanlage und neuem Schauspiel
20. **Kleinmarkthalle: Neue Kleinmarkthalle** – Sanierung der Kleinmarkthalle und Attraktivierung des Umfeldes als reg. Genussquartier
21. **Innenstadtkirchen: SkyLight** – Entwicklung und Umsetzung eines Beleuchtungskonzeptes

UMSETZUNGSMANAGEMENT (1/2)

ORGANISATORISCHE VORAUSSETZUNGEN

Innenstadtentwicklung und die Umsetzung des Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main ist eine Gemeinschaftsaufgabe und bedarf einer aufeinander abgestimmten Organisations- und Kooperationsstruktur. Im Rahmen der Prozessentwicklung wurde deshalb die Bedeutung des City- & Stadtteilmarketings Frankfurt herausgearbeitet und notwendige organisatorische Weiterentwicklung zum Citymanagement Frankfurt aufgezeigt. Entsprechend der neuen Rolle von Stadtmarketing und dem Citymanagement als eine der zentralen Säulen im Stadtmarketing muss das City- & Stadtteilmarketing Frankfurt zum Dirigenten der ErlebnisCity Frankfurt am Main und zum Citymanagement Frankfurt entwickelt werden.

Hierzu bedarf es:

- Verbindlicher Auftrag seitens Politik an das Hauptamt & Stadtmarketing, die Funktion des Innenstadt-Machers & Dirigenten zu übernehmen
- Befähigung des City- und Stadtteilmarketings zur Federführung
→ mehr Verantwortung, mehr Handlungs- und Entscheidungsspielraum
- Investition in den Wandel des City- & Stadtteilmarketings Frankfurt a.M. zum „Citymanagement Frankfurt a.M.“
- Optimierung der Einbindungsstruktur im Hauptamt und Stadtmarketing
→ gutachterliche Empfehlung zur Stärkung des Citymanagements innerhalb des Hauptamtes
- Einrichtung dauerhafter, verlässlicher und wettbewerbsfähiger Budgets
- Investition in die Kompetenz der Mitarbeiter:innen
→ Kompetenzausbau und Fokussierung von Aufgabenschwerpunkten
→ Aufgabenabgrenzung bzw. funktionierende Nahtstellen

Koalitionsvertrag 2021 - 2026

#Citymanagement stärken

Das bestehende Citymanagement wollen wir ausbauen und relevante Akteure an einen Tisch bringen. Wir setzen uns für ein koordiniertes und funktionierendes City-Management für die Innenstadt ein, bei dem Stadtpolitik, IHK, Handel und Institutionen gemeinsam vertreten sind. Das City-Management muss so ausgestattet sein, dass positive Impulse für den Einzelhandel erzielt werden können. Das Ziel muss eine nachhaltige Attraktivitätssteigerung der Zentren sein.



UMSETZUNGSMANAGEMENT (2/2)

UMSETZUNGSMANAGEMENT DURCH DAS CITYMANAGEMENT

Die Verantwortung und Koordination des Umsetzungsmanagements soll zukünftig beim Citymanagement Frankfurt liegen. Hierbei geht es darum, den Überblick über alle Aufgaben und Maßnahmen der Innenstadtentwicklung zu behalten und die verschiedenen Innenstadtmacher:innen zu koordinieren und zusammenzuführen. Zielsetzung ist es, die bestmöglichen Synergien von Maßnahmen und größtmögliche Wirkungseffekte bei der Umsetzung des Maßnahmenkatalogs der ErlebnisCity Frankfurt am Main zu erreichen. Die Förderung von quartiersspezifischen Organisations- und Netzwerkstrukturen – Unterstützung und Vermittlung beim Strukturaufbau von Interessens- und Standortgemeinschaften (ISG), Business Improvement Districts (BID)s oder auch Kooperations- und Werbegemeinschaften – und die Steuerung der quartiersübergreifenden Zusammenarbeit gehören zu den Kernaufgaben des Citymanagements.

Das Citymanagement Frankfurt wird also der wichtigste Koordinator, Motivator, Netzwerkgestalter, Impulsgeber und Entwickler für:

- Moderation und Mobilisierung der Projektpartner:innen
- Wissens- und Informationstransfer und zielorientierte Zusammenarbeit
- Initiativen zur Gestaltung der Innenstadt / Förderung von Co-Creation
- Inszenierung lebendiger Cityquartiere durch Events und Aktionen
- Projektentwicklungen zur Attraktivierung der Aufenthaltsorte
- Projektentwicklungen zur nachhaltigen Smart City
- Projektentwicklungen zur Belebung der Cityquartiere (ErlebnisCity)



AUFGABENPORTFOLIO UND RESSOURCENBEDARFE

Mit der Weiterentwicklung City- und Stadtteilmaking Frankfurt am Main zum Citymanagement ist eine Veränderung und Fokussierung bei der Aufgabenwahrnehmung verbunden. Für die Umsetzung des Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main bedarf es einer Fokussierung auf Kernaufgaben des Citymanagements (s.u.) und eine Personalstärke von rd. fünf fachlich qualifizierten Vollzeitäquivalenten. Unter der Berücksichtigung der Kompetenzen des Hauptamtes und Stadtmarketings gilt es zudem bestehende Kompetenzen und Personalressourcen aus anderen Bereichen zu nutzen, um Doppelstrukturen zu vermeiden. Darüber hinaus ist ein eigener Budgetrahmen von rd. 450.000 € p.a. für das Citymanagement Frankfurt im Haushalt einzustellen (gesicherte Projektmittel/feste Aktionsmittel) zzgl. projektspezifischer Förderung von Einzelvorhaben.

Aufgaben und Aufgabenschwerpunkte des CSM am Aufgabensteuerrad



Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main

Zukunftskonzept für die
nachhaltige Belebung der
Frankfurter Innenstadt

Bausteine des Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main

EINLEITUNG

**ANLASS,
PROZESS,
BETEILIGTE**

UNSERE POTENZIALE

**WELCHE STÄRKEN WIR
STÄRKEN, UM
SCHWÄCHEN ZU
SCHMÄLERN**

UNSERE VISION UND MISSION

**WARUM WIR DIE CITY
BRAUCHEN UND WIE WIR
SIE UNS WÜNSCHEN**

UNSERE LEITZIELE

**WAS WIR ERREICHEN
WOLLEN & WORAN WIR
UNS MESSEN LASSEN
WOLLEN**

UNSERE LEITLINIEN

**WAS WIR BEI UNSERER
ZIELERREICHUNG
GEMEINSAM BEACHTEN**

UNSER ERLEBNIS- VERSPRECHEN

**FUNKTIONEN &
CHARAKTER DER
ERLEBNISCITY**

ÜBERSETZUNG IN DEN RAUM

**CITY-QUARTIERE,
HOT-SPOTS UND
VERBINDUNGEN**

MAßNAHMEN- / AKTIONSPLAN

**KURZ-, MITTEL- UND
LANGFRISTIGE
PROJEKTE**

Bausteine des Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main

EINLEITUNG

**ANLASS,
PROZESS,
BETEILIGTE**

UNSERE POTENZIALE

**WELCHE STÄRKEN WIR
STÄRKEN, UM
SCHWÄCHEN ZU
SCHMÄLERN**

UNSERE VISION UND MISSION

**WARUM WIR DIE CITY
BRAUCHEN UND WIE WIR
SIE UNS WÜNSCHEN**

UNSERE LEITZIELE

**WAS WIR ERREICHEN
WOLLEN & WORAN WIR
UNS MESSEN LASSEN
WOLLEN**

UNSERE LEITLINIEN

**WAS WIR BEI UNSERER
ZIELERREICHUNG
GEMEINSAM BEACHTEN**

UNSER ERLEBNIS- VERSPRECHEN

**FUNKTIONEN &
CHARAKTER DER
ERLEBNISCITY**

ÜBERSETZUNG IN DEN RAUM

**CITY-QUARTIERE,
HOT-SPOTS UND
VERBINDUNGEN**

MAßNAHMEN- / AKTIONSPLAN

**KURZ-, MITTEL- UND
LANGFRISTIGE
PROJEKTE**

Zielsetzung für das Zukunftskonzept: ErlebnisCity Frankfurt am Main

- **Kompakte Status-Quo-Analyse der Frankfurter City unter Berücksichtigung vorliegender Studien, zentraler Trends und Einflussfaktoren (Strukturwandel)**
 - **Potenzialbestimmung im Wettbewerbsvergleich: Entwicklungspotenziale der ErlebnisCity Frankfurt am Main aus verschiedenen Nutzungsperspektiven**
 - **„The Reason Why“ – Ausarbeitung von Leitzielen & Erlebnismotiven**
 - **Integrierte Entwicklungsleitbilder für die ErlebnisCity Frankfurt am Main**
 - Herausarbeitung von quartiersspezifischen Entwicklungsleitbildern
 - Herausarbeitung von Handlungsfeldern, Maßnahmen & Impulsprojekten
 - **Integrierter Aktionsplan (Zukunftskonzept) im Kontext einer zwischen den Akteuren abgestimmten Aufgabenteilung**
- **Einbindung kommunaler und privatwirtschaftlicher Experten und von Schlüsselakteuren der Innenstadtentwicklung**

Koalitionsvertrag 2021 - 2026

#Citymanagement stärken

Das bestehende Citymanagement wollen wir ausbauen und relevante Akteure an einen Tisch bringen. Wir setzen uns für ein koordiniertes und funktionierendes City-Management für die Innenstadt ein, bei dem Stadtpolitik, IHK, Handel und Institutionen gemeinsam vertreten sind. Das City-Management muss so ausgestattet sein, dass positive Impulse für den Einzelhandel erzielt werden können. Das Ziel muss eine nachhaltige Attraktivitätssteigerung der Zentren sein.

**EIN
NEUES
FRANKFURT
GESTALTEN**



Koalitionsvertrag 2021 - 2026

#Citymanagement stärken

Das bestehende Citymanagement wollen wir ausbauen und relevante Akteure an einen Tisch bringen. Wir setzen uns für ein koordiniertes und funktionierendes City-Management für die Innenstadt ein, bei dem Stadtpolitik, IHK, Handel und Institutionen gemeinsam vertreten sind. Das City-Management muss so ausgestattet sein, dass positive Impulse für den Einzelhandel erzielt werden können. Das Ziel muss eine nachhaltige Attraktivitätssteigerung der Zentren sein.



#Akteure vernetzen

mit dem Einzelhandelsverband, der Wirtschaftsförderung und weiteren Partnern gemeinsam Lösungen erarbeiten, wie zeitweiser Leerstand kreativ und sinnstiftend genutzt werden kann.



#Einkaufen attraktiveren

Für die gesamte Innenstadt von Frankfurt muss ein Konzept entwickelt werden, das den vielfältigen – und teilweise auch divergierenden – Ansprüchen genügt. Der Handel in Frankfurt braucht eine attraktive, erreichbare und sichere Innenstadt und Stadtteilzentren. Dabei geht es zum einen um eine attraktive Gestaltung und einladende Aufenthaltsflächen. Zum anderen müssen sowohl die Innenstadt als auch die gut besuchten Einkaufsstrassen in den Stadtteilen (Binger Straße, Leipziger Straße, Eckenheimer-, Eschenheimer Landstraße, der Sandweg, Schweizer Straße, Oeder Weg) für die einkaufende Bevölkerung, die Beschäftigten und Logistik gut erreichbar und miteinander vernetzt sein.

Die Frankfurter Politik sollte neue nachmittägliche Konzepte wie z. B. einen Nachtmarkt auf dem Rossmarkt/Goetheplatz ermöglichen.

Wir werden uns auf Landesebene dafür einsetzen, dass vor allem in den Stadtteilen die gesetzlich zulässigen verkaufsoffenen Sonntage wieder stattfinden werden.



#Leerstand verhindern

Wir wollen ein ganzheitliches Konzept zur Renovierung und Umgestaltung von städtischen Liegenschaften, wie beispielsweise der B-Ebene an der Hauptwache und der Konstablerwache, um dortigen Einzelhandel zu stärken und voranschreitenden Leerstand zu verhindern. Wir beziehen bei solchen Plänen die Bürger*innen und die Anlieger*innen zum Beispiel über Ideenwettbewerbe ein.

In allen Bereichen, insbesondere der Innenstadt, soll proaktiver auf Leerstand reagiert werden. Wir brauchen für Frankfurt ein geeignetes Konzept, das den Leerstand von Ladenflächen verhindert und gleichzeitig eine Vielfalt an Angeboten sichert.

Nicht nur die Kulturschaffenden, auch Gründer*innen können von Zwischennutzungen und zeitweisem Leerstand profitieren.

ErlebnisCity Frankfurt am Main 2030: zentrales Schlüsselprojekt des Masterplan Tourismus 2030 zur Erreichung der qualitativen Wachstumsziele, ...



Handlungsfeld 3:

„ErlebnisCity 2030“

„Wir gestalten unsere besondere Architektur erlebbar und inszenieren unsere Urbanität.“

Handlungsfeld 9:

„ErlebnisCity 2030“

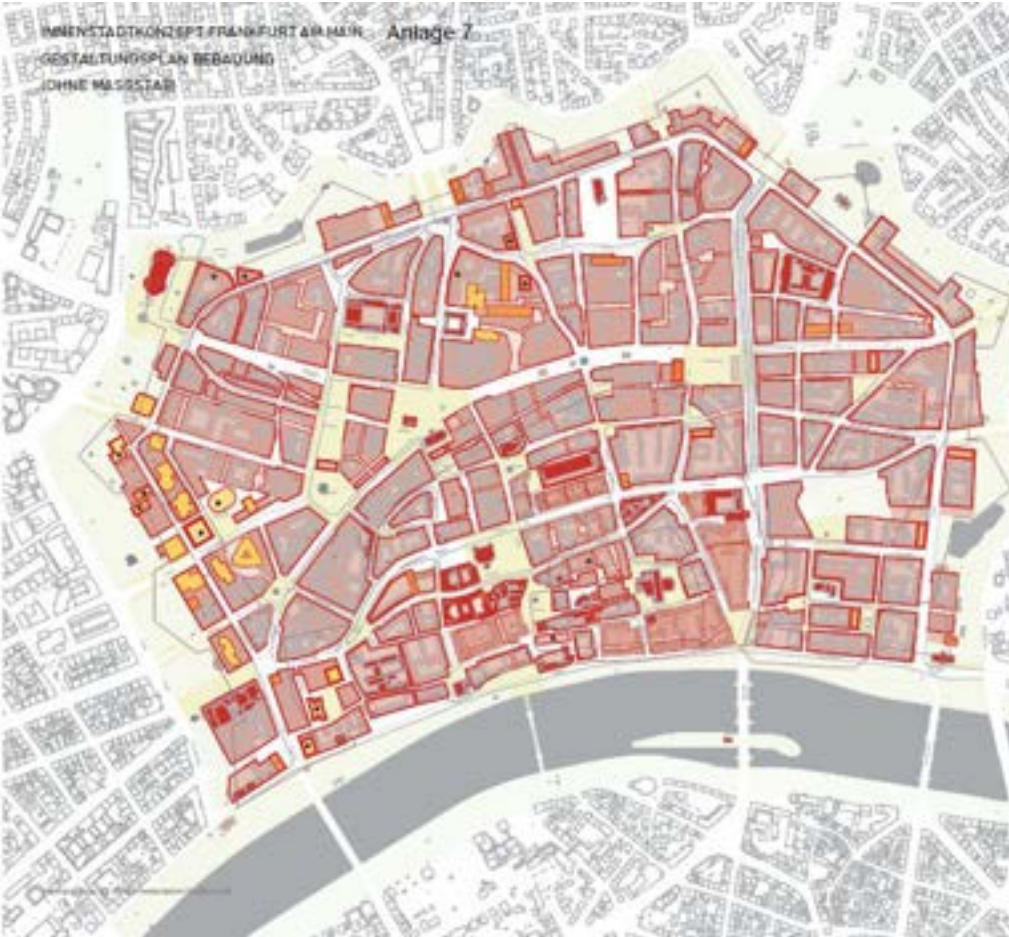
„Wir entwickeln Tourismus-, Stadt- und Regionalentwicklung aus einem Guss.“

„Multifunktionale Innenstadt“ „ErlebnisCity 2030“: *attraktive Quartiere und ökologisch nachhaltige Aufenthaltsqualität*

... das konsequent auf den Plänen und Planungsvorhaben der Stadt aufbaut, aber wichtige Markt- & Trendanalysen sowie Einflussfaktoren integriert.

INNENSTADTKONZEPT FRANKFURT AM MAIN
GESTALTUNGSPLAN BEBAUUNG
OHNE MASSTAB

Anlage 7



Planung: 24.07.2014

Legende:

- Verlauf der ehem. Stadtmauer
- Nicht verbaute Fläche, oder Bebauungsplan, ggf. zu ergänzen
- wichtige historische Bausubstanz
- Hochhaus unter 50m Bestand
- Hochhaus über 50m Bestand
- mittlere Hochhaus 30-50m
- Hochhaus über 50m Bestand
- mittleres Hochhaus über 50m bei Hochhausrahmenplan
- wichtige über 50m Jahre Bebauung
- Parcours, sehr gut
- Baumreifebebauung
- Platzraum
- Brücken / Stadtbau
- See / Fluss
- Neuwerkstatt Planung
- Neuwerkstatt Planung

Gutachten zum
EINZELHANDELS- UND
ZENTRALKONZEPT
für die Stadt Frankfurt am Main
-Parschke & Partner-



Offener Planungsprozess
Innenstadtkonzept Frankfurt am Main 2010
IM DIALOG 8





GESTALTUNGSPLAN
STADT FRANKFURT
am Main



AGENDA DES STADTMARKTFRAGEN
Stadtentwicklungsforschung 2010

bcsd



Prozessarchitektur: Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main

Phase 1: Analyse (Q3 2021)



Auftaktgespräch / interner Kick-Off

- ➔ Sekundäranalyse zu Markt- & Trendanalyse sowie Einflussfaktoren
- ➔ Bewertung des Status Quo
- ➔ Analyse & Bewertung zentrenrelevanter Erlebnisinfrastruktur & Magneten
- ➔ Bewertung & Einordnung von Funktions-/Erlebnissräumen, Mobilität & Besucherlenkung



Experten-Gruppen (Sep 2021)

- ➔ Angebotsanalyse
- ➔ SWOT-Analyse & Positions- & Perspektivbestimmung im Wettbewerbsvergleich

Phase 2: Konzeption (Q4 2021)

- ➔ Mission & Vision-Statement der "ErlebnisCity Frankfurt am Main"
- ➔ Aufstellung von Leitziele & Leitlinien
- ➔ Erlebniskonzeption zukünftiger Funktionsräume & Quartiersprofile zur Erlebnisinszenierung



Expertengremium "Entwicklungsperspektive ErlebnisCity 2022/2025/2030"

- ➔ Fokus: Erlebnisräume & Erlebnisprofile
- ➔ Quick Wins, kurz-, mittel-, langfristige Maßnahmen
- ➔ Ableitung & Ausarbeitung von strategischen Handlungsfeldern
 - ➔ Einbindung von Benchmarks & Best Practice

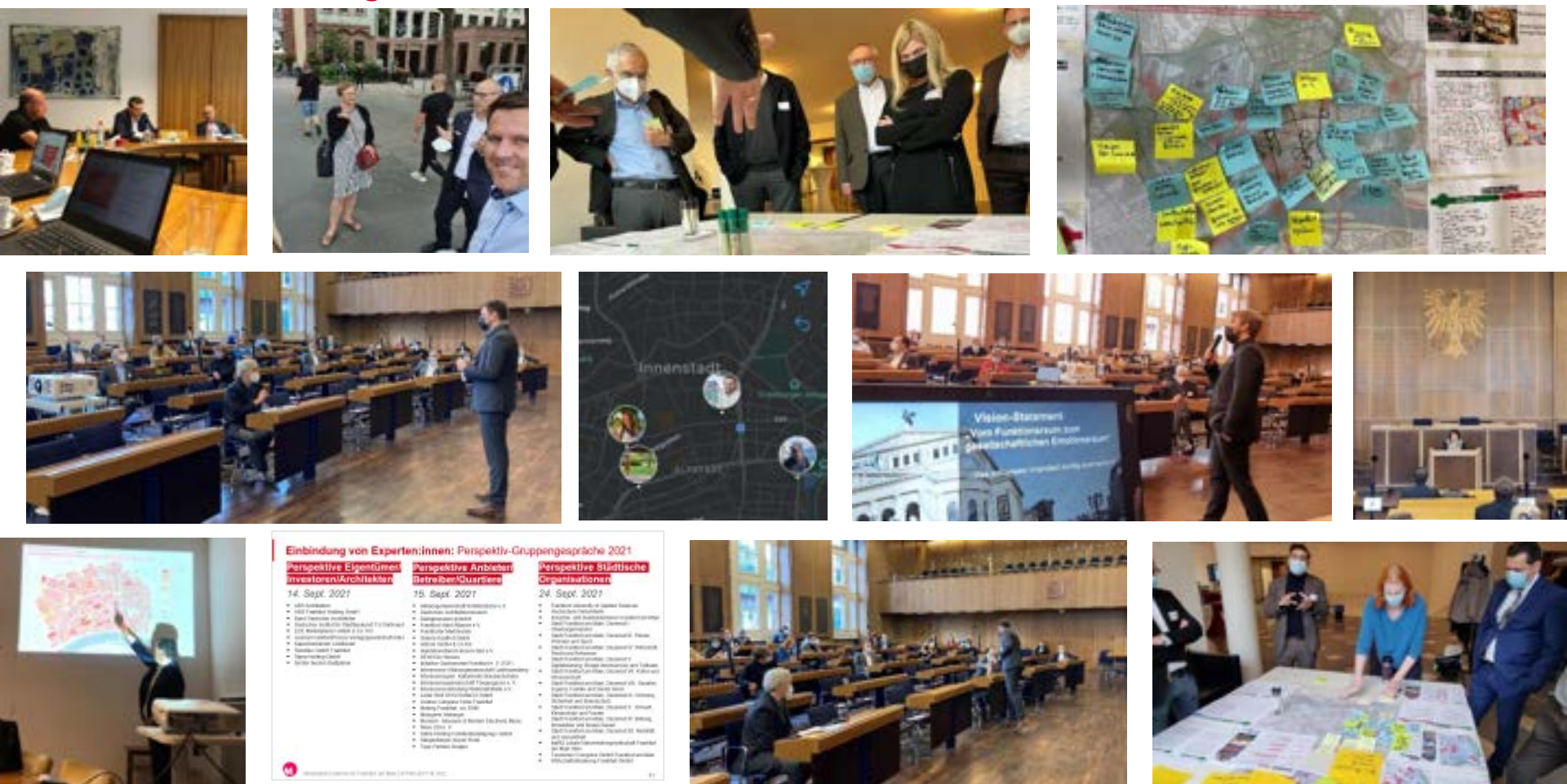
Phase 3: Umsetzung (Q4 2021 – Q1 2022)

- ➔ Clusterung & Priorisierung von Maßnahmen sowie Auswahl von potenziellen Impulsprojekten
- ➔ Aufstellung Umsetzungsstrategie (Aktionsplan) & Zeitrahmen
 - ➔ Quick Wins, kurz-, mittel-, langfristige Maßnahmen
 - ➔ Impulsprojekte
- ➔ Anforderungsprofil für das Citymanagement
 - ➔ Aufgabenschwerpunkte und Ressourcenbedarfe



Ergebnisbericht und Ergebnisvorstellung (1. Q 2022)

Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main: Ergebnis aus Perspektivwechseln, fachlichem Dialog, ...



Einbindung von Experten:innen: Perspektiv-Gruppengespräche 2021

Perspektive Eigentümer/ Investoren/Architekten

14. Sept. 2021

- ABS Architekten
- ABG Frankfurt Holding GmbH
- Bund Deutscher Architekten
- Deutsches Institut für Stadtbaukunst TU Dortmund
- ECE Marketplaces GmbH & Co. KG
- Journal Frankfurt/Presse Verlagsgesellschaft mbH
- Kapuzinerkloster Liebfrauen
- Renditus GmbH Frankfurt
- Signa Holding GmbH
- torsten becker stadtplaner

Perspektive Anbieter/ Betreiber/Quartiere

15. Sept. 2021

- Aktionsgemeinschaft Schillerstraße e.V.
- Deutsches Architekturmuseum
- Dialogmuseum gGmbH
- Frankfurt Hotel Alliance e.V.
- Frankfurter Marktverein
- Galeria Kaufhof GmbH
- Gibson GmbH & Co.KG
- Handelsverband Hessen-Süd e.V.
- DEHOGA Hessen
- Initiative Gastronomie Frankfurt e. V. (IGF)
- Interessens-/Aktionsgemeinschaft Liebfrauenberg
- Interessensgem. Kulturmeile Braubachstraße
- Interessensgemeinschaft Töngesgasse e. V.
- Interessensvertretung Kleinmarkthalle e.V.
- Leder Stoll OHG/ Koffer24 GmbH
- Lindner Congress Hotel Frankfurt
- Making Frankfurt, c/o DAM
- Metzgerei Heiningner
- Momem - Museum of Modern Electronic Music
- Neue Zeil e. V.
- Sahle Holding Familienbeteiligungs GmbH
- Steigenberger Airport Hotel
- Tiger-Palmen-Gruppe

Perspektive Städtische Organisationen

24. Sept. 2021

- Frankfurt University of Applied Sciences
- Hochschule Geisenheim
- Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main
- Stadt Frankfurt am Main, Dezernat I: Oberbürgermeister
- Stadt Frankfurt am Main, Dezernat III: Planen, Wohnen und Sport
- Stadt Frankfurt am Main, Dezernat IV: Wirtschaft, Recht und Reformen
- Stadt Frankfurt am Main, Dezernat V: Digitalisierung, Bürger:innenservice und Teilhabe
- Stadt Frankfurt am Main, Dezernat VII: Kultur und Wissenschaft
- Stadt Frankfurt am Main, Dezernat VIII: Soziales, Jugend, Familie und Senior:innen
- Stadt Frankfurt am Main, Dezernat IX: Ordnung, Sicherheit und Brandschutz
- Stadt Frankfurt am Main, Dezernat X: Umwelt, Klimaschutz und Frauen
- Stadt Frankfurt am Main, Dezernat XI: Bildung, Immobilien und Neues Bauen
- Stadt Frankfurt am Main, Dezernat XII: Mobilität und Gesundheit
- traffiQ Lokale Nahverkehrsgesellschaft Frankfurt am Main mbH
- Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main
- Wirtschaftsförderung Frankfurt GmbH

Bausteine des Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main

EINLEITUNG

**ANLASS,
PROZESS,
BETEILIGTE**

UNSERE POTENZIALE

**WELCHE STÄRKEN WIR
STÄRKEN, UM
SCHWÄCHEN ZU
SCHMÄLERN**

UNSERE VISION UND MISSION

**WARUM WIR DIE CITY
BRAUCHEN UND WIE WIR
SIE UNS WÜNSCHEN**

UNSERE LEITZIELE

**WAS WIR ERREICHEN
WOLLEN & WORAN WIR
UNS MESSEN LASSEN
WOLLEN**

UNSERE LEITLINIEN

**WAS WIR BEI UNSERER
ZIELERREICHUNG
GEMEINSAM BEACHTEN**

UNSER ERLEBNIS- VERSPRECHEN

**FUNKTIONEN &
CHARAKTER DER
ERLEBNISCITY**

ÜBERSETZUNG IN DEN RAUM

**CITY-QUARTIERE,
HOT-SPOTS UND
VERBINDUNGEN**

MAßNAHMEN- / AKTIONSPLAN

**KURZ-, MITTEL- UND
LANGFRISTIGE
PROJEKTE**

Was sind die größten Hemmnisfaktoren für die Entwicklung der ErlebnisCity?

Rahmenbedingungen / Stadt-/Cityentwicklung

Bau-/Planungsrecht Bodenpreise/Spekulationen
Förderung Stadtmobiliar Vergabeverfahren
Kreativräume Lichtkonzept Citymanagement
Architektur Kooperations / PPP
Städtebau Eventsstrategie Besucherlenkung
Stadtgrün Mobilität **Aufenthaltsqualität**
Gestaltungssatzung **Sicherheit/Sauberkeit**
Sondernutzungen

Eigentümer-/Entwicklerperspektive

Eigentümerstruktur Identifikation Spekulation
fehlende Partnerschaften Kooperationen/PPP
BIDs/SIDs/Cityfonds **Uniformität**
Flächengröße Leasing-Wettbewerb
Mieten (A-Lagen) Branchennmix
starre Mietverträge Nutzungs-smix
Leasing-Management
Leerstandsmanagement Trittbrettfahrer

Mobilitätsqualität
Durchmischung
Soziale Kontrolle
Einzugsgebiet Angst(räume)
Online-Konkurrenz Frequenz
Loyalität Kaufkraft
Fehlende Identität & Bezugspunkte

fehlende/professionelle Quartiersmanagements Kooperationsbereitschaft
Empfehlungsmarketing Trittbrettfahrer
Marketing-Budgets Werbegemeinschaften
Digitale Kompetenz Treueprogramm
Kostenverteilung/Beteiligung
(digitaler) Service & Service-Design Events-/Veranstaltungen
Beleuchtungskonzepte

Nachfrage/Nutzer

Öffnungszeiten Erlebnis-Design
Ambiente & Flair **Betreiber/Mieter**



Handlungserfordernisse zur Optimierung der Rahmenbedingungen



Kurzfristig

- + (Änderungs-)Prozess an Politik vermitteln
- + Entwicklung des City- und Stadtteilmarketings zum Citymanagement Frankfurt am Main
- + Fokussierung und Stärkung des Citymanagements in der Rolle des Innenstadtkoordinators, Netzwerkers und Impulsgebers
- + Führung und Förderung von systematischen Dialog- und partizipativen Entwicklungsprozessen; Runde Tische, City-Foren, Netzwerkevents
- + Netzwerkaufbau und Begleitung von ISG (Händler-) und BID (Eigentümergeinschaften)
- + Nutzung der bestehenden Förderkulissen und Aufbau von gemeinsamen Innenstadtfonds zur Förderung von Qualität, Diversity und neuen Erlebnisraumkonzepten
- + Förderung von Kreativ-Wettbewerben; u.a. Pop-up Aktionen, temporäre Raumkonzepte, Leerstands-Bespielung, Quartiersevents etc.
- + Anpassung von Nutzungs-/Gestaltungssatzungen, Förderung neuer/temporärer Erlebniskonzepte

Mittel-/Langfristig

- + Ausgestaltung/Weiterentwicklung von Planungsrecht/ Baurecht für „New-Work-New-Living“/„neue Nutzungs-Konzepte“/Immissionsschutz in der Innenstadt anpassen
- + Aktivierung neuer Räume (Vertical-City), z.B. Dächer, Hochhauskonzepte etc.
- + Ankauf von Liegenschaften zur Ausschreibung und Entwicklung von zukunftsgerichteten Nutzungskonzepten (FFM)
- + Etablierung von Anhandgabeverfahren zur Steuerung von Entwicklungsvorhaben
- + Einrichtung/Führung City-Leerstandsmanagement
- + Änderungsprozess seitens Politik begleiten / regelmäßige Innenstadtberichte im Beirat/Ausschüssen
- + Ausweitung und Einrichtung von ISG (Händler-) und BID (Eigentümergeinschaften)
- + Etablierung von regelmäßigem Erfahrungsaustausch und Partnernetzwerken (Betreiber, Eigentümer, Kammern, Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Wissenschaft),
- + Aufbau von Vermietungspools und quartiersbezogener Leasing Managements für EG-Vermietung in Quartieren

Handlungserfordernisse zur Optimierung des Binnen/Außenmarketings



Kurzfristig

- + (Änderungs-)Prozess sichtbar machen
- + **Binnenkampagne „City Allianz“** (innen gerichtetes Empfehlungsmarketing: „Wir gestalten die City“)
- + Aufbau von **langfristigen Marketingnetzwerken**
- + Erstellung einer integrierten **Kommunikationsarchitektur und Content-Strategie**
- + Ausarbeitung einer **Empfehlungsmarketing-Strategie** (Kunden, Betriebe, Gesichter der Stadt, ...)
- + **Unterstützung** beim **Aufbau von Blogbeiträgen** und **Social Media** in den Quartieren
- + **Content-Produktion** zur Vermarktung der Quartiere
- + **Stadt-/City- & Quartiers- Kampagnen**
- + **Social Media Marketing**
- + **Websiteoptimierung / Sichtbarkeit der City-Quartiere**
- + Aufbau **Loyaltymanagement**

Mittel-/Langfristig

- + **Auf-/Ausbau Marketingpools**
Zusammenführung von Werbemitteln
- + **Ausweitung Stadt-/City- & Quartiers- Kampagnen** / nationale und internationale Kampagnen
- + **Content-Datenbank „Feel Frankfurt“**
- + **Guerilla-Marketing** / Pop-up-Leerstandsbespielung
- + Etablierung von **regelmäßigem Erfahrungsaustausch** und **Partnernetzwerken** zu Marketing und Eventthemen

STÄRKEN

- + Sehenswürdigkeiten, z.B. Alte Oper
- + Opernplatz als repräsentatives Entree
- + Freßgass als etablierte Gastro-Meile und Verbindung zwischen Opernplatz und Goetheplatz
- + Goethestraße als Luxus-Einkaufslage
- + Goetheplatz/Roßmarkt: attraktive Fassaden, Blickbeziehungen und Gestaltungspotenzial
- + Börsenplatz/Schillerstraße als attraktiver urbaner Aufenthaltsbereich
- + Hauptwache als identitätsstarke, urbane Mitte der Stadt mit Entwicklungspotenzial
- + Interessensgemeinschaften: Aktionsgemeinschaften Schillerstraße - Eschenheimer Turm Aktiv e.V. und Freßgass e.V.
- + Einmalige Hochhauskulisse mit Potenzial für Rooftop-Feeling
- + Frankfurt Four als Impulsprojekt
- + Taunusanlage als gepflegte Grünfläche

SCHWÄCHEN

- Gestaltung der Aufenthaltsqualität am Opernplatz (z.B. Sitzgelegenheiten, Platzgestaltung) sowie in der Freßgass (z.B. Gestaltung der Straße etc.)
- Aufenthaltsqualität in der Goethestraße (Fassaden, parkende Autos etc.)
- Ungenutztes Potenzial im Bereich Goetheplatz und Roßmarkt
- Eventflächen/Eventinfrastruktur
- Unübersichtliche Platzgestaltung im Bereich Hauptwache/S-Bahn-Station
- Zunehmende Leerstände im Bereich Schillerstraße
- Viele unbelebte Erdgeschosse im Bereich Bankenviertel

STÄRKEN

- + Direkte Zeil-Anbindung / Filialisten
- + Kleinmarkthalle und Töngesgasse mit hochwertiger Kulinarik und individuellem Einzelhandel
- + Erzeugermarkt Konstablerwache als Frequenzbringer und Anziehungspunkt für regionale Lebens- und Genussmittel
- + Gute Erreichbarkeit
- + Aktionsgemeinschaften: Interessen- und Aktionsgemeinschaft Liebfrauenberg e.V. und Interessensgemeinschaft Töngesgasse e.V.

SCHWÄCHEN

- Bröckelnde 1A-Lage
- Kleinmarkthalle unscheinbar und versteckt gelegen mit Umfeld mit geringer Aufenthaltsqualität
- Hohe Leerstandsquote um die Neue Kräme
- Konstablerwache mit geringer Aufenthaltsqualität
- Geringe Aufenthaltsqualität bei den Nord-Süd-Verbindungen, wie Neue Kräme, Hasengasse, Fahrgasse
- Veraltete Bodenbeläge
- Fehlende Logistikflächen und Abstellflächen
- Fehlende soziale Kontrolle
- Barriere Berliner Straße

STÄRKEN

- + Historisches Ensemble Paulsplatz/Römer
- + Neu aufgebaute Neue Altstadt mit attraktiver Architektur und hochwertigem Einzelhandel
- + Sehr hohe Dichte an Museen und Kultureinrichtungen
- + Events (Weihnachtsmarkt, Mainufer etc.)
- + Mainufer mit Gestaltungspotenzial des Erlebnisses am Wasser
- + Umfeld Goethehaus, insbes. Weißadlergasse mit neuer Gastronomie und Kaiserplatz als attraktiver urbaner Ort
- + Willy-Brandt-Platz mit erwartbarem Impuls durch Neuentwicklung des Neuen Schauspiels
- + Galerien, Shops und Cafés in der Fahrgasse zwischen Altstadt und Main
- + Bestehendes Quartiersmanagement der Neuen Altstadt durch DomRömer GmbH

SCHWÄCHEN

- Berliner Straße, Braubachstraße und Mainkai als Verkehrsachsen, welche die Altstadt zerschneiden und Aufenthaltsqualität mindern
- Ausbaubarer Bezug zum Main am Mainkai
- Ausbaubare Aufenthaltsqualität am Paulsplatz/Römer
- Alle zentralen Bereiche in den Abendstunden wenig belebt
- Großevents mit nur bedingtem Bezug / Mehrwert (in Puncto Wertschöpfung) für die Innenstadt
- „Sportevents“ mit wenig Bezug zur / Wertschöpfung für die Innenstadt

STÄRKEN

- + (Noch) hoch frequentierte und gut funktionierende Einkaufsmeile Zeil
- + My Zeil als architektonischer Impuls und Erlebnismagnet
- + Pilot Galeria „Weltstadtkaufhaus“
- + Aufenthaltsqualität Zeil
Schatten, Mikroklima und Aufenthaltsqualität optimiert
- + Palais Frankfurt und Entwicklung im umliegenden Gebiet (Hotel Moxy etc.)
- + Klaus-Mann-Platz und Nebenstraße mit Kiez-Charakter
- + MOMEM Impuls
- + Lifestyle

SCHWÄCHEN

- Sicherheits- / Sauberkeitsempfinden
- Zustand Immobilienbestand hinter der Zeil
- Geringe Aufenthaltsqualität in den Seitenstraßen der Zeil
- Wenige Impulse/Anziehungspunkte außerhalb der Zeil
- Zustand Parkhäuser (Karstadt)
- Mittelfristig möglicher Umbruch des Handelsbesatzes

STÄRKEN

- + Hoher Anteil kommunaler Gebäude
- + Großflächig verankertes Wohnen in der City
- + Neue Projektentwicklungen mit Fokus auf hochwertigem Wohnen
- + Friedberger Anlage als Übergang in Richtung Zoo und Berger Straße

SCHWÄCHEN

- Große Defizite in puncto Aufenthaltsqualität und Sicherheit
- Zum Teil schwieriges Image
- Fehlende Frequenzbringer/Magneten

STÄRKEN

Wohnen in
der City

laufende Initiativen
(u.a. Making Frankfurt)

Skyline

deutschlandweit
einmalig

**Aussichtsplattformen/
Rooftop-Feeling**

z.T. attraktive
Architektur

Sehenswürdigkeiten

Projektentwicklungen
Frankfurt Four

Lifestyle / Internationalität

Museen

Zeil mit MyZeil

Kulturhotspots

Entree Opernplatz

**Ensemble
Römer/Neue
Altstadt**

Umfeld
Goethehaus/Weißadlergasse

Events

Interessens- und
Aktionsgemeinschaften

Kleinmarkthalle

**Freizeitraum
Mainufer**

**Luxus-
Einkaufsstraße
Goethestraße**

**Gastromeile
Freßgass**

**Wochenmärkte /
Weinkultur**

Projektentwicklung mit
Fokus auf hochwertiges
Wohnen

Galerien in der
Fahrgasse

Börsenplatz

City- & Stadtteilmarketing

**Erzeugermarkt
Konstablerwache**

verkehrliche Anbindung der City





fehlende Führung der
Innenstadtentwicklung /
fehlender Führungsauftrag

**Aufenthaltsqualität,
Gestaltung und Flair**

**Roßmarkt/Goetheplatz/
Hauptwache/Konstablerwache**

Imageproblem
östliche Altstadt

**„Sicherheit“
Sauberkeit**

Beleuchtungskonzept

Kunst-/Kreativkompetenz
zu wenig wahrnehmbar

Ankommens- / Einstiegspunkte

Verkehrsaufkommen an
Hauptachsen

SCHWÄCHEN

**Skyline wenig
inszeniert**

z.T. fehlende
Frequenzbringer

Bodenpreise/erlebbar

Mieten

zunehmende
Leerstände

**Brüche in der
Architektur**

Digitaler Service

Zustand
Parkhäuser

ausbaufähiges Partner-
Netzwerk

veraltete
Bodenbelege

Besucherlenkung

unklare

Wegeverbindungen/Vernetzung der
innerstädtischen Teilräume

Struktur Quartiersinitiativen / keine BIDs

z.T. abflachende
Belebtheit am Abend

**Rooftop-Feeling
nur saisonal**

Szenekultur wenig
wahrnehmbar

Leerstandsmanagement

Spekulationsobjekte

veraltete, uneinheitliche

Stadtmöblierung/
„Flickerwerk“

kein flächendeckend
kostenloses WLAN

Bausteine des Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main

EINLEITUNG

**ANLASS,
PROZESS,
BETEILIGTE**

UNSERE POTENZIALE

**WELCHE STÄRKEN WIR
STÄRKEN, UM
SCHWÄCHEN ZU
SCHMÄLERN**

UNSERE VISION UND MISSION

**WARUM WIR DIE CITY
BRAUCHEN UND WIE WIR
SIE UNS WÜNSCHEN**

UNSERE LEITZIELE

**WAS WIR ERREICHEN
WOLLEN & WORAN WIR
UNS MESSEN LASSEN
WOLLEN**

UNSERE LEITLINIEN

**WAS WIR BEI UNSERER
ZIELERREICHUNG
GEMEINSAM BEACHTEN**

UNSER ERLEBNIS- VERSPRECHEN

**FUNKTIONEN &
CHARAKTER DER
ERLEBNISCITY**

ÜBERSETZUNG IN DEN RAUM

**CITY-QUARTIERE,
HOT-SPOTS UND
VERBINDUNGEN**

MAßNAHMEN- / AKTIONSPLAN

**KURZ-, MITTEL- UND
LANGFRISTIGE
PROJEKTE**

***... vom Funktionsraum zum
lebendigen Emotionsraum***



Vision-Statement

„City Frankfurt – vom Funktionsraum zum lebendigen Emotionsraum“

Die Frankfurter Innenstadt ist 2025 das **Aushängeschild** für einen **modernen Arbeits-, Lebens-, Kultur- und Erlebnisraum**. Sie ist die international anerkannte und von der Bevölkerung **gelebte Visitenkarte** der Stadt und **kultureller Bezugspunkt** für die gesamte Metropolregion Frankfurt Rhein Main.

„Unsere Innenstadt ist künftig mehr denn je ein **wertiger Erlebnisort**, um Freizeit, Kultur und **gesellschaftliche Begegnung** zu erfahren und Gastronomie, Handel und Alltag zu genießen. Unsere City ist **Spiegel unserer Stadtgeschichte**, unserer internationalen **Stadtgesellschaft** und einer global vernetzten und regional verwurzelten Stadtidentität. Sie verbindet **spürbare Tradition** und **erlebte Geschichte** mit **smarter Zukunft** und **nachhaltigem Fortschritt**. Mit ihren lebendigen Quartieren, wertigen öffentlichen Räumen und **vielfältigen Begegnungsorten für Jung und Alt** ist sie der gelebte **Mittelpunkt unserer Stadt und Region**.“

***... Innenstadt ist
Gemeinschaftsaufgabe***



Mission-Statement

„Innenstadt ist Gemeinschaftsaufgabe“

Der größte nachhaltige Erfolg und individuelle Mehrwert speist sich aus dem integrierten Zusammenspiel, transparenten Dialog und verbindlichen Zusammenwirken aller City-Akteure.

Für den gemeinsamen Weg zur „ErlebnisCity“ schaffen wir ein nachhaltiges Bündnis zwischen Eigentümern, Wirtschaftsunternehmen, Händlern, Kulturschaffenden, Bildungseinrichtungen und den Bewohner:innen und Gästen unserer Stadt. Im Zusammenspiel mit Stadtpolitik und Stadtverwaltung bauen wir den gemeinsamen Rahmen, in dem wir optimal miteinander agieren und aufeinander eingestellt und abgestimmt entwickeln können.

Als zukunftsgerichtete, smarte Metropole lassen wir Raum zur Entfaltung, kreativem Ausprobieren progressiver Konzepte und forcieren stets neue und nachhaltige Impulse. Wir fördern gezielt Innovation, Kreativität und Co-Creation und beachten ökologische, soziale und ökonomische Belange für einen wertvollen Arbeits-, Wirtschafts-, Lebens- und Erlebnisraum für alle!

***City- & Stadtteilmarketing muss
zum Dirigenten der ErlebnisCity
Frankfurt am Main werden***

Bausteine des Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main

EINLEITUNG

**ANLASS,
PROZESS,
BETEILIGTE**

UNSERE POTENZIALE

**WELCHE STÄRKEN WIR
STÄRKEN, UM
SCHWÄCHEN ZU
SCHMÄLERN**

UNSERE VISION UND MISSION

**WARUM WIR DIE CITY
BRAUCHEN UND WIE WIR
SIE UNS WÜNSCHEN**

UNSERE LEITZIELE

**WAS WIR ERREICHEN
WOLLEN & WORAN WIR
UNS MESSEN LASSEN
WOLLEN**

UNSERE LEITLINIEN

**WAS WIR BEI UNSERER
ZIELERREICHUNG
GEMEINSAM BEACHTEN**

UNSER ERLEBNIS- VERSPRECHEN

**FUNKTIONEN &
CHARAKTER DER
ERLEBNISCITY**

ÜBERSETZUNG IN DEN RAUM

**CITY-QUARTIERE,
HOT-SPOTS UND
VERBINDUNGEN**

MAßNAHMEN- / AKTIONSPLAN

**KURZ-, MITTEL- UND
LANGFRISTIGE
PROJEKTE**

UNSERE LEITZIELE

(Ziele & Controlling-Kennziffern)

Ökologische Ziele

Green City

- Inwertsetzung und Steigerung der Anteile an Grünflächen (Dachflächen, Fassaden, Plätze – dauerhaft und temporär)
- Ressourcenschonende Infrastrukturen (z.B. Licht)

Rad- / Fußgängerfreundliche City

- Autofreie Bereiche ausbauen
- Wegequalität – Fußwege & Fußgängerzonen / Radwege & Radservices ausbauen
- Modal-Split (NMIV/ÖPNV)
- Verkehrsberuhigte City (Tempolimit 30)

Regionale Angebote

- Lokale/regionale Sortimente
- Regionale Wirtschaftskreisläufe



UNSERE LEITZIELE

(Ziele & Controlling-Kennziffern)

Soziale Ziele

Lebendiger Kultur- und Erlebnisraum

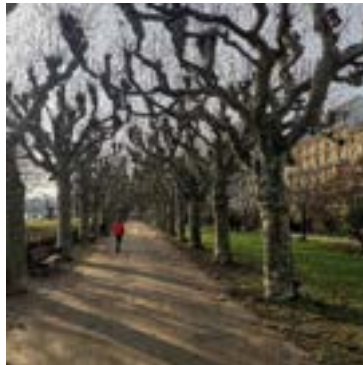
- Qualität und Facettenreichtum durch Kultur- und Freizeitangebote (Nutzerbefragungen, abgl. MPT)
- Mehrwert & Akzeptanz für die Bevölkerung (abgl. MPT)
- Stadtkultur

Quartiersidentitäten

- Standortgemeinschaften
- Einzelhandelsqualität (Mix / Verhältnis Inh. / Fil.)
- Gastronomiequalität (Mix / Verhältnis)

Attraktive öffentliche Räume

- Sicherheit / Sauberkeit
- Aufenthaltsqualität / insb. Qualität zentrale Plätze / Hauptrouten
- Qualität als Begegnungsort
- Qualität von Veranstaltungen



UNSERE LEITZIELE

(Ziele & Controlling-Kennziffern)

Ökonomische Ziele

Image / Promotoren

- Markenstärke v. City / Quartieren (Region/Zielmärkte; abgl. MPT)
- Themenkompetenz Kultur, Freizeit, Shopping, Gastro etc.
- Promotoren/Fans

Vitale Quartiere

- Frequenzsicherung
- Besucherzahlen (Vgl. MPT)
- Kaufkraftbindung
- Nutzerherkunft/-Durchmischung

Moderner Wirtschafts- und Arbeitsraum

- Reputation Wirtschaftsstandort
- New-/Co-Working-Angebote
- Zufriedenheitsbarometer Unternehmen (EZH, Dienstl, etc.)
- Investitionsklima

Effektive Zusammenarbeit

- Kollaboration, Netzwerk und Zusammenarbeitskultur



UNSERE LEITZIELE (Ziele & Controlling-Kennziffern)

Ökologische Ziele

Green City

- Inwertsetzung und Steigerung der Anteile an Grünflächen (Dachflächen, Fassaden, Plätze – dauerhaft und temporär)
- Ressourcenschonende Infrastrukturen (z.B. Licht)

Rad- / Fußgängerfreundliche City

- Autofreie Bereiche ausbauen
- Wegequalität – Fußwege & Fußgängerzonen / Radwege & Radservices ausbauen
- Modal-Split (NMIV/ÖPNV)
- Verkehrsberuhigte City (Tempolimit 30)

Regionale Angebote

- Lokale / regionale Sortimente
- Regionale Wirtschaftskreisläufe

Soziale Ziele

Lebendiger Kultur- und Erlebnisraum

- Qualität und Facettenreichtum d. Kultur- und Freizeitangebote (Nutzerbefragungen, abgl. MPT)
- Mehrwert & Akzeptanz für die Bevölkerung (abgl. MPT)
- Stadtkultur

Quartiersidentitäten

- Standortgemeinschaften
- Einzelhandelsqualität (Mix / Verhältnis Inh. / Fil.)
- Gastronomiequalität (Mix / Verhältnis)

Attraktive öffentliche Räume

- Sicherheit / Sauberkeit
- Aufenthaltsqualität / insb. Qualität zentrale Plätze / Hauptrouten
- Qualität als Begegnungsort
- Qualität von Veranstaltungen

Ökonomische Ziele

Image / Promotoren

- Markenstärke v. City / Quartieren (Region/Zielmärkte; abgl. MPT)
- Themenkompetenz Kultur, Freizeit, Shopping, Gastro etc.
- Promotoren/Fans

Vitale Quartiere

- Frequenzsicherung
- Besucherzahlen (Vgl. MPT)
- Kaufkraftbindung
- Nutzerherkunft /-Durchmischung

Moderner Wirtschafts- und Arbeitsraum

- Reputation Wirtschaftsstandort
- New-/Co-Working-Angebote
- Zufriedenheitsbarometer Unternehmen (EZH, Dienstl, etc.)
- Investitionsklima

Effektive Zusammenarbeit

- Kollaboration, Netzwerk und Zusammenarbeitskultur

Bausteine des Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main

EINLEITUNG

**ANLASS,
PROZESS,
BETEILIGTE**

UNSERE POTENZIALE

**WELCHE STÄRKEN WIR
STÄRKEN, UM
SCHWÄCHEN ZU
SCHMÄLERN**

UNSERE VISION UND MISSION

**WARUM WIR DIE CITY
BRAUCHEN UND WIE WIR
SIE UNS WÜNSCHEN**

UNSERE LEITZIELE

**WAS WIR ERREICHEN
WOLLEN & WORAN WIR
UNS MESSEN LASSEN
WOLLEN**

UNSERE LEITLINIEN

**WAS WIR BEI UNSERER
ZIELERREICHUNG
GEMEINSAM BEACHTEN**

UNSER ERLEBNIS- VERSPRECHEN

**FUNKTIONEN &
CHARAKTER DER
ERLEBNISCITY**

ÜBERSETZUNG IN DEN RAUM

**CITY-QUARTIERE,
HOT-SPOTS UND
VERBINDUNGEN**

MAßNAHMEN- / AKTIONSPLAN

**KURZ-, MITTEL- UND
LANGFRISTIGE
PROJEKTE**

Gemeinsame Leitlinien und Anspruchsdanken der Innenstadtakteure

Mut für Neues_

Frankfurt-DNA als Basis_

gemeinsame Vision_

Innenstadt für Alle_

smart & nachhaltig_

ökologisch & sozial wertvoll_

strukturierte Umsetzung_

gemeinsame Verantwortung_

Bausteine des Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main

EINLEITUNG

**ANLASS,
PROZESS,
BETEILIGTE**

UNSERE POTENZIALE

**WELCHE STÄRKEN WIR
STÄRKEN, UM
SCHWÄCHEN ZU
SCHMÄLERN**

UNSERE VISION UND MISSION

**WARUM WIR DIE CITY
BRAUCHEN UND WIE WIR
SIE UNS WÜNSCHEN**

UNSERE LEITZIELE

**WAS WIR ERREICHEN
WOLLEN & WORAN WIR
UNS MESSEN LASSEN
WOLLEN**

UNSERE LEITLINIEN

**WAS WIR BEI UNSERER
ZIELERREICHUNG
GEMEINSAM BEACHTEN**

UNSER ERLEBNIS- VERSPRECHEN

**FUNKTIONEN &
CHARAKTER DER
ERLEBNISCITY**

ÜBERSETZUNG IN DEN RAUM

**CITY-QUARTIERE,
HOT-SPOTS UND
VERBINDUNGEN**

MAßNAHMEN- / AKTIONSPLAN

**KURZ-, MITTEL- UND
LANGFRISTIGE
PROJEKTE**

The Reason Why ... Masterplan Tourismus Frankfurt am Main 2030 gibt für die Erlebbarkeit der „Frankfurt-DNA“ den nutzerfokussierten Gestaltungsrahmen.



Den Horizont erweitern: Kunst und Kultur am Puls der Zeit erleben.

Erlebnismotive

- Am Kunst-Puls der Zeit sein
- Zeitgenössische Kunst erleben
- Blockbuster-Ausstellungen und Nischen- & Newcomer-Szene
- Stadt als zeitgenössisches Gesamtkunstwerk erleben
- Kunst & Kulturgeschichte von Weltrang
- Weltkunst & regionale Kultur genießen
- Kunst im öffentlichen Raum
- Eintauchen in Kreativszene/-viertel
- (Temporäre) Lichtinstallationen
- Stadt- und Stadtteilevents
- Großevents
- Vertical Experiences erleben und sich von Vertical Arts inspirieren lassen
- Avantgarde & Instagramability
- „In-Szene“ & innovative Festivals



Theater /
Schauspiel
/ New
Cinema



Museen /
Museums-
ufer



Streetart
(Festivals)



Pop-up-Art
(Events)



Clubs &
Bars



Schau-
fenster-
design (AR)



Lichtkunst
& digitale
Kunst



Musik,
Events,
Führungen



Lichtin-
stallationen



Skyline-
Galleries



Kunst im
öffentlichen
Raum



Fashion



Unterwegs in urbanen Erlebniswelten: zwischen markanter Architektur und multikultureller Stadtidentität.

Erlebnismotive

- Rooftop-Feeling feiern
- Szenige Bars & Clubs entdecken
- Instagramability & versteckte Orte
- Architektur erleben / fotografieren
- Szene & Szeneviertel entdecken
- Cityquartiere kreativ entdecken
- Shopping und Gastronomie
- Erlebnisshopping & Showrooms
- High-End- / Luxus-Shopping
- Urbane Produktion
- Diversität der Stadt erleben
- An urbanen Plätzen das Treiben genießen
- Eintauchen in bunte Cityquartiere
- Gärten, Parks & Regionalkultur erkunden



Showrooms



Rooftop
Pools/
Parks



Urbane
Plätze



Lifestyle
Shopping



Skyline-
Shopping/
Galleries



Außen-
gastro-
nomie



Architektur/
Aussichts-
punkte



Events/
Weihnachts-
märkte



Lichtin-
stallationen



Klimaoasen



Szene



Rooftop
Bars/
Beachclubs



Stadt und Region authentisch erleben: über lokales Einkaufs- und Genusserlebnis die Region kennenlernen.

Erlebnismotive

- Regionales Essen und Produkte modern interpretiert entdecken
- Regionale Kulinarik
- Regional und nachhaltig genießen
- Streetfood & Kreativ-Feeling spüren
- Wochenmärkte
- Stadtidentität und Stadtgeschichte(n) originalgetreu erkunden / in allen Facetten erkunden
- Kennenlernen und „live like a local“



Wochenmärkte



Kleinmarkthalle



Streetfood (Festivals)



Quartiersfestivals



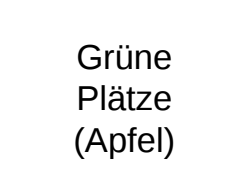
Manufakturen



Urban Farming



Inhaber-geführt



Grüne Plätze (Apfel)



Quartier-Dinners



Showrooms & Erlebnisführungen



Erlebnis-shopping

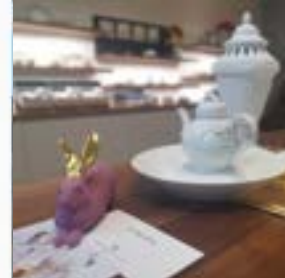


Erlebnis-gastro-nomie





**Treffen &
Events**



**Erlebnis-
gastro-
nomie**

**Aufenthalts-
qualität &
Mobilität**



**Einzel-
handel**
Erlebnis &
new services



Multifunktionalität von Stadträumen & Erlebnis



**Kultur- &
Freizeit-
Erlebnis**



**Tourismus-
begegnung**

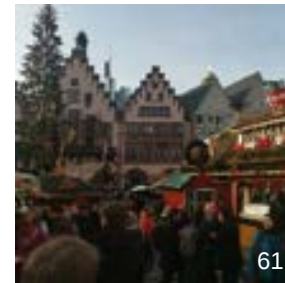
**Kreativ-
Räume &
Gestaltung**



**Wohnen &
Co-Living**



**Business &
Co-Working**



Bausteine des Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main

EINLEITUNG

**ANLASS,
PROZESS,
BETEILIGTE**

UNSERE POTENZIALE

**WELCHE STÄRKEN WIR
STÄRKEN, UM
SCHWÄCHEN ZU
SCHMÄLERN**

UNSERE VISION UND MISSION

**WARUM WIR DIE CITY
BRAUCHEN UND WIE WIR
SIE UNS WÜNSCHEN**

UNSERE LEITZIELE

**WAS WIR ERREICHEN
WOLLEN & WORAN WIR
UNS MESSEN LASSEN
WOLLEN**

UNSERE LEITLINIEN

**WAS WIR BEI UNSERER
ZIELERREICHUNG
GEMEINSAM BEACHTEN**

UNSER ERLEBNIS- VERSPRECHEN

**FUNKTIONEN &
CHARAKTER DER
ERLEBNISCITY**

ÜBERSETZUNG IN DEN RAUM

**CITY-QUARTIERE,
HOT-SPOTS UND
VERBINDUNGEN**

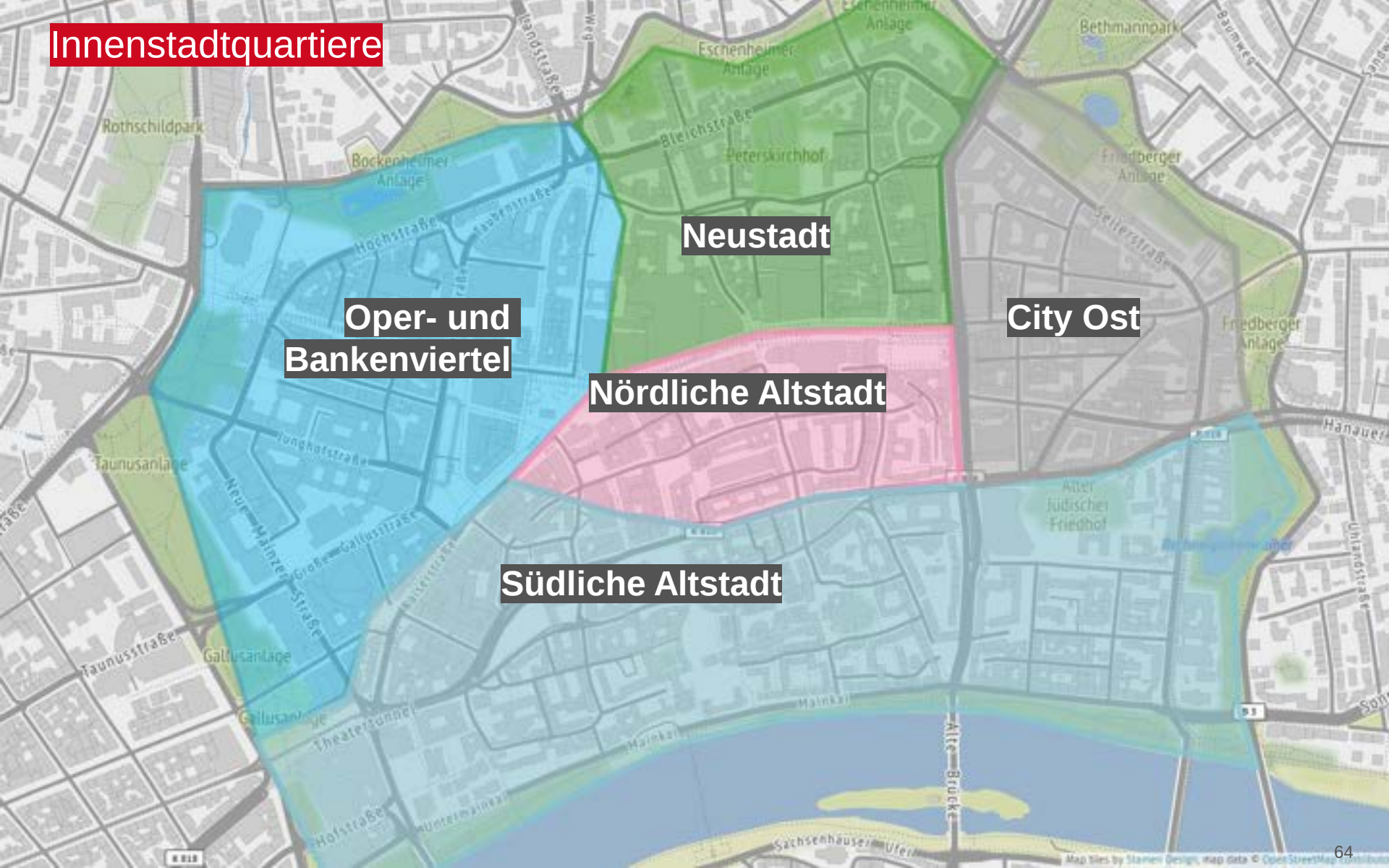
MAßNAHMEN- / AKTIONSPLAN

**KURZ-, MITTEL- UND
LANGFRISTIGE
PROJEKTE**

Innenstadt: Zentrale Einstiegspunkte, Plätze und Wegeverbindungen



Innenstadtquartiere



Neustadt

**Oper- und
Bankenviertel**

City Ost

Nördliche Altstadt

Südliche Altstadt

Innenstadtquartiere – Status Quo:

High-Street & Downtown (Oper- & Bankenviertel)

- + Kulturspot Opernplatz
- + Freßgass
- + Goethestraße
- + Goetheplatz
- + Hochhauskulisse
- Aufenthaltsqualität
- Entreegestaltung
- Qualität der Wallanlagen

„New Lifestyle / New Work“ (Neustadt)

- + Lifestyle-Geschäfte
- + High-Street / Galeria / Markenstores
- + (Noch) funktionierende Einkaufsmeile Zeil
- Ankommensorte Hauptwache und Konstablerwache
- Attraktivität nördlich der Zeil
- Aufenthaltsqualität auf der Zeil am Abend

„Cosmopolitan“ (Östliche City)

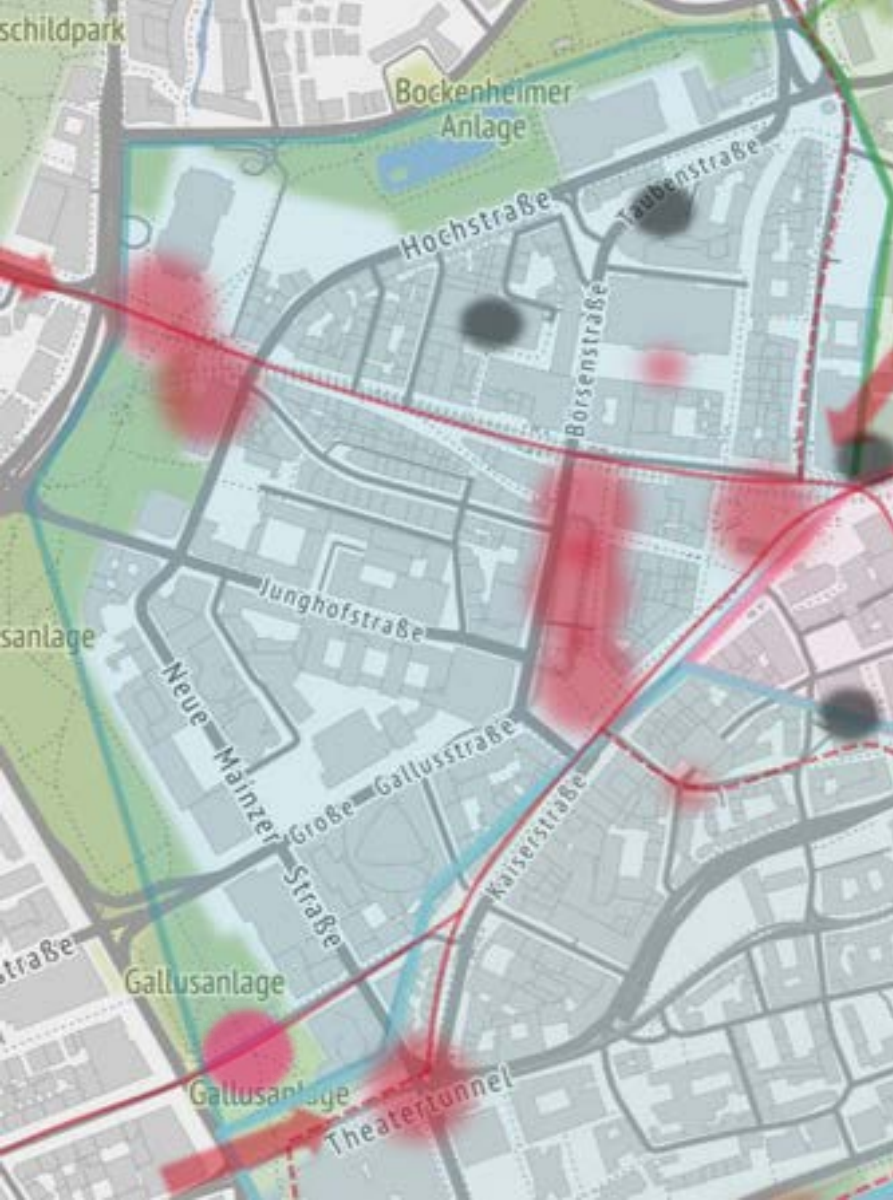
- + Internationale Kultur
- + Wohnen in der City
- Aufenthaltsqualität
- Pflege / Instandhaltung

„Typisch Frankfurt“ (Nördliche Altstadt)

- + Kleinmarkthalle
- + Erzeugermarkt Konstabler
- + inhabergeführter Einzelhandel
- Aufenthaltsqualität / Zuwegung
- Verkehrliche Barrieren

„Kunst-Kultur-Area“ (Südliche Altstadt)

- + Neue Altstadt/Römer, Museen
- + Museumsufer
- + Mainufer
- + Wohnen in der City (östlicher Teil)
- Aufenthaltsqualität
- Straßenbarriere Mainkai
- Belebtheit abends



Opern-Bankenviertel

(Hoch-)Kultur



Skyline / Architektur



Skybar & Rooftop

Kulinarik / Genuss



High-End-Shopping

Global Player



...

Oper-Bankenviertel: „High-Street, High-End & Downtown“



Das Quartier wird von vielen **gastronomischen Angeboten und wertigen, z.T. weiten Plätzen (Opernplatz, Rathenauplatz, Goetheplatz, Roßmarkt)** geprägt. Mit der **Goethestraße** ist ein Highlight im Luxusshoppingsegment mit internationalem Anspruch und Renommee integriert.

Die **Skyline des Bankenviertels** gibt dem Quartier mit einmaligen architektonischen Straßenschluchten und vielseitigen Perspektiven (von Plätzen, Wallanlagen, Rooftop- & Skybars) ein einmaliges Feeling und dynamisches Flair.



Anziehungspunkte sind der **Opernplatz**, die **Alte Oper**, der Eschenheimer Turm, die **Börse** sowie das Goethe- und das Gutenberg-Denkmal. Ebenso prägen der **Main Tower** (mit Aussichtsplattform), die Deutsche Bank, der Eurotower und der Commerzbank Tower das Bild. **Schillerstraße (Wochenmarkt)** und **Goethestraße** bieten wichtige Besuchsanreize.



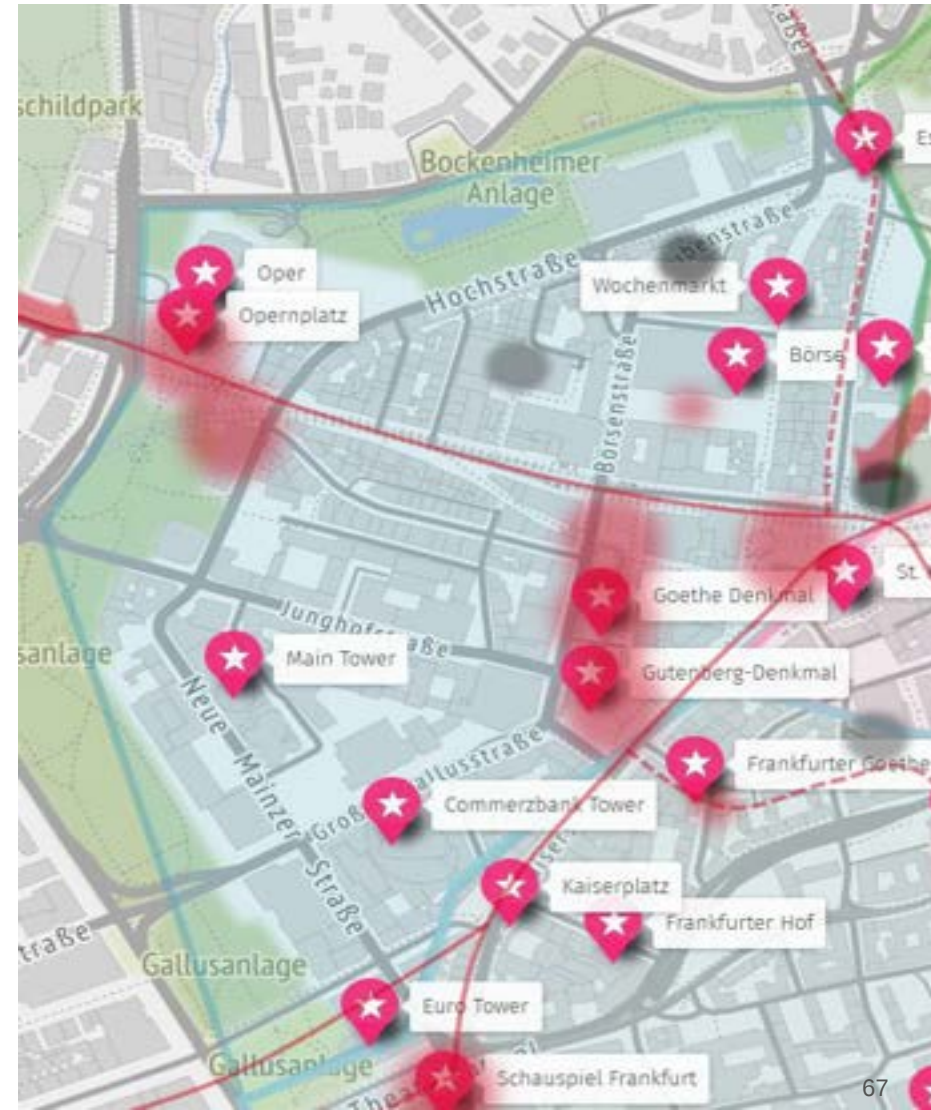
Das Quartier bietet vom **Apfelweinfestival** über das **Freßgassfest**, das **Grüne Soße Festival**, den **Rheingauer Weinmarkt** bis zum Opernplatzfest vielfältige und hochwertig inszenierbare Veranstaltungshighlights.



Durch die **zentralen ÖPNV-Knoten** Opernplatz, Taunusanlage und die Anbindung zur Hauptwache sowie die Lage an den **Wallanlagen** ist das Quartier sehr gut angebunden.



Es finden sich hier laut Mietspiegel 2018/2020 **mittlere bis gehobene Wohnlagen**.





Nördliche Altstadt

Zeil / Filialisten

Markterlebnis

***Regional /
Handgemacht***



Kulinarik / Genuss

***Inhabergeführt /
Wertige Produkte***

...

Nördliche Altstadt: „Typisch Frankfurt / Rhein-Main“

- ! Das Quartier der nördlichen Altstadt liegt direkt angebunden an die frequenzstarke **Fußgängerzone „Zeil“** und in der Nord-Süd Verbindung zwischen Römer, Neue Altstadt / Museumsufer zum Opernplatz. Neben den von großen **Filialunternehmen** geprägten Angeboten auf der Zeil wird das Quartier insbesondere durch einen hohen Anteil an individuellem, inhabergeführten **Einzelhandel** sowie regionale **Gastronomie** geprägt.
- 👁 Mit dem **Erzeugermarkt** an der Konstablerwache und der **Kleinmarkthalle** bestehen starke Magnete, die noch nicht in wert gesetzt sind. Die St. Katharinenkirche, **katholische Kirchengemeinde Liebfrauen**, der Liebfrauenberg, der Stoltzeturm und die **Staufenmauer** prägen ebenso das Stadtbild. Auf dem Liebfrauenberg findet ein Blumenmarkt und auf der Konstablerwache ein Erzeugermarkt statt, die den Bezug zur Region noch einmal genussvoll erlebbar machen.
- 🚊 Durch die **zentralen ÖPNV-Knoten Hauptwache und Konstablerwache**, die Anbindung über die **Straßenbahn** und die fußgängerfreundliche Verbindung über **viele Gassen** ist das Quartier gut angebunden. Herausforderungen liegen aber in der Orientierung im Quartier und in der Überbrückung der südlichen Straßenbarrieren rund um die Berliner Straße.
- 🏠 Die Wohnlagen sind laut dem Mietspiegel 2018/2020 im **mittleren bis gehobenen Segment**.



Südliche Altstadt

*Identität /
Geschichte*

Kunst

Kultur

Museen

Stadt am Fluss

Schifffahrt

...



Südliche Altstadt: „Kunst-Kultur-Area“

! Die südliche Altstadt ist das touristische Herz der Frankfurter Innenstadt und Heimat **zahlreicher Sehenswürdigkeiten**. Neue Altstadt, Dom, Römer, Paulskirche und diverse Museen prägen das Stadtbild und sind das Besuchsmotiv in diesem Bereich. Gleichermaßen ist die südliche Altstadt der Übergang von der „Dynamic City“ zur „Grünen Metropole am Wasser“, wobei die Bereiche um den Mainkai (Barriere) und das Mainufer noch nicht entsprechend der Möglichkeiten einer grünen Freizeitmetropole gestaltet sind.

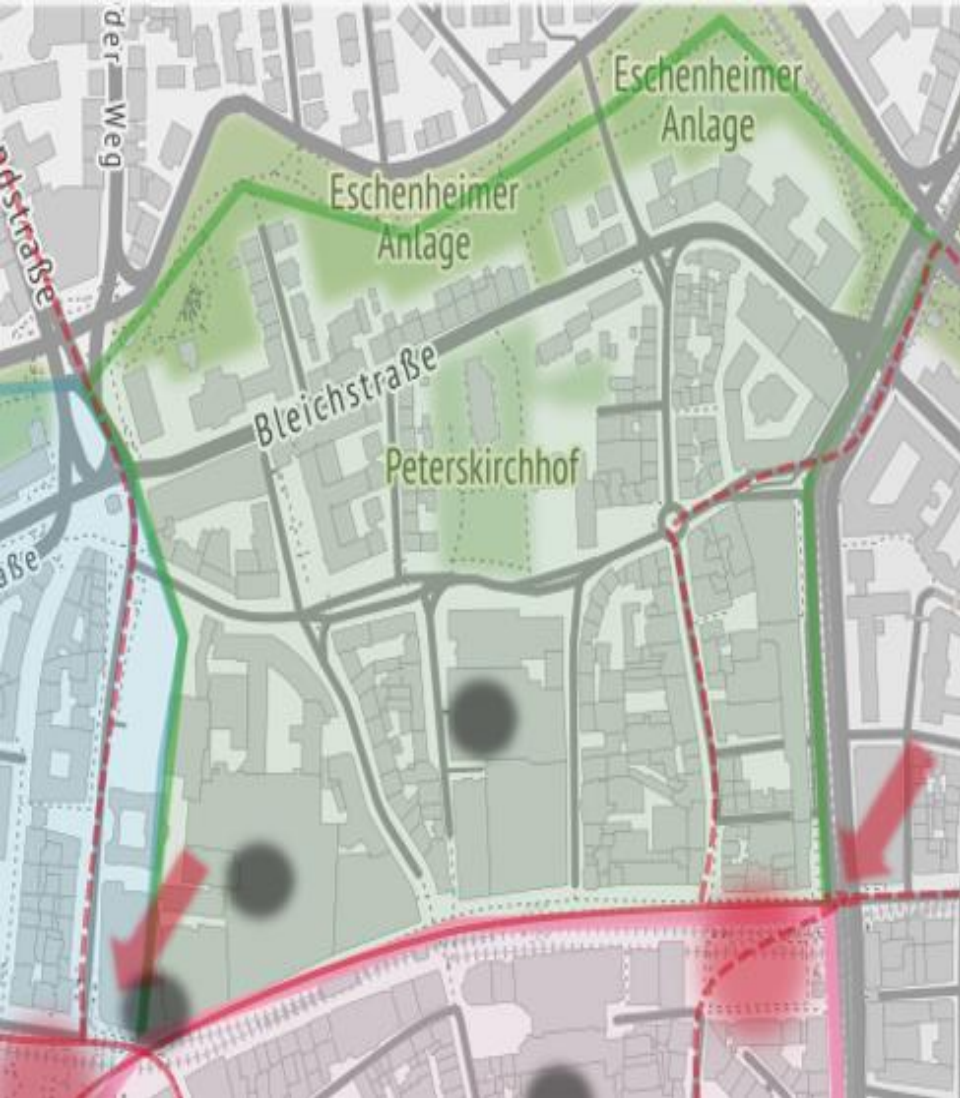
👁 **Kirchen** (z.B. Paulskirche, Dom), **Baudenkmäler** (z.B. Römer, Neue Altstadt), **Museen** (z.B. Goethehaus, Museum für Moderne Kunst, Historisches Museum, Schirn Kunsthalle) sowie das **Mainufer** sind die Hauptanreize für Besucher. Aber auch der Übergang zur Mainschifffahrt und die beliebten Brücken als Aussichtspunkte auf die Skyline sind Magnete. Mit der Erweiterung des Quartiers in Richtung Jüdisches Museum / Untermainbrücke und Literaturhaus / Flößerbrücke besteht großes Potenzial, das Thema Kultur noch weiter in Richtung östliche City zu tragen und die Bezüge der Innenstadt zum Main zu stärken.

🎪 Veranstaltungen wie der **Weihnachtsmarkt** oder das Mainfest ziehen saisonal (inter-)nationale Besucher an, lassen sich aber noch stadt- und regionsspezifischer aufladen (Verweis zu den Themen Urbanität, Kunst/Kultur und Regionalität).



🚆 Die U-Bahn-Stationen **Dom/Römer** sowie **Willy-Brandt-Platz** sind zentrale Einstiegspunkte. Über das **Mainufer** wird der touristische Kern und ein Teil des Museumsufers sehr gut auch per Rad oder zu Fuß erschlossen.

🏠 Die Wohnlagen sind laut dem Mietspiegel 2018/2020 im **mittleren bis hohen Segment** und konzentrieren sich auf das Mainufer und die Neue Altstadt.



Neustadt

Zeil / Shopping



Rooftop-Feeling



Design / Lifestyle



New Work / Living

Co-Working / Wissen

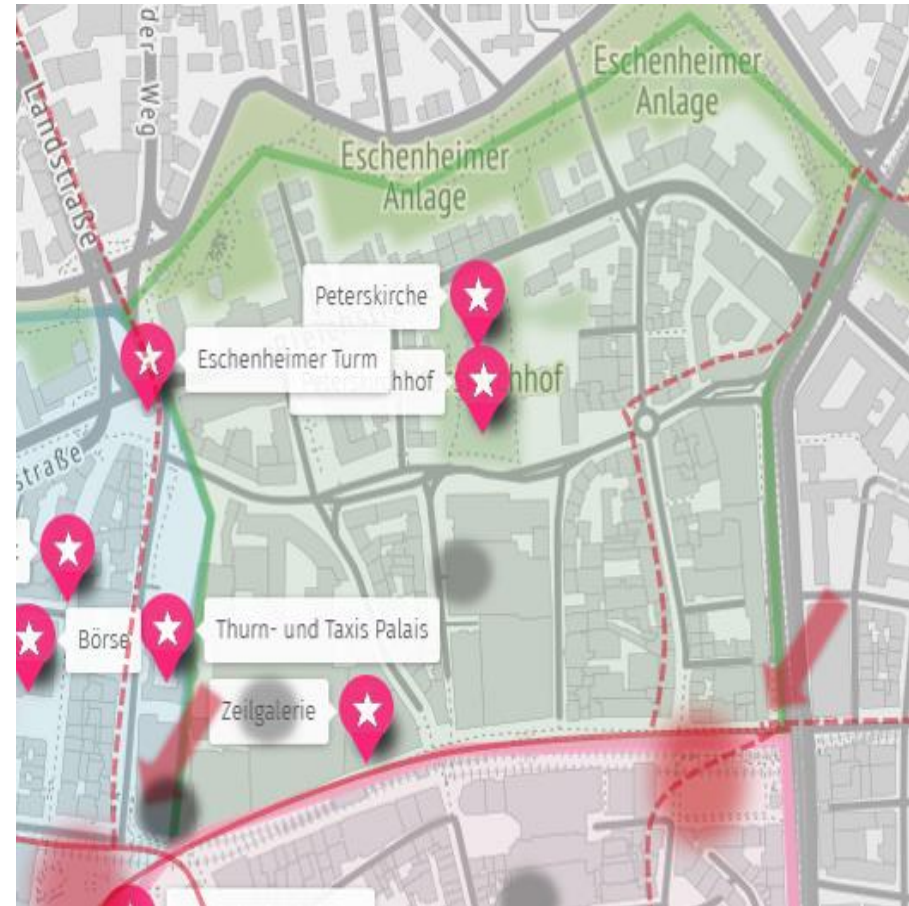


After Work / Nachtleben



Neustadt: „New Lifestyle / New Work“

- ! Die Neustadt wird besonders durch die **Zeil als Haupteinkaufsstraße Frankfurts** und durch große Einzelhandelsmagneten dominiert. Mit dem neuen „**Galeria Weltkaufhaus**“-Konzept ist zudem in puncto wertige Produkte und Produktinszenierung ein neues Highlight hinzugekommen. Nördlich und östlich gibt es zudem wertige Möbel- und Lifestyle-Stores.
- 👁 Neben dem Einzelhandel bieten die **Zeilgalerie**, **verschiedene Aussichtspunkte** und die benachbarten Bereiche Peterskirchhof, die Peterskirche sowie das **Thurn- und Taxis Palais** Besuchsanreize und Inszenierungspotenziale. Die zukünftige Bespielung der Hauptwache mit dem MOMEM hat für das Entree, aber auch als Scharnierfunktion eine herausragende Bedeutung.
- 🚊 Die **Hauptwache**, als einer der Hauptplätze der City, bildet den westlichen Eingang. Im Osten ist es die **Konstablerwache**. Die nördlich der Zeil gelegenen Nebenstraßen sind Zubringer für die Parkhäuser, die sich in einem sehr schlechten Zustand befinden.
- 🏠 Die Wohnlagen liegen im Norden und sind laut dem Mietspiegel 2018/2020 **mittel bis gehoben**.





Östliche Innenstadt

*Internationalität /
Multikulturalität*

Essen und Trinken

*Szene / Streetart /
Kulturkosmos*

Wohnen

Erholen

...



Östliche Innenstadt

- ! Die östliche Innenstadt ist durch große Mischnutzung geprägt. **Wohnquartiere, Einzelhandel, öffentliche Einrichtungen**, wie Amtsgericht und Gesundheitsamt, sowie eine Vielzahl an **internationaler Gastronomie/Gewerbe**. Der Bruch und Besatzwechsel am östlichen Ende der Zeil ist deutlich zu merken.
- 👁 Neben den öffentlichen Einrichtungen befinden sich bislang **keine Anziehungspunkte** in diesem Bereich. Gleichwohl ist in diesem Quartier eine hohe **Dynamik der internationalen Frankfurter Stadtgesellschaft** zu spüren, was als Basis für eine bewusste Inszenierung und Entwicklung der östlichen Innenstadt genutzt werden kann. Mit den grünen Übergängen entlang der Friedberger Anlage in Richtung Zoo und über den Bethmannpark in Richtung Nordend/Bornheim besteht zudem das Potenzial diesen Bereich kulturell bzw. als Aufenthaltsraum aufzuwerten.
- 🚊 Verkehrlich ist der Bereich insbesondere durch die Verkehrsachse **Konrad-Adenauer-Straße** und die **Konstablerwache** als ÖPNV-Knoten gekennzeichnet.
- 🏠 Die Wohnlagen sind laut dem Mietspiegel 2018/2020 **im mittleren Segment**.



Innenstadtquartiere – Perspektive:

High-Street & Downtown (Oper- & Bankenviertel)

Erstklassigkeit

The new High-Street

High-End-Shopping

Erlebnisgastronomie und

Erlebnishopping auf allen Ebenen

Kulturmeile Taunus- & Gallusanlage

„New Lifestyle / New Work“ (Neustadt)

Experimentierfeld für neues Arbeiten,

Co-Working-Leben und Einkaufen

Urbane Produktion / Handwerk 4.0

High-Street & Markenstores

Cosmopolitan (Östliche City)

Internationales Szeneviertel

Kreativ-Labore

Wohnen

„Typisch Frankfurt“ (Nördliche Altstadt)

Handmade, inhabergeführt

Genuss der Region

Gastronomie

Kunst-Kultur-Area (Südliche Altstadt)

Kulturelles und historisches Zentrum

Gastronomie

Grünes Herz am Main

Wohnen

Bausteine des Masterplan ErlebnisCity Frankfurt am Main

EINLEITUNG

**ANLASS,
PROZESS,
BETEILIGTE**

UNSERE POTENZIALE

**WELCHE STÄRKEN WIR
STÄRKEN, UM
SCHWÄCHEN ZU
SCHMÄLERN**

UNSERE VISION UND MISSION

**WARUM WIR DIE CITY
BRAUCHEN UND WIE WIR
SIE UNS WÜNSCHEN**

UNSERE LEITZIELE

**WAS WIR ERREICHEN
WOLLEN & WORAN WIR
UNS MESSEN LASSEN
WOLLEN**

UNSERE LEITLINIEN

**WAS WIR BEI UNSERER
ZIELERREICHUNG
GEMEINSAM BEACHTEN**

UNSER ERLEBNIS- VERSPRECHEN

**FUNKTIONEN &
CHARAKTER DER
ERLEBNISCITY**

ÜBERSETZUNG IN DEN RAUM

**CITY-QUARTIERE,
HOT-SPOTS UND
VERBINDUNGEN**

MAßNAHMEN- / AKTIONSPLAN

**KURZ-, MITTEL- UND
LANGFRISTIGE
PROJEKTE**

Acht strategische Handlungsfelder für die ErlebnisCity Frankfurt am Main



Woher kommen die Maßnahmen?

Beteiligungsbausteine und Vor-Ort-Analyse als Basis zur Identifikation von Stärken und Schwächen sowie räumlichen Handlungsschwerpunkten

- ➔ Bestandsanalysen und Vor-Ort-Begehungen
- ➔ Benchmarking mit europäischen und internationalen Metropolen
- ➔ Experten-Gruppen-Gespräche
- ➔ Experten-Gremium
- ➔ Einbindung und Prüfung parallel laufender Initiativen und Programme
- ➔ Abgleich mit städtischen Entwicklungsplänen, wie dem Masterplan Tourismus 2030



- ➔ Maßnahmenkatalog mit über 70 Maßnahmen zur Stärkung und Belebung der Innenstadt:
(kurzfristige Perspektive bis 2022/2023, mittelfristige Perspektive bis 2025, langfristige Perspektive bis 2030)

darunter:

- ➔ 20 Maßnahmen zur kurzfristigen Umsetzung in 2022/2023
- ➔ 20 Schlüsselprojekte mit mittel-/langfristiger Umsetzungsperspektive und großer räumlicher Wirkung

ErlebnisCity Frankfurt am Main | Quick-Wins 2022/2023

- 1. Stärkung/Neuorganisation Citymanagement:** Vgl. M60 MPT: Verzahnung mit ganzheitlichem Stadtmarketing
- 2. Stärkung Netzwerke:** Stärkung Interessens-/Aktionsgemeinschaften entsprechend der Innenstadtquartiere (Vgl. M87 MPT)
- 3. Kultivierung Innenstadt-Netzwerk:** Initiierung / Führung eines kontinuierlichen Dialog- und Beteiligungsprozesses zur City-Entwicklung
- 4. Innenstadt-Beirat:** Initiierung eines fachlich besetzten Innenstadtbeirates
- 5. Auflegung Innenstadtfonds:** Budgetbündelung der Netzwerkpartner für die Erprobung/Umsetzung kreativer neuer Konzepte
- 6. Dialog- und Workshop-Reihen** zur quartiersspezifischen Umsetzung von Projekten; Einbindung Bevölkerung in Gestaltungsideen
- 7. Open-Innovation-Labore** zur Einbindung von Innentadtakteuren/-bevölkerung zur Lösung von Herausforderungen in der City
- 8. Contenterstellung für die Innenstadtquartiere** und Erlebnisse (Arbeitsort, Einkaufserlebnis, Kunst und Kultur, öffentliche Räume)
- 9. Launch Website Innenstadterlebnis:** Integrierte Microsite/Unterseite zu Innenstadtquartieren & Stadtteilzentren
- 10. Online-Magazin:** Storytelling aus den Quartieren / inkl. Snack-Content für Social Media Storys
- 11. TagTraum/NachtMarkt** Goetheplatz/Roßmarkt: mobile Sitzmöbel & Pflanztröge; Schaffung eines stimmungsvollen Abendmarktes
- 12. Bembelmarkt:** Ausweitung des Schillermarktes auf die Nachmittags-/Abendstunden als Treffpunkt für Wein & Weinkultur
- 13. Gute Stube:** Stimmungsvolle Beleuchtung / Fassaden-Lichtkunst, mobile Stadtmöblierung / Spielelemente zur temporären Inszenierung
- 14. Pop-up-Altstadt:** Durchführung v. Kulturveranstaltungen auf den Plätzen der Neuen Altstadt (Konzerte, Lesungen, Arthouse-Kino).
- 15. „Mein“-Ufer:** temporäre Verkehrsberuhigung und Inszenierung des Mainkais; temporäre Sitzmöbel, mobile Spielgeräte, Pop-up am Wochenende bis zur langfristigen (Neu-)Gestaltung / Umgestaltung
- 16. Follow the light:** LED-Lichtinstallation zur atmosphärischen Rauminszenierung der Zeil und der zentralen Plätze
- 17. Quartiers-/Weihnachtsbeleuchtung:** Auf die Quartierstypen abgestimmte Beleuchtungskonzepte in den Quartieren
- 18. Digitaler City-Guide / Leitsystem:** Aufbau einer CityApp (PWA) als digitale Lösung zur Begleitung des Gastes (Vgl. MPT / TCF im Lead)
- 19. S³ Sicherheit, Sauberkeit, Service:** Ausbau Sicherheits- und Sauberkeitsinitiativen
- 20. Gestaltungswettbewerb „Frankfurt Stelen“:** Gestaltungswettbewerb zur Verschönerung der „Terrorpoller“

ErlebnisCity Frankfurt am Main | Schlüsselprojekte mit hoher räumlicher Impulswirkung

1. **Goetheplatz/Roßmarkt: TagTraum/NachtMarkt** – Grüne Oase bei Tag; Lichtinszenierung/Nachtmarkt am Abend/bei Nacht
2. **Roßmarkt: CityLights/CityStage** – Mobile Bühne & LED-Leinwand mit mobiler Stadtbühne (Vgl. MPT)
3. **Zeil: Follow the light** –LED-Lichtinstallation zur atmosphärischen Rauminszenierung der Zeil
4. **City Ost: „190 Nation Streetart Gallery“** – Inszenierung des Stadtraumes über die größte international kuratierte Streetart-Gallery
5. **Mainkai: „Mein“-Ufer** – A) (Pop-up-)Gastronomie, Verkehrsberuhigung, Möblierung B) Machbarkeitsstudie Umbau Mainkai „GreenCity“
6. **Hauptwache: TheSquare** – Machbarkeitsstudie Bodengestaltung, Tribüne für Events (Vgl. CityLights/CityStage)
7. **Wallanlagen: Kulturmeile Frankfurt** – Regelmäßige Bespielung der Wallanlagen durch Installationen von lokalen Künstler:innen
8. **Wallanlagen: Pop-up-Gastro** – Schaffung von Gastronomieflächen (Trinkhallen), welche durch Gastronom:innen bespielt werden
9. **Bereich Bethmannstr.-Kornmarkt-Sandgasse: Pop-up-Galleries** – Bespielung von Außenraum und Leerständen
10. **Liebfrauenberg: 7Kräuter** – Kunstvolle Gestaltung der Gassen und Plätze um den Liebfrauenberg als Kern der regionalen Kultur
11. **Liebfrauenstr./Neue Kräme/Hasengasse: Follow the line** – A) Kunstvolle Gestaltung (z.B. Bodenbeläge, Licht/Schaufenster, Kunst, Grün)
12. **Freßgass: Follow the line** – B) Kunstvolle Gestaltung, (z.B. Bodenbeläge, Licht/Schaufensterbeleuchtung, Kunst, Grün)
13. **Konstablerwache: Green Gate** – Neugestaltung Platz / Landschaftsarchitektur, dauerhafter Erzeugermarkt und Gastrokonzept
14. **Römer/Altstadt: Pop-up-Altstadt** – Temporäre Stadtmöblierung und Veranstaltungen
15. **Opernplatz: RedGate** – A) Übergang in die City: Stadtmöblierung und B) städtebauliche Inszenierung des Einstiegs in die City
16. **Neue Bibliothek:** Ansiedlung der neuen Stadtbücherei; offenes Gebäude zum Arbeiten, Lesen und Lernen
17. **Hauptwache: House-of-Frankfurt** – Haus mit Services für Gäste und Bevölkerung, Schaufenster für die Wirtschaft
18. **Neustadt/Parkhaus Karstadt Zeil: LivingOffices** – Ausbau von Co-Working-Angeboten, urbane Produktion, neue Gastrokonzepte etc.
19. **Willy-Brandt-Platz: Blue Gate** – Neugestaltung Willy-Brandt-Platz mit Europabezug sowie Bezug zu Gallusanlage und neuem Schauspiel
20. **Kleinmarkthalle: Neue Kleinmarkthalle** – Sanierung der Kleinmarkthalle und Attraktivierung des Umfeldes als reg. Genussquartier
21. **Innenstadtkirchen: SkyLight** Entwicklung und Umsetzung eines Beleuchtungskonzeptes

Schlüsselprojekte

Oper/Bankenviertel

Opernplatz RedGate: Aufwertung des Opernplatzes.

A) RedLounge mit atmosphärischer mobiler Sitzlandschaft und (mobiler) Leinwand zur Liveübertragung aus dem Inneren der Oper. (kurz-/mittelfristig)



B) RedGate-Erweiterung und Gestaltung des Überganges Opernplatzes / Entree zur Freßgass & Goethestraße als „Roter Platz“. (mittel-/langfristig)



Goetheplatz/Roßmarkt TagTraum & NachtMarkt: Ausweitung von schattenspendenden Ruheoasen durch mobile Sitzmöbel und Pflanztröge. Schaffung eines stimmungsvollen mobilen Marktes am Abend. (kurzfristig)



Goetheplatz/Roßmarkt CityLights/CityStage: Errichtung einer mobilen LED-Bühne / Stadtbühne für Liveübertragungen (Vgl. MPT). (mittelfristig)



Schlüsselprojekte

Oper/Bankenviertel

Freßgass Follow the line: Kunstvolle Gestaltung (z.B. Bodenbeläge, Licht, Schaufensterbeleuchtung, Kunst) in der Wegeführung zw. Opernplatz, Freßgass zur Hauptwache / Altstadt. (mittelfristig)



Wallanlagen Kulturmeile: Inwertsetzung und regelmäßige Bespielung der Wallanlagen durch inszenierte Kunstinstallationen von lokalen und internationalen Künstler:innen (kurzfristig). Einbau interaktiver Erlebnisformate wie z.B. Augmented Reality-Kunstwerke oder Erläuterungen bestehender Kunstwerke. (mittelfristig)



Wallanlagen Pop-up-Gastronomie: Schaffung von Pop-up-Gastronomief Flächen (Kaffee-Stationen, Trinkhallen, Foodtrucks), welche durch Gastronom:innen bespielt werden können. (mittelfristig)



Schlüsselprojekte

Nördliche Altstadt

Konstablerwache GreenGate: Ausweitung des Erzeugermarktes als der „Markt der Region“, dauerhafte Außengastronomie, regionale Genussinseln (essbare Stadt), Platz- & Fassadenbegrünung, Etablierung eines monatlichen Street-Food-Festivals im Zusammenspiel mit der Fahrgasse. (mittelfristig)

Kleinmarkthalle Aufwertung „neue“ Kleinmarkthalle: Sanierung der Kleinmarkthalle und Attraktivierung des Umfeldes als regionales Genuss-Quartier. (mittel-/langfristig)

Liebfrauenberg 7Kräuter: Kunstvolle Gestaltung der Gassen und Plätze um den Liebfrauenberg als Kern der regionalen Kultur. Grüne Gestaltung über Naturfarben, Stadtgrün, Moose, Kräuter (essbare Stadt), ökologische Kunst etc. (mittelfristig)

Liebfrauenstr./Neue Kräme/Hasengasse Follow the line: Kunstvolle Gestaltung der Bodenflächen und Beleuchtungskonzept der Verbindung zw. Paulskirche und Hauptwache sowie der Hasengasse/Zeil zur intuitiven Wegeführung und Stärkung der Nord-Süd-Verbindungen Zeil-Altstadt. (mittelfristig)



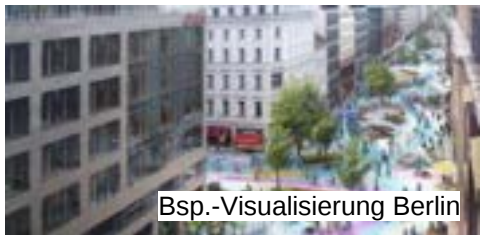
Hamburg



Viadukt Zürich



Bsp.-Visualisierung Brooklyn



Bsp.-Visualisierung Berlin



Schlüsselprojekte

Südliche Altstadt

Willy-Brandt-Platz: BlueGate: Neugestaltung Willy-Brandt-Platz als Übergang zw. Schauspiel und Gallusanlage, intensive Begrünung und Europa-Bezug. (mittel-/langfristig)



Goethehaus und Umfeld Pop-Up-Galleries: Bespielung von Außenraum, Leerständen und des Außenraumes mit Pop-Up-Kunst von lokalen Künstler:innen. (kurzfristig)



Paulskirche, Römer, Neue Altstadt Pop-Up-Altstadt: Durchführung von Kultur-Veranstaltungen auf den Plätzen der Neuen Altstadt (Konzerte, Lesungen, Arthouse-Kino). Mobile Stadtmöblierung und Spielelemente zur temporären Bespielung, stimmungsvolle Fassaden-Lichtkunst. (kurz-/mittelfristig)



Mainkai Mein-Ufer:
A) Verkehrsberuhigung und Neugestaltung des Mainkais. Temporäre Sitzmöbel, mobile Spielgeräte, Pop-Up am Wochenende (kurzfristig)

B) Langfristige städtebauliche Umgestaltung des Ufer-Bereiches (langfristig)



Schlüsselprojekte

Neustadt

Hauptwache TheSquare: Farbliche (Licht-)Gestaltung der Bodenfläche. Aufbau (temporärer) Tribüne/Bühne und Laufsteg zur Bespielung (saisonale Fashion-Shows). (mittel-/langfristig)

Hauptwache House-of-Frankfurt: Einrichtung „Haus des Besuchers“ mit Tourist-Info, Event- und Ausstellungsflächen für Wissenschaft, Wirtschaft sowie für Co-Creation. (mittel-/langfristig)

Zeil Follow the light: LED-Lichtinstallation zur atmosphärischen Raum-Inszenierung der Zeil (von Goetheplatz bis Konstablerwache). (kurz-/mittelfristig)

Zeil NeueBücherei: Ansiedlung der neuen Stadtbücherei, offenes Gebäude zum Arbeiten, Lesen und Lernen. (mittel-/langfristig)

Nördlich der Zeil LivingOffices: Umnutzung von leer stehenden Gebäudeflächen in CO-Working & Living / Kreativ-Räume, Handwerk 4.0. (mittelfristig)



Schlüsselprojekte

City Ost

Zeil & Gerichtsviertel - 190-Nation - StreetArtGallery: Inszenierung des Stadtraumes über die größte international kuratierte Streetart-Gallery. Ausstellung im öffentlichen/privaten Raum (z.B. Brandwände, Hinterhöfe, großflächige Graffitis, Groundfloors), inhaltlicher Bezug zur Internationalität der Stadt. Einbindung 3D- und AR-Inszenierung über Kooperationen mit der Kreativwirtschaft. (kurz-/mittelfristig)



Schlüsselprojekte für die ErlebnisCity / Cityquartiere

High-Street & Downtown (Oper- & Bankenviertel)

**Opernplatz & Übergang
in die City: RedGate**
Stadtmöblierung, Städte-
bauliche Inszenierung des
Einstiegs in die City

**Goetheplatz/Roßmarkt:
TagTraum/NachtMarkt**
Grüne Oase bei Tag
Lichtinszenierung/ Nachtmarkt
CityLights/CityStage Citybühne

**Wallanlagen:
Kulturmeile Frankfurt**
mit Pop-up-Gastro

**Neugestaltung Willy-
Brandt-Platz: Blue Gate**
Impuls: Neues Schauspiel

Innenstadtkirchen: SkyLight
Beleuchtungskonzept

New Lifestyle / New Work (Neustadt)

Neustadt: LivingOffices
Co-Working, Pop-Up-
Spaces, neue Gastro-
Konzepte

Hauptwache TheSquare
Bodengestaltung,
Tribüne, Events
und **House-of-Frankfurt**

Neue Bibliothek.

**Follow the line & Follow
the light:** Gestaltung
(Boden, Licht und Grün) auf
Achsen Zeil-Altstadt und
Haupt-Konstablerwache

**Kornmarkt/Sandgasse:
Pop-up-Galleries:** Pop-
Up-Kunst, Ateliers

Kunst-Kultur-Area (Südliche Altstadt)

Mainkai: „Mein“-Ufer Umbau Mainkai,
„Mainterrassen“ (Pop-up) Gastronomie,
Verkehrsberuhigung, Möblierung

Cosmopolitan (Östliche City)

**City Ost:
190 Nation
Streetart-
Gallery**

**Konstablerwache:
GreenGate**
Begrünter Platz,
Märkte und Gastro.

Neue Kleinmarkthalle & 7Kräuter

Typisch Frankfurt (Nördliche Altstadt)

**Römer/Altstadt: Pop-up-
Altstadt** Temporäre
Stadtmöblierung und
Veranstaltungen

Handlungsfelder zur Optimierung der Rahmenbedingungen für die City

POLITISCHE & RECHTLICHE GRUNDLAGEN:

Wir schaffen Bewusstsein für das WIR in der City und einen nachhaltigen, praxisorientierten Gestaltungsrahmen

ORGANISATIONS-STRUKTUREN:

Wir bilden ein starkes System, schaffen effektive Netzwerke und Zusammenarbeitsstrukturen

CO-CREATION:

Wir beteiligen konsequent unsere Nutzer, Eigentümer und Entwickler und schaffen neue Identifikation



MAßNAHMEN IM HANDLUNGSFELD POLITISCHE & RECHTLICHE GRUNDLAGEN

Maßnahmen	Priorität	Lead
Governance: Magistratsbericht zum Innenstadt-Zukunftskonzept als fortschreibbarer Orientierungs- und Handlungsleitfaden für die Innenstadtentwicklung in gemeinsamer Verantwortung	kurzfristig	FFM
Öffnung von Planungsrecht / Baurecht: Schaffung von Experimentierräumen und Real-Laboren unter der Mitwirkung der verschiedenen Anspruchsgruppen (Zwischennutzungen, temporäre Konzepte, Pop-Ups etc.)	kurz-/mittelfristig	FFM Stadtplanung
Vermietungs-Pools: Anreizmodelle zur Förderung von quartiersspezifischen Vermietungspools von EG-Flächen zur Stärkung lebendiger Quartiere	kurz-/mittelfristig	FFM Stadtplanung
Styleguide: Weiterentwicklung quartiersspezifischer Styleguides zur Stärkung von Quartiersstrukturen und Quartiersidentitäten	kurz-/mittelfristig	FFM Stadtplanung
Einführung Anhandgabe-Verfahren: Einführung von Verbindlichkeiten bei der Genehmigung von Planungsvorhaben. Anpassungen von Baurecht/Baugenehmigungen nur mit Planungsverpflichtung (inkl. Durchführung von Architektur-/Nachhaltigkeitswettbewerb und Durchführung Baugenehmigungsverfahren)	mittelfristig	FFM Stadtplanung
Ankauf Liegenschaften: Ankauf von städtischen Liegenschaften (Nutzung Vorkaufsrecht der Stadt) zur Steuerung von nachhaltigen Entwicklungsvorhaben in der Innenstadt	mittelfristig	FFM Liegenschaftsamt



Kurzfristig = Umsetzung in 2022/2023

Mittelfristig = Umsetzung bis 2025

Langfristig = Umsetzung bis 2030

MAßNAHMEN IM HANDLUNGSFELD ORGANISATIONSSTRUKTUREN

Maßnahmen	Priorität	Lead
Neuorganisation und Stärkung Citymanagement: Weiterentwicklung des City- und Stadtteilmarketings zum Citymanagement Frankfurt (Vgl. M60 MPT: Verzahnung MPT mit ganzheitlichem Stadtmarketing)	kurzfristig	TCF / StadtMkt. / FRM / WiFö
Interessens- und Aktionsgemeinschaften: Neuorganisation und Förderung der Interessens- und Aktionsgemeinschaften entsprechend der Innenstadt-Quartiere	kurzfristig	IHK / WiFö
Kultivierung des Innenstadt-Netzwerks über Initiierung eines kontinuierlichen Dialog- und Beteiligungsprozesses	kurzfristig	CSM
Initiierung eines formalisierten Innenstadt-Beirates aus verschiedenen Anspruchsgruppen / Lenkungsgruppe Innenstadtoffensive	kurzfristig	CSM
Auflegung eines Innenstadt-Fonds zur Budget-Bündelung der Netzwerk-Partner für die Projektumsetzung, Verzahnung Förderanträge und -programme	kurzfristig	CSM
Initiierung und Begleitung von Business Improvement Districts entsprechend der Innenstadt-Quartiere (Vgl. M87 MPT: Initiierung Business/Tourism Improvement Districts)	mittelfristig	IHK / WiFö
Ausbau des Leerstandsmanagements zur aktiven Ansprache und Vermittlung von Leerräumen für u.a. kreative Pop-Up-Bespielungen/Kulturprojekte/Kreativraum3	mittelfristig	CSM / WiFö
Aufbau eins Monitoring-Dashboards inkl. Systematik zur Kontrolle und Steuerung der Innenstadt-Entwicklung	mittelfristig	CSM



Kurzfristig = Umsetzung in 2022/2023

Mittelfristig = Umsetzung bis 2025

Langfristig = Umsetzung bis 2030

MAßNAHMEN IM HANDLUNGSFELD CO-CREATION

Maßnahmen	Priorität	Lead
Dialog- und Workshop-Reihen zur quartiersspezifischen Umsetzung von Projekten, Einbindung der Bevölkerung in Gestaltungsideen	kurzfristig	CSM
Open Innovation Labor zur Einbindung von Innenstadt-Akteuren und der Bevölkerung zur Lösung von Herausforderungen in der City-Entwicklung	kurzfristig	CSM
Bevölkerungsbefragung: Aufsetzen einer fortlaufenden Bevölkerungsbefragung zur stetigen Erhebung der Bewohner:innen-Perspektive zur Entwicklung der Innenstadt	mittelfristig	CSM
Verzahnung Initiativen: Systematischer Einbezug und Einbindung weiterer Stadtentwicklungs-Initiativen zum Schwerpunkttraum Innenstadt (Making Frankfurt, SOUP Festival etc.)	mittelfristig	CSM
Kreativraum3: Kreativraum-Büro und Konferenz zur kreativen Bespielung von Leerständen und Umsetzung von Beteiligungs- und Ideenwerkstätten	kurzfristig	WiFö
CityMaking Büro: Einrichtung eines Dialog-Büros für Workshops und Veranstaltungen mit Bezug zur Innenstadt-Entwicklung	mittelfristig	CSM
Netzwerkausbau Regionalität: Ausbau des Netzwerks zur Erhöhung des Anteils regionaler Produkte (Vgl. M33 MPT: Netzwerkausbau Regionalität)	mittelfristig	TCF / WiFö / DEHOGA / IHK



Kurzfristig = Umsetzung in 2022/2023
Mittelfristig = Umsetzung bis 2025
Langfristig = Umsetzung bis 2030

Handlungsfelder zur Optimierung der Vermarktung der Innenstadt

EXPERIENCE MARKETING:

*Wir vermarkten das City
Frankfurt Erlebnis in einer
gemeinsamen Content- und
Marken-Architektur*



MAßNAHMEN IM HANDLUNGSFELD EXPERIENCE MARKETING

Maßnahmen	Priorität	Lead
Content-Erstellung für die Innenstadt-Quartiere (Geschichten, Bilder, Videos) und Erlebnisse (moderner Arbeitsort, regionales Einkaufserlebnis, Kunst und Kultur, öffentliche Aufenthaltsqualität)	kurzfristig	TCF / CSM
Launch einer Website/Unterseite Innenstadt-Erlebnis mit Innenstadt-Quartieren (Frankfurt Tourismus Website) ggf. Online-Magazin mit Storytelling mit Innenstadt-Akteuren sowie Bespielung von Social Media-Kanälen	kurzfristig	TCF / CSM
Guerilla-Flyer oder Karten-Verteilaktion mit Inhalten zu Stadtquartieren mit Sämereien o.ä. (Frankfurt blüht auf)	mittelfristig	TCF / CSM
City-Kampagne: Zum Launch der Website begleitende Kampagne mit Motiven im öffentlichen Raum in Frankfurt	mittelfristig	TCF / CSM
Pop-Up-Büro mit Informationsmaterialien, Ausstellung und Veranstaltungen zur Innenstadtentwicklung (Co-Creation)	mittelfristig	CSM / WiFö
Foto-Punkte: Installierung von Foto-Punkten an markanten Frankfurt-Orten in den Cityquartieren (Vgl. M28 MPT: Foto-Points) bzw. Inszenierung bereits bestehender Foto-Hotspots	mittelfristig	TCF / CSM.
Weiterentwicklung der Marke „Museumsufer“: Kultivierung und Weiterentwicklung der Marke Museumsufer (Vgl. M20 MPT: Weiterentwicklung der Marke „Museumsufer“)	mittelfristig	Kulturdez.



Kurzfristig = Umsetzung in 2022/2023
Mittelfristig = Umsetzung bis 2025
Langfristig = Umsetzung bis 2030

Handlungsfelder zur Optimierung des vor-Ort-Erlebnisses

ANGEBOTS-DIFFERENZIERUNG:

Wir machen die City multifunktional und 24/7 attraktiv

NEW SERVICES & SERVICE-DESIGN:

Wir bieten ein modernes und komfortables Full-Service City-Erlebnis

ÖFFENTLICHER RAUM:

Wir gestalten unsere Plätze und Wege zu nachhaltigen Erlebnis- & Begegnungsräumen

NACHHALTIGE MOBILITÄT:

Wir verbessern die City-Anbindung und die Verknüpfung der City-Quartiere

MAßNAHMEN IM HANDLUNGSFELD ANGEBOTS-DIFFERENZIERUNG

Maßnahmen	Priorität	Lead
TagTraum/NachtMarkt Goetheplatz/Roßmarkt: Ausweitung von schattenspendenden Ruhe-Oasen durch mobile Sitzmöbel und Pflanztröge. Schaffung eines stimmungsvollen Marktes am Abend	 kurzfristig	CSM
Bembel Markt: Ausweitung des Schillermarktes auf die Nachmittag-/Abendstunden als Treffpunkt für Wein & Weinkultur	kurzfristig	HFM
Überarbeitung der Veranstaltungsarchitektur (Vgl. M5 MPT: Veranstaltungsarchitektur)	kurzfristig	TCF
Pop-Up-Altstadt: Durchführung von Kulturveranstaltungen auf den Plätzen der Neuen Altstadt (Konzerte, Lesungen, Arthouse-Kino), Mobile Stadtmöblierung und Spielelemente zur temporären Bespielung, stimmungsvolle Fassaden-Lichtkunst	 kurzfristig	CSM
CityLights/CityStage: Errichtung einer mobilen LED-Bühne/Stadtbühne für Live-Übertragungen (Vgl. MPT)	 mittelfristig	CSM / Stadt
Pop-Up-Galleries: Umsetzung von temporären Pop-Up-Galerien sowie Bespielung von Außenraum und Leerständen im Bereich Kornmarkt/Sandgasse/Bethmannstraße (Vgl. Kreativraum3)	 kurz-/mittelfristig	WiFö
Pop-Up-Gastronomie: Schaffung von Pop-Up-Gastronomie-Flächen (Trinkhallen), welche durch Gastronom:innen bespielt werden können	 mittelfristig	CSM / WiFö
GreenGate Konstablerwache: A) Ausweitung des Erzeugermarktes als der „Markt der Region“, dauerhafte Außengastronomie, regionale Genussinseln (essbare Stadt), Etablierung eines monatlichen Street-Food-Festivals. B) Platz- & Fassadenbegrünung	 mittelfristig	HFM / Stadt
Pop-Up-Street-Food Fahrgasse: Bespielung von Parkflächen als int. Streetfood-Meile mit (temp.) Lounges. Entsiegelung + Pkw-Verbot	mittelfristig	Stadt
LivingOffices: Umnutzung von leer stehenden Gebäudeflächen in CO-Working und Co-Living / Kreativ-Spaces, Handwerk 4.0	 mittelfristig	WiFö
TheVertical: Gezielte Ausweitung von Gastronomie- und Shoppingkonzepten, Showrooms für Design und Kunst in den oberen Geschossen der Hochhäuser	langfristig	WiFö
House-of-Frankfurt: Tourist-Info, Event- und Ausstellungsflächen für Wissenschaft, Wirtschaft und Co-Creation unter einem Dach	 langfristig	WiFö
Neue Bücherei: Ansiedlung der neuen Stadtbücherei, offenes Gebäude zum Arbeiten, Lesen und Lernen	 langfristig	Stadt



Kurzfristig = Umsetzung in 2022/2023
Mittelfristig = Umsetzung bis 2025
Langfristig = Umsetzung bis 2030



Schlüsselprojekt mit hoher Impulswirkung

MAßNAHMEN IM HANDLUNGSFELD ÖFFENTLICHER RAUM

Maßnahmen (alle Maßnahmen korrespondierend mit M25 MPT: Kreative Inszenierung der zentralen Stadträume)	Priorität	Lead
Mein-Ufer: A) Verkehrsberuhigung und Belebung des Mainkais, temp. Sitzmöbel, mobile Spielgeräte, Pop-Up bis zur B) Umgestaltung des Mainkais zum Freizeit-Boulevard	kurz-/ langfristig	CSM
Follow the light: LED-Lichtinstallation zur atmosphärischen Raum-Inszenierung der Zeil	kurzfristig	Stadt
TheSquare Hauptwache: Farbliche (Licht-)Gestaltung der Bodenfläche, Aufbau (temporärer) Tribüne / Bühne / Laufsteg zur Bespielung (Vgl. M16 MPT: Frankfurt Fashion-Week In- & Outside)	mittelfristig	Stadt
TheCourt: Weiterentwicklung der City-Übergänge (Friedberger Anlage/ Bethmann-Park) als innerstädtisches „Spiel- /Freizeitparadies“ mit hochwertigen Sport- und Erholungsflächen	mittelfristig	Stadt
7Kräuter: Kunstvolle Gestaltung der Gassen und Plätze um den Liebfrauenberg als Kern der regionalen Kultur	mittelfristig	Stadt
Follow the line: Kunstvolle Gestaltung, (z.B. Bodenbeläge, Licht/Schaufensterbeleuchtung, Kunst) in der Wegeführung, Fokus auf die Nord-Süd-Achsen A) Liebfrauenstr./Neue Kräme, B) Hasengasse und C) Freßgass	mittelfristig	Stadt
Handkäs mit Musik: Verkehrsberuhigung, Begrünung, Ausbau der Außengastronomie in der Braubachstraße	mittelfristig	Stadt
190-Nation - StreetArtGallery: Inszenierung des Stadtraumes über die größte international kuratierte Streetart-Gallery, Ausstellung im öffentlichen/privaten Raum (z.B. Brandwände, Hinterhöfe, großflächige Graffitis, Böden)	mittelfristig	CSM
SkyLights: Lichtkonzept und Umsetzung der Beleuchtung der innerstädtischen Kirchen	mittelfristig	Stadt
Kulturmeile Taunus- und Gallusanlage: Wandel der westl. Wallanlage zur Kunstmeile mit Kunstwerken, Bühnen, Weginszenierung etc.	mittelfristig	Kulturdez.
RedGate: A) Aufwertung des Opernplatzes. RedLounge & RedGate mit atmosphärischer, mobiler Sitzlandschaft., Live-Übertragung aus dem Inneren der Oper (kurz-mittelfristig) B) Erweiterung und Gestaltung des Opernplatzes als „Roter Platz“ (mittel-langfristig)	mittel-/ langfristig	CSM / Stadt
BlueGate: Neugestaltung Willy-Brandt-Platz als Übergang zw. Schauspiel und Gallusanlage, intensive Begrünung und Europa-Bezug	langfristig	Stadt
Neue Kleinmarkthalle: Sanierung der Kleinmarkthalle und Attraktivierung des Umfeldes als regionales Genuss-Quartier	langfristig	KMH
Rooftop-Park: Umgestaltung des obersten Karstadt-Parkdecks in einen Rooftop-Park mit Cafés/Bars, Ruheoasen u. Bewegungsparcours	langfristig	Stadt



Kurzfristig = Umsetzung in 2022/2023
Mittelfristig = Umsetzung bis 2025
Langfristig = Umsetzung bis 2030



Schlüsselprojekt mit hoher Impulswirkung

MAßNAHMEN IM HANDLUNGSFELD NEW SERVICES & SERVICE-DESIGN

Maßnahmen	Priorität	Lead
Digitaler City Guide: Aufbau einer Anwendung als digitale Lösung zur Begleitung des Gastes über alle Kontaktpunkte hinweg mit dem Ziel der Besucherlenkung, Vertriebssteigerung und Kundenbindung (Vgl. M66 MPT: Digitaler City Guide)	kurzfristig	TCF
Ausbau Sicherheits- & Sauberkeitsinitiativen: Prüfung von Verlagerungsmodellen der Drogenszene aus den zentralen Citybereichen und Förderung privatwirtschaftlicher Sauberkeitsinitiativen (Vgl. M88 MPT Ausbau Sicherheits-& Sauberkeitsinitiativen)	kurzfristig	Sts. SFFM
Jahreszeitliche Beleuchtung: Einheitliche Beleuchtung für die Weihnachts- und Winterzeit, nach Innenstadt-Quartieren inhaltlich differenziert	kurzfristig	CSM
Innovationslabor digitale Shopping-Services: Zusammenschluss von City-Händler:innen zur Ideenfindung und Umsetzung gemeinsamer digitaler Service-Angebote	mittelfristig	CSM / IHK
Pick-Up-System: Aufbau eines Pick-Up- und Belieferungssystems in Kooperation mit den Innenstadt-Händler:innen als besondere Service-Leistung	mittelfristig	CSM / IHK



Kurzfristig = Umsetzung in 2022/2023
Mittelfristig = Umsetzung bis 2025
Langfristig = Umsetzung bis 2030

MAßNAHMEN IM HANDLUNGSFELD NACHHALTIGE MOBILITÄT

Maßnahmen	Priorität	Lead
Digitales Besucherinformations- und Leitsystem: Analoges und digitales, aufeinander abgestimmtes Leitsystem zur intelligenten Besucherlenkung. Hierfür Erneuerung der Infotafeln und Hinweisschilder und digitale Erweiterung (Vgl. M82 MPT)	mittelfristig	TCF / Verkehrsdez.
Aufstellung eines ökologisch nachhaltigen Mobilitätskonzepts: Intermodales Mobilitätskonzept zum Ausbau innovativer und nachhaltiger Mobilitätsformen (Vgl. M78 MPT: Aufstellung eines ökologisch nachhaltigen Tourismus-Mobilitätskonzepts)	mittelfristig	RMV / Verkehrsdez.
Ausbau Smart Sharing Mobility: Bestandsaufnahme und bedarfsgerechte, gezielte Förderung nachhaltiger Sharing-Angebote/ Produkte zur Aufwertung der klimaschonenden, touristischen Mobilität (Vgl. MX MPT: Ausbau Smart Sharing Mobility)	mittelfristig	RMV / Verkehrsdez.
Digitales Crowd-Management: Qualifizierung des Daten-Tracking-Konzepts für die gezielte Besucherlenkung insbesondere bei Großveranstaltungen (Vgl. M71 MPT: Digitales Crowd-Management)	mittelfristig	TCF / Verkehrsdez.
E-Mobility Logistik-Konzept zur Neuordnung der innerstädtischen Belieferung (Wegeführung, zentrale Anliefer-Hubs etc.)	mittelfristig	Stadt
E-Lade-Infrastruktur: Bedarfsgerechter Ausbau der Ladeinfrastruktur für E-Mobilität (Ladesäulen für Pkws und E-Bikes)	mittelfristig	Stadt
Rad-Begleit-Infrastruktur: Ausbau der Radfahrstellplätze und Rad-Service-Infrastruktur (Luftpumpen, mobile Werkstatt etc.)	mittelfristig	Stadt
Rad- und fußgängerfreundliche-City: Perspektivische Verkehrsberuhigung der Innenstadt zur Begünstigung des Rad- und Fußverkehrs	langfristig	Stadt



Kurzfristig = Umsetzung in 2022/2023
Mittelfristig = Umsetzung bis 2025
Langfristig = Umsetzung bis 2030



Aufgabenschwerpunkte Citymanagement/Stadtmarketing



nach Bundesvereinigung City- & Stadtmarketing Deutschland e.V.

- ➔ Multifunktionalität der Innenstadt erhalten und stärken
- ➔ Zielorientierte Zusammenarbeit aller Akteure
- ➔ Die Stadt in Szene setzen
- ➔ Attraktive Aufenthaltsorte entwickeln
- ➔ Lebensqualität bei Smart City im Fokus
- ➔ Dialog und Teilhabe ausbauen

nach Koalitionsvertrag

Aktion für Sauberkeit
Mainkai-Sperrung
Schaffung von urbanen Räumen und Citydecks
Nachtmarkt
Konzept zur Unterstützung des Gastgewerbes
Terrorpoller
Smart-City, Ausbau öffentliches free W-LAN
Grün- und Ruhezonen
FFW Unterstützung
Entwicklung Hauptwache Areal
Errichtung von Handwerkerhöfen
Konzept gegen Zwangsbetteln
Stärkung der Aufenthaltsqualität
Erweiterung Außengastro
Stärkung Citymarketing
Erweiterung öffentlicher Toiletten
Bewerbung für World Design Capital
Ausweitung Verweilflächen
Digitales Leitsystem
verkaufsoffene Sonntage
Standortgemeinschaften

STADT  FRANKFURT AM MAIN

Zusammenspiel Erlebnis-City-Konzept mit städtischen Initiativen/Programmen

Konzept und fortschreibbarer Handlungsplan ErlebnisCity Frankfurt am Main

Innenstadt- Offensive	Landesprogramm Zukunft Innenstadt	Bundesprogramm: Post-Corona- Innenstadt	Making Frankfurt	BMI: Zukunftsfähige Innenstädte & Zentren
Organisatorischer und finanzieller Rahmen, konkrete Maßnahmenaus- prägung gemäß Konzept ErlebnisCity	Umsetzung eingegliedert in das Konzept ErlebnisCity (Fokus: PopUp, Innovation, Leerstandsbespielung)	Ergänzender Prozess in der Verantwortung des Planungsdezernats (Aufgabe: Kopplung Dialogverfahren Co- Creation, Ergänzung und Konkretisierung der Maßnahmen aus den HF Öffentl. Raum, Mobilität etc.)	Ergänzendes Dialog- und Inno- vationsverfahren, Eingliederung in Gesamtkonzept	Förderrahmen zur Umsetzung der Etablierung neuer Standort- gemeinschaften in der Innenstadt

CSM als koordinierende und verbindende Instanz, Verantwortung des Gesamtüberblickes
sowie Umsetzung und Fortschreibung des ErlebnisCity-Konzeptes

Vom City- & Stadtteilmarketing zum Citymanagement Frankfurt am Main, verankert in den Strukturen des Stadtmarketings der Stadt.



Standortmarketing

Wirtschaftsförderung Frankfurt GmbH

neue Betriebe gewinnen
Beschaffung und Vermarktung von Grundstücken für Ansiedlungen

Flächenrecycling
Projektentwicklung
Betreuung der Unternehmen

Beeinflussung der Stadtentwicklung zur Verbesserung der Standortbedingungen

Internationale Standortvermarktung (durch Frankfurt RheinMain GmbH)



Innenstadtmarketing

Citymanagement Frankfurt

Belebung der City in wirtschaftlicher und kultureller Hinsicht

Marketing für die ErlebnisCity (Einzelhandel, Kultur, Events etc.)

Koordinator, Netzwerk- & Partnermanagement

Impulsgebung zu Steigerung der Attraktivität des Stadtzentrums umgesetzt von der Stadtpolitik bzw. Verwaltung



Stadtteilmarketing

Stadtteilmanagement (Citymanagement)

Vergleichbar mit Citymanagement

Implementiert das umfassende Erlebnis- / Marketingkonzept der Stadt in den Stadtteilen bzw. in den der Innenstadt nachgeordneten Subzentren



Tourismusmarketing

Tourismus+Congress GmbH Frankfurt

Steigerung der Ankünfte und Übernachtungen auswärtiger Gäste

Tourismusmarketing

Zielgruppen sind private Urlaubs- und Geschäftsreisende, Besucher von Messen, Tagungen und Kongressen



Verwaltungsmarketing

Presse / Kommunikation

Optimierung der Kommunalverwaltung an den Interessen des Bürgers

Personalmarketing, Beschaffungsmarketing

Gestaltung der Austauschbeziehungen

Hervorhebung des Leistungsangebots der Kommune und Abhebung von Konkurrenzstädten

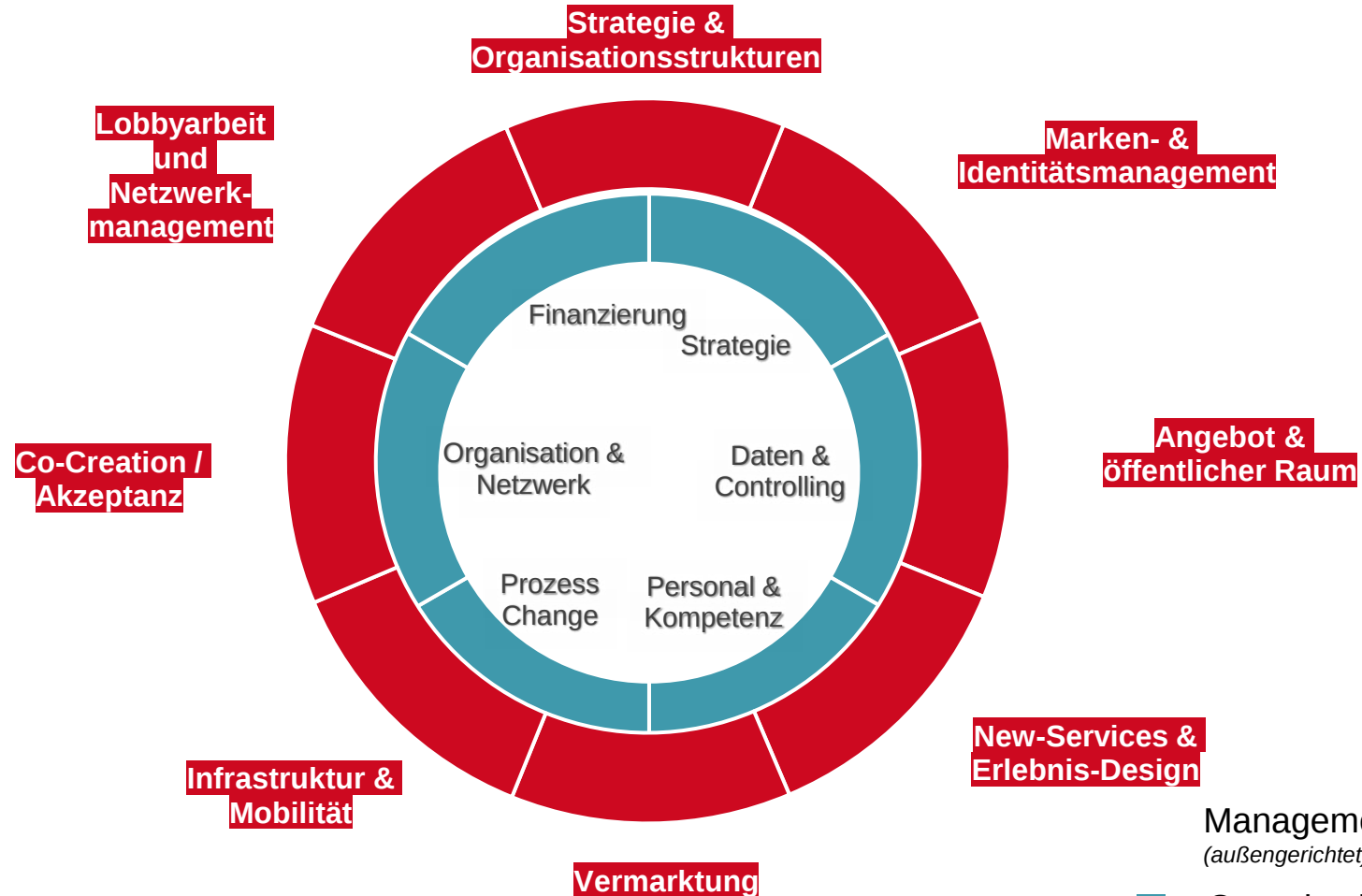


Kommunales Marketing

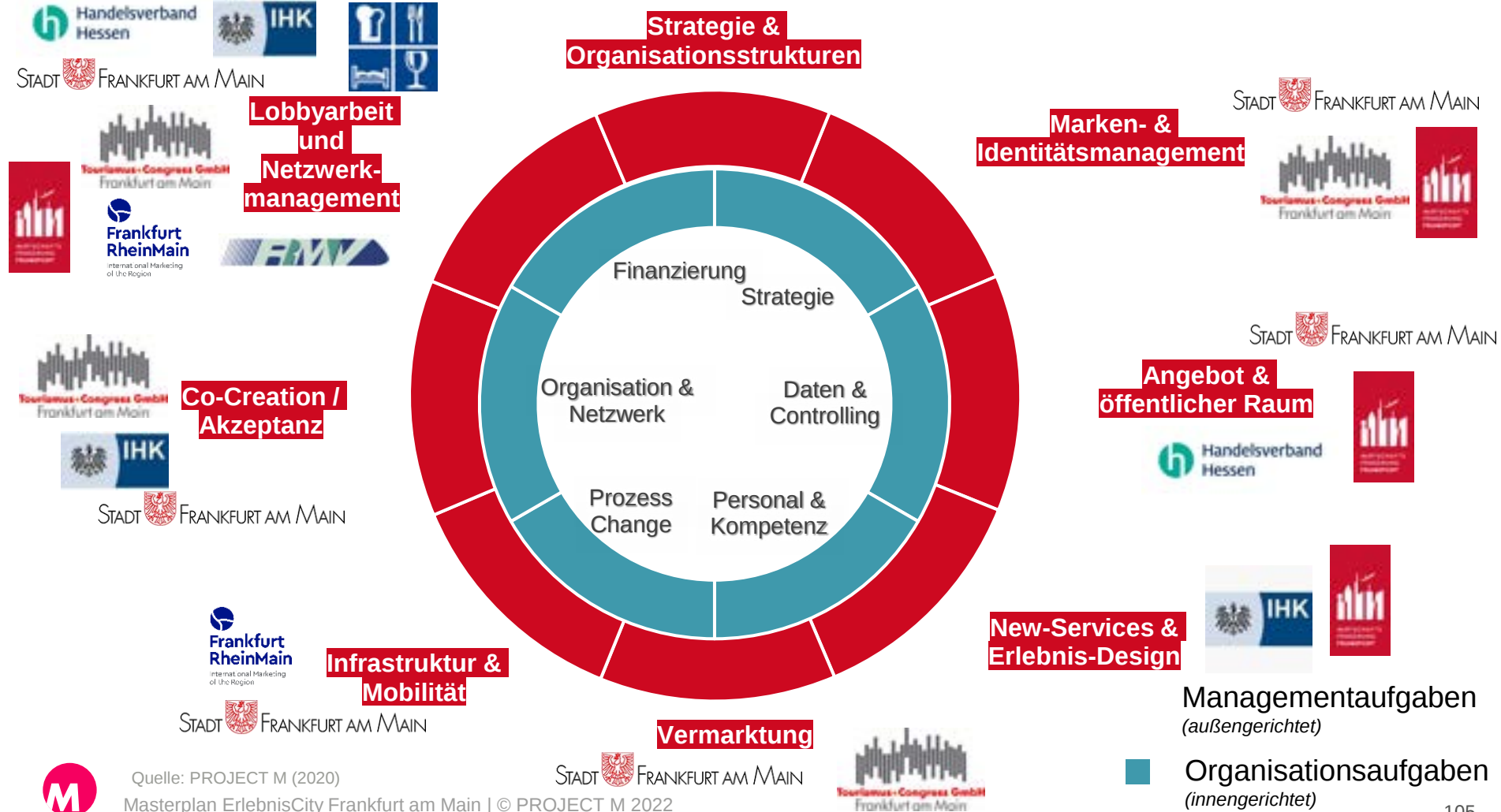
Presse / Kommunikation

Vermarktung öffentlicher Institutionen wie städtische Verkehrsbetriebe, Theater und Museen sowie anderer öffentlicher Betriebe

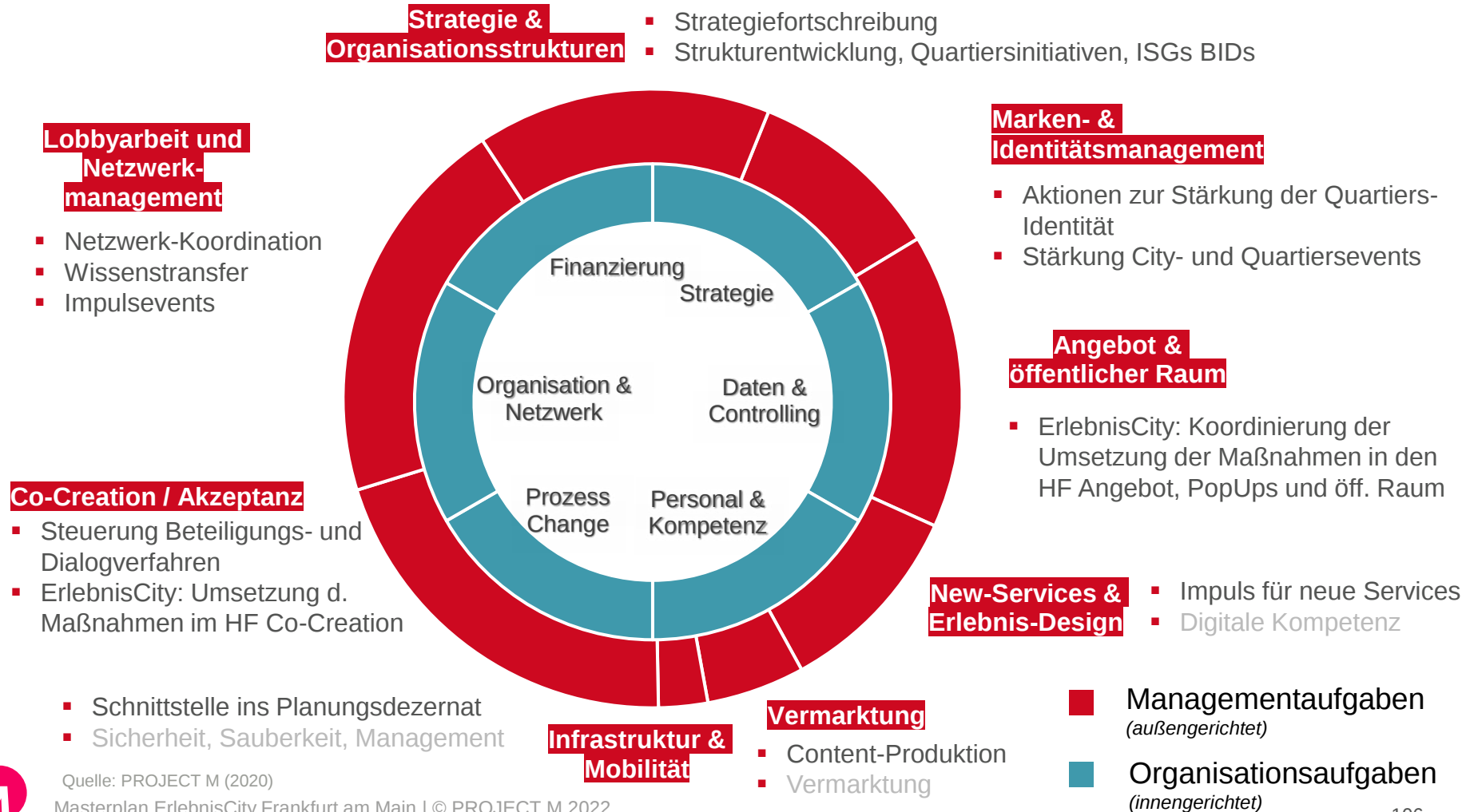
Aufgaben zur ErlebnisCity entlang des Aufgabensteuerrads.



Schlüsselpartner zur Umsetzung der ErlebnisCity Frankfurt am Main.



Aufgaben und Aufgabenschwerpunkte des CSM am Aufgabensteuerrad.



Aufgabenportfolio und Ressourcenbedarfe nach Vollzeitäquivalenten (VZÄ).

Fokussierung auf Kernaufgaben des CSM!

Aufgabenportfolio	VZÄ (CSM)	Schlüssel-Partner
➔ Strategie & Organisationsstrukturen	1,00	IHK, TCF, Planungsdezernat
➔ Marken- & Identitätsmanagement	1,00 - 1,5	TCF, WiFö, EZV, HA 09.5
➔ Angebot & öffentlicher Raum	0,50 - 1,0	Planungsdezernat, WiFö
➔ New-Services & Erlebnis Design	0,25	IHK, DEHOGA, EZV, WiFö
➔ Vermarktung & Vertrieb	0,25 - 0,5	TCF, WiFö, HA 09.5
➔ Infrastruktur & Mobilität	0,15	Verkehrsdezernat
➔ Co-Creation/Akzeptanz	0,50	Planungsdezernat, HA 09.4
➔ Lobby-Arbeit & Netzwerkmanagement	<u>0,50</u>	IHK, EZV, TCF, etc.

Summe 4,15 – 5,65 VZÄ

*zzgl. anlass- & projektbezogene Personalkontingente
aus 09.4 Bürger-/Ehrenamt sowie 09.5 Presse*

Eigener Budgetrahmen für das City- und Stadtteilmarketing Frankfurt. (gesicherte Projekt-Mittel / feste Aktionsmittel p.a., zzgl. Projektförderung)

Aufgabenportfolio	Eigenes Budget	zzgl. Projektförderung
➔ Strategie & Organisationsstrukturen	25 T € p.a.	FFM / Förderprogramme
➔ Marken- & Identitätsmanagement (Quartiers- / Cityevents, Binnenmarketing)	50 T € p.a.	Tourismusbeitrag Quartiersbudgets
➔ Angebot & öffentlicher Raum (Leerstandkonzepte, Kreativwettbewerbe, PopUps)	50 T € p.a.	Förderprogramme Innenstadt-Partnerfonds
➔ New-Services & Erlebnis Design (PWA-Leitsystem, etc.)	50 T € p.a.	Tourismusbeitrag
➔ Vermarktung & Vertrieb (Verkaufsoffene Sonntage / Aktions-Projektbudgets)	100 T € p.a.	Tourismusbeitrag Budget-Pools (Quartiere)
➔ Infrastruktur & Mobilität	- T € p.a.	FFM / Förderprogramme
➔ Co-Creation/Akzeptanz (Citydialoge, Beteiligungsformate)	100 T € p.a.	Förderprogramme
➔ Lobby-Arbeit & Netzwerkmanagement	25 T € p.a.	Budget-Pools (Quartiere)
Summe	450 T € p.a.	zzgl. Personalkosten und Impuls-/Förderprojekte

KEY FACTS zur Weiterentwicklung des City- und Stadtteilmarketing FFM ErlebnisCity Frankfurt am Main (1/2).

➔ **Federführung des CSM**

- ➔ bei der Organisation, Koordinierung und Begleitung des Wandels in der Innenstadt (siehe Koalitionsvertrag)
- ➔ bei Koordination der Umsetzung des Maßnahmenkatalogs der ErlebnisCity Frankfurt am Main, Struktur- und Quartiersentwickler
- ➔ Unterstützung und Vermittlung beim Strukturaufbau in den Quartieren (ISGs, BIDs, e.V.s)

➔ **Netzwerkgestalter und Impulsgeber für Wissens- und Informationstransfer**

- ➔ Mobilisierung Projektpartner:innen und Initiativen zur Gestaltung der Innenstadt
- ➔ Verantwortung in der Koordination der Netzwerke mit Bezug zur Innenstadt

➔ **„Aktivist“ und Motivator für lebendige Cityquartiere**

- ➔ Umsetzung von eigenen Aktionen/Projekten zur Belebung der ErlebnisCity
- ➔ Moderation und Netzwerkarbeit

KEY FACTS zur Weiterentwicklung des City- und Stadtteilmarketing FFM ErlebnisCity Frankfurt am Main (2/2).

Was es jetzt zur nachhaltigen Organisationsentwicklung braucht:

- ➔ **Verbindlicher Auftrag** seitens Politik sowie Hauptamt und Stadtmarketing die Funktion des Innenstadt-Machers & Dirigenten zu übernehmen
- ➔ **Befähigung zur Federführung des CSM**
 - ➔ mehr Verantwortung und mehr Handlungs- und Entscheidungsspielraum
- ➔ **Investition in den Wandel des City- & Stadtteilmarketings Frankfurt am Main zum Citymanagement Frankfurt am Main**
- ➔ **Optimierung der Einbindungsstrukturen in das Hauptamt & Stadtmarketing**
 - ➔ gutachterliche Empfehlung zur Variante 1
- ➔ **Einrichtung dauerhafter, verlässlicher und wettbewerbsfähiger Budgets**
- ➔ **Investition in die Kompetenz der Mitarbeiter:innen**
 - ➔ Kompetenzausbau und Fokussierung von Aufgabenschwerpunkten
 - ➔ Aufgabenabgrenzung bzw. funktionierende Nahtstellen zu Akteuren in Frankfurt am Main

Kontakt für Rückfragen



www.projectm.de



www.tourismusperspektive.com



www.kompetenzzentrum-tourismus.de



www.eti-institut.de



www.destinationquality.de



www.gesundheit-tourismus-blog.com



[PROJECTM.Tourismusinnovation](https://www.facebook.com/PROJECTM.Tourismusinnovation)



www.xing.com/companies/projectmgmbh



www.linkedin.com/company/project-m-gmbh



Peter C. Kowalsky
Tel. 040.419 23 96 16
peter.kowalsky@projectm.de



Maik Zießnitz
Tel. 040.419 23 96 20
maik.ziessnitz@projectm.de

PROJECT

PROJECT M GmbH
Steinhöft 9
20459 Hamburg



PROJECT^M

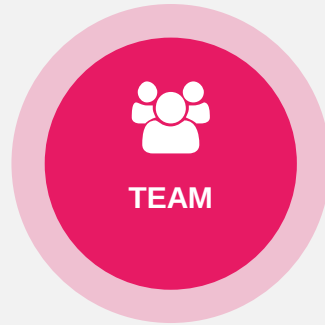
GRÜNDUNGSJAHR: 1998 · **GESCHÄFTSFÜHRUNG:** Dipl.-Kaufm. Cornelius Obier
Mitglieder der Geschäftsführung: Detlef Jarosch, Peter C. Kowalsky



TÄTIGKEIT

CONSULTING

für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft: Strategie- und Markenmanagement, Organisationsentwicklung, Infrastrukturentwicklung, Marktforschung und Analyse, Gesundheitstourismus



TEAM

INTERDISZIPLINÄR

mit über 25 festen und 12 freien Mitarbeitern in einem praxisorientiertem Team (Betriebswirte, Touristiker, Marktforscher, Stadt- und Regionalplaner, Architekten...)



WISSEN

STARKE BASIS

Wissenschaftliche Verankerung über die Wissenschaftliche Leitung:
Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack



STANDORTE

Hamburg
München



Disclaimer

Sämtliche von PROJECT M erarbeiteten Konzepte und sonstige Werke und damit auch sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen bleiben bis zur Abnahme und Honorierung durch den Auftraggeber Eigentum von PROJECT M. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind bis dahin lediglich mit schriftlicher Einwilligung von PROJECT M zulässig.

Soweit Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die PROJECT M GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die PROJECT M GmbH.