



Innenstadtforum
„Innenstadt aktiv“ – Abschlussveranstaltung

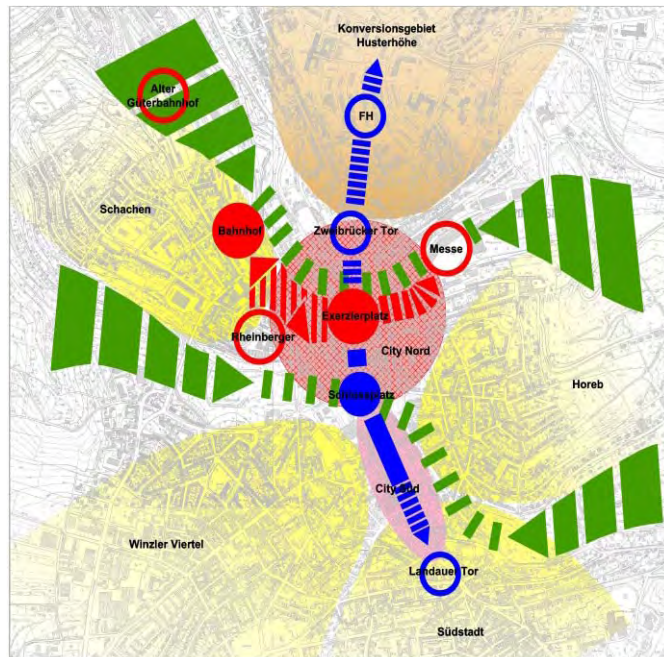
27. Mai 2015, Forum Alte Post

- 1 Einführung (*Dr. Bernhard Matheis*)
- 2 Masterplan Innenstadt (*Jörg Bauer*)
- 3 Themenschwerpunkt Wohnen (*Ralph Stegner*)
- 4 Themenschwerpunkt Einzelhandel / Gewerbe (*Mark Schlick*)
- 5 Themenschwerpunkt Tourismus / Freizeit / Gastronomie (*Rolf Schlicher*)
- 6 Zusammenfassung / Ausblick (*Dr. Bernhard Matheis*)

1 Einführung

Referent: Dr. Bernhard Matheis

Innenstadtentwicklung / Stadtumbau



Besondere Problematik Pirmasens

- Demografische Entwicklung
- Strukturwandel
- Militärische Konversion

Herausforderung:

flächendeckender „Planungs- und Handlungsbedarf“

Strategie:

- Innen- statt Außenentwicklung (Wohnen/Einzelhandel)
- **Erhalt und Stärkung Funktionsvielfalt Innenstadt**
- Umsetzung Einzelprojekte mit Impulswirkung

einige Beispiele...



Umnutzung ehem. Schuhfabrik Neuffer

Historische Nutzung:

- Schuhfabrik Emil Paqué
- erbaut 1894

Heutige Nutzung:

- Dienstleistung/Büros
- Kunsthalle/Veranstaltungsräume





**Umnutzung
ehem. Schuhfabrik
Salamander**

Historische Nutzung:

- Schuhfabrik Salamander
- erbaut 1948

Heutige Nutzung:

- Loft-Wohnungen

PTOWNLOFTS





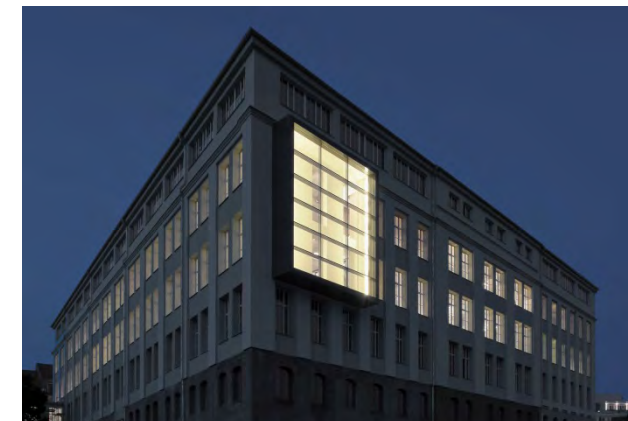
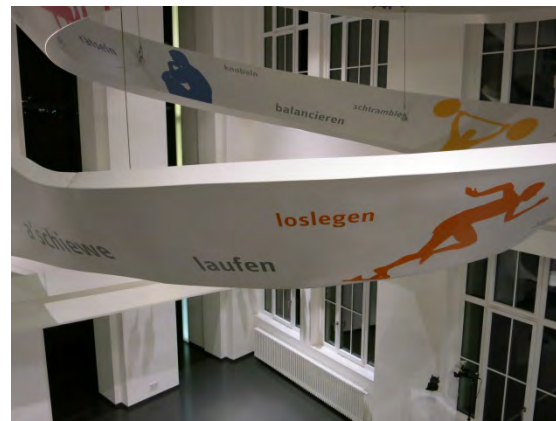
Umnutzung ehem. Schuhfabrik Rheinberger / Strecktalpark

Historische Nutzung:

- Schuhfabrik Eduard Rheinberger
- erbaut ab 1904

Heutige Nutzung:

- Museum „Dynamikum“
- Touristinformation
- Dienstleistung





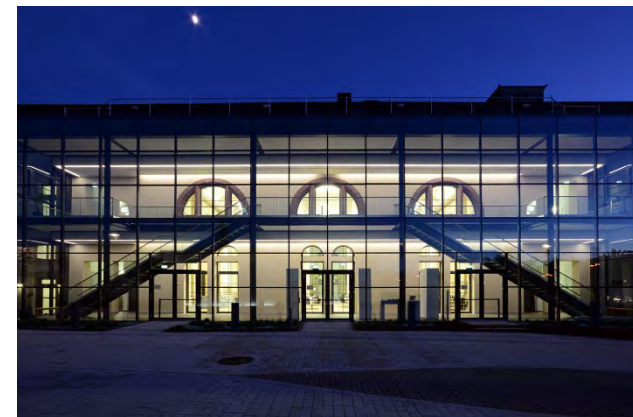
Umnutzung Alte Post

Historische Nutzung:

- Königlich-bayerisches Postamt
- erbaut 1893

Heutige Nutzung:

- Museum
- Veranstaltungsräume





Neugestaltung Bahnhofsgelände

Historische Nutzung:

- Bahnhofsgebäude

Heutige Nutzung:

- Gastronomie
- Vereine



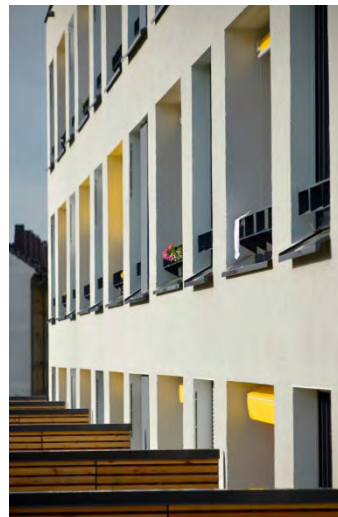
Neubau Wohnbauprojekt PS patio

Historische Nutzung:

- Sozialer Wohnungsbau Nachkriegszeit (abgerissen)

Heutige Nutzung:

- Gemeinschaftsprojekt für Generationen
- Träger: Diakonie / Stadt Pirmasens / Bauhilfe



2 Masterplan Innenstadt

Referent: Jörg Bauer

Innenstadt = Herz und Imageträger der Stadt



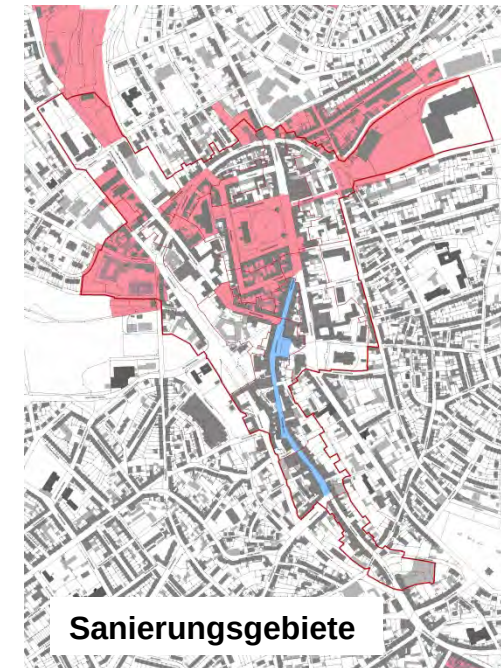
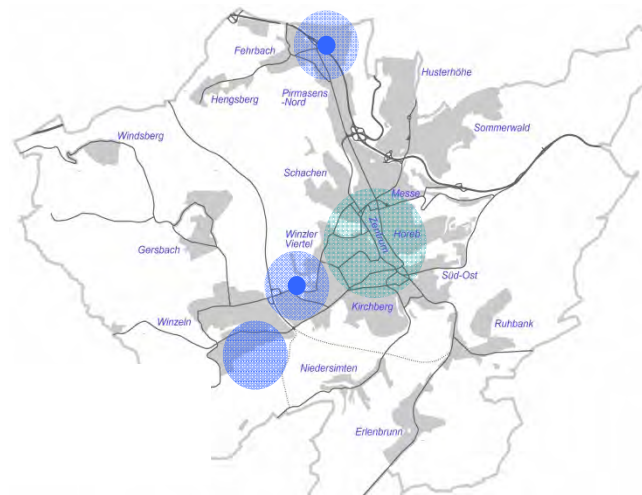
Funktionen / Aufgaben der City im Mittelzentrum

- Einkaufen (Versorgung und Imagefaktor)
- Arbeitsplatz
- Wohnen (bedeutend Wohnumfeld)
- Dienstleistungen (Ärzte, Banken, etc.)
- Freizeit / Kultur / Gastronomie

Stadtentwicklung seit Jahren eindeutig auf die Stärkung der Innenstadt ausgerichtet.



Rechtsgrundlagen / Instrumente und Beratung zur Steuerung der Umstrukturierung



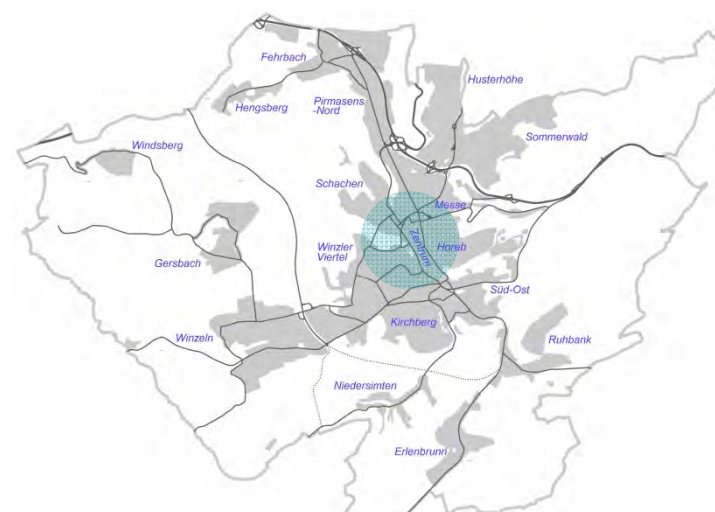
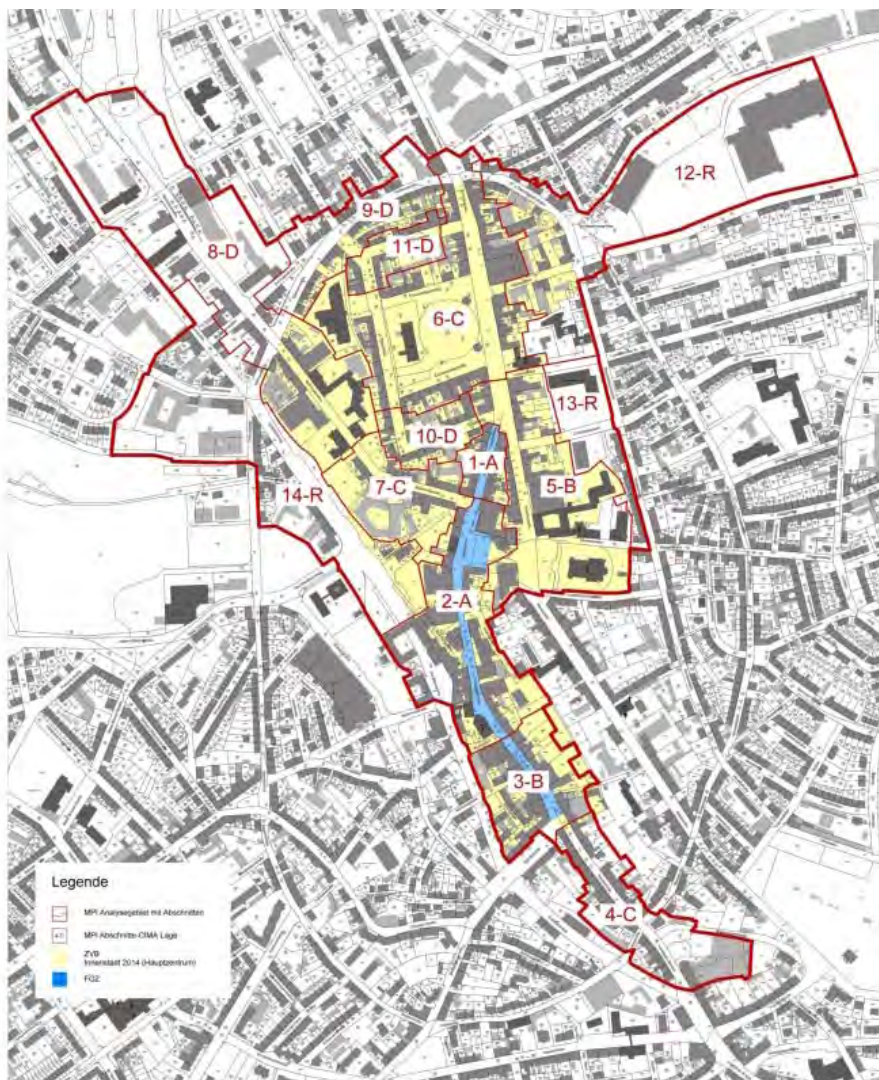
Ziele:

- In Gewerbegebieten kein weiterer Einzelhandel
- Konzentration auf die Innenstadt
- Verlässlichkeit für Investoren / Gewerbetreibende

Instrumente sind Bedingung für umgesetzte und Innenstadtprojekte in Planung wie Rheinberger, MZM, Best Western; EKZ, versch. Privatprojekte oder Stadtgalerie.

⇒ Gute Entwicklungsansätze ⇒ Weitere Schritte müssen folgen!!

MPI Analysegebiet



Analysemöglichkeiten GIS-Datenbank:

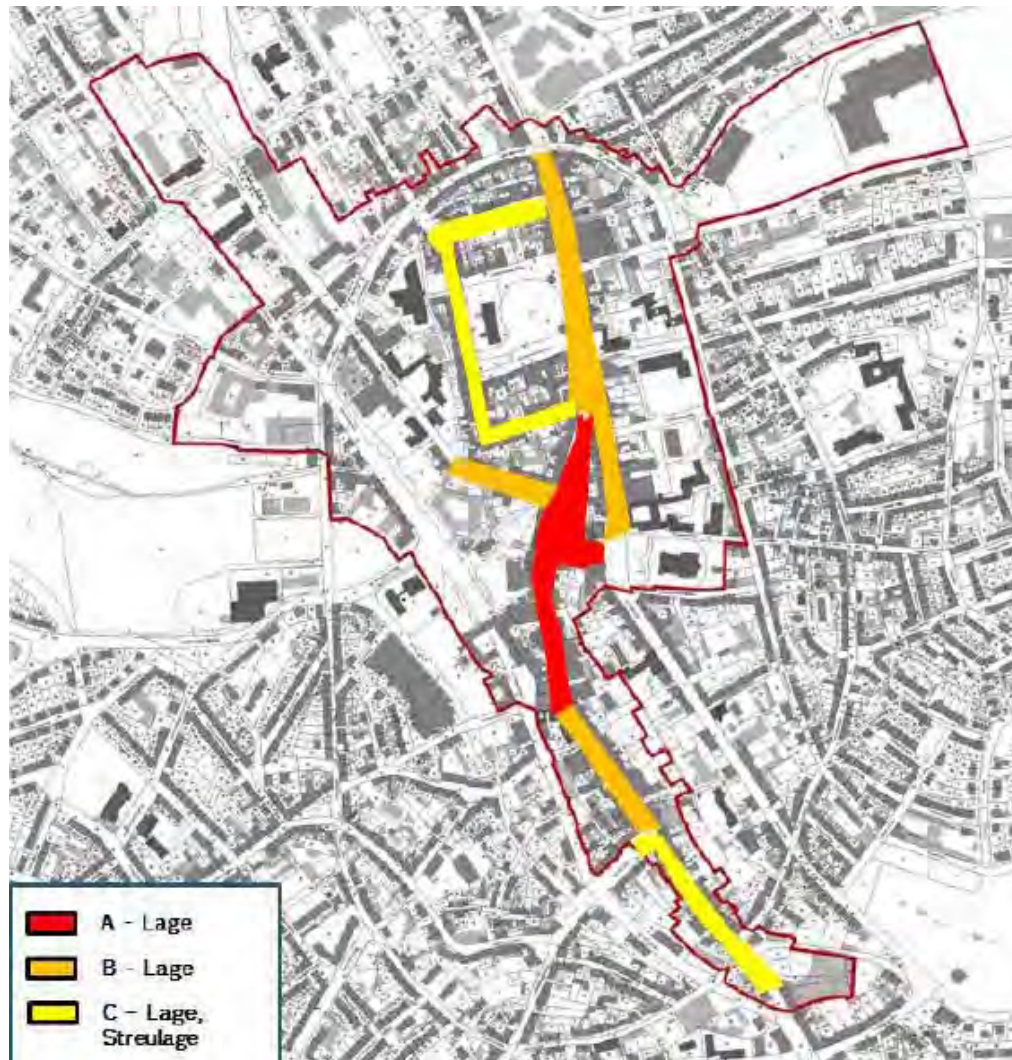
- Gebäude-Baustruktur
- (Geschossigkeit, Anzahl Wohnungen)
- Nutzungen Gebäude (EG EH / OGs Wohnen)
- Belegungen / Leerstände Wohnen und Einzelhandel
- Bewertung Einzelhandel (Sortimente)

Schwerpunktthemen Innenstadtforen

- Einzelhandel/Gewerbe
- Tourismus/Freizeit/Gastronomie
- Wohnen



Einzelhandelspotentiale zentrale Innenstadt



Handelsflächen Bereich 1 und 2

Einzelhandelspotential

Gesamt: ca. 16.200 qm
davon leer: ca. 1.500 qm

Einzelhandelspotential Großimmobilien

Gesamt: ca. 8.300 qm
davon leer: ca. 3.600 qm

Handelsflächen gesamt: ca. 24.000 qm

VK Stadtgalerie: ca. 15.000 qm

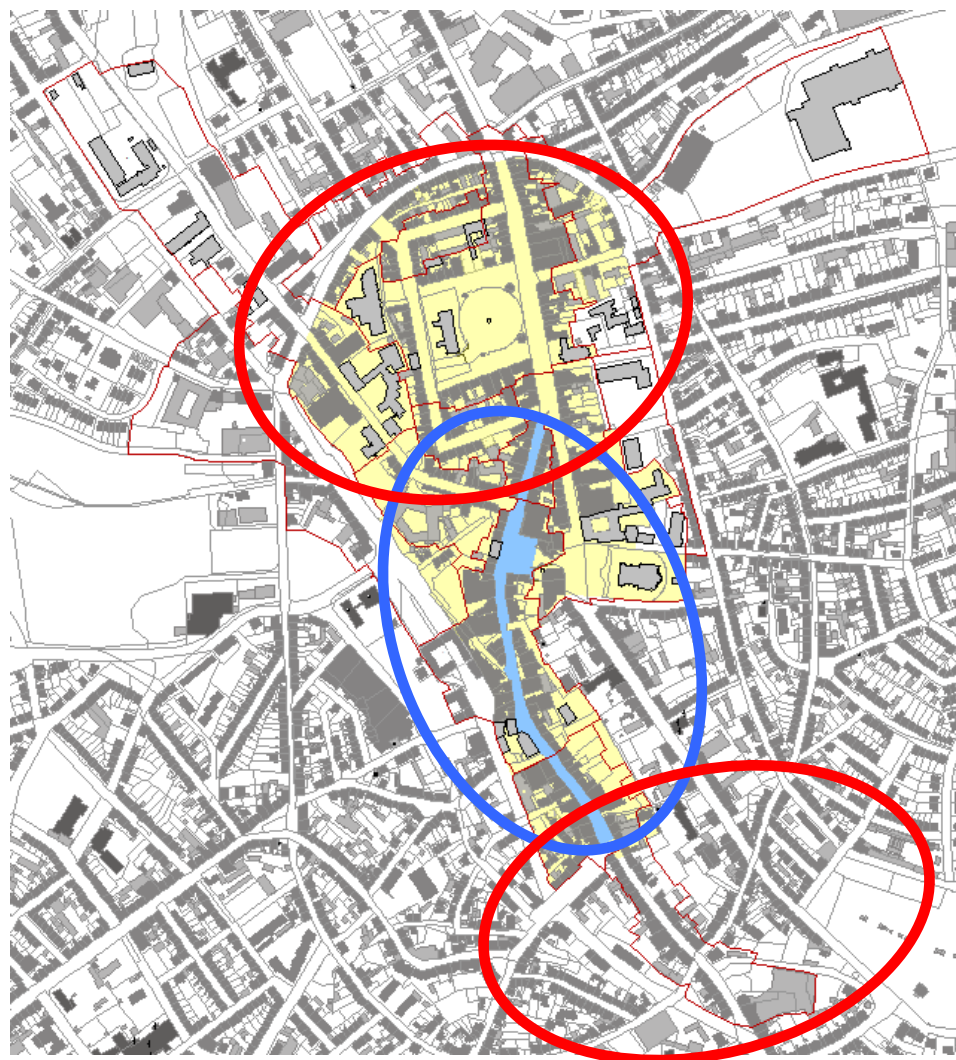
CIMA:

Belegte VK-Fläche im MPI ca. 22.000 qm

⇒ **Konzentrationsprozess Einzelhandel bereits deutlich erkennbar**

⇒ **zunehmender Leerstand in EG der Innenstadttrandlagen**

Handlungsansatz Funktionserhalt / Umstrukturierung zentrale Innenstadt



Wohnraumpotential:

Gesamt / leer: 158.000 qm / 44.000 qm
davon leer: d. h. bis 30 % / ca. 500 Einh.

Einzelhandelspotential

Gesamt / leer: 91.000 qm / 38.000 qm

Potential Großimmobilien:

Gesamt / leer: 36.000 qm / 12.000 qm

Funktionserhalt / Stärkungsraum

Schwerpunkt:

- Konzentration Einzelhandel
- Erhalt Mischstruktur
- Kreative Ansätze
- Tourismus

Umstrukturierungsbereiche

Rückgang Einzelhandel

⇒ neue Funktionsschwerpunkte:

- Dienstleistung
- Wohnen
- Handwerk
- Kreative Ansätze

Nutzungsschwerpunkte: Wohnen / Dienstleistung



**Umnutzung EG-Zone
Gewerbe → Wohnen**



NEUERÖFFNUNG

Mit Mietkaufhaus Traum erfüllt

Das erste Pirmasenser Mietkaufhaus hat in der oberen Hauptstraße (ehemals Schlecker) eröffnet. Pirmin Hammer hat sich hier seinen Wunschtraum verwirklicht. Der Pirmasenser lebte einige Jahre in Lahr im Schwarzwald und ist erst kürzlich in seine Heimatstadt zurückgekehrt. „In Lahr habe ich den ersten Regal-Flohmarkt gesehen und habe direkt gesagt: So etwas werde ich auch mal machen“. Die Idee ist, Regalfäche für Privat-Verkäufer zur Verfügung zu stellen und deren Ware gegen eine Provision dort zu verkaufen. Ein Gewinn für beide Seiten. Schulen und Kindergärten bietet Pirmin Hammer jeweils ein Regal kostenlos an.

Bisher fanden schon rund 200 Kunden den Weg in seinen Laden. „Wir haben schon elf von 45 Regalen vermietet“, erzählt Hammer. Bücher, Geschirr, Bekleidung und Elektroartikel sammeln sich langsam an. Weitere Regale werden aufgebaut. Noch ist alles sehr provisorisch, auch die Beleuchtung funktioniert noch nicht richtig, aber die Stimmung ist gut und es gibt noch weitere Pläne. Jeden ersten Samstag im Monat soll es einen

Künstlertreff geben, möglichst auch Live-Musik. Am Samstag, 6. Juni, wird im Mietkaufhaus erstmals eine Weinprobe des Bio-Weinguts Krahle aus Hainfeld veranstaltet; Kontakt: pirmins-regalkaufhaus@hotmail.com; Mobil: 0163/ 97766545. (germ)

**Ehem. Schlecker-Filiale
Hauptstraße**

Handlungsansätze Immobilienumnutzung

1. Verbesserung Handlungsabläufe

⇒ verwaltungsintern abgestimmt

2. Beratungsansatz

⇒ sofort möglich

27.05. Abschlussveranstaltung

3. Serviceansatz

⇒ Eigentümeransprache folgt

⇒ Immobilienaktivierung

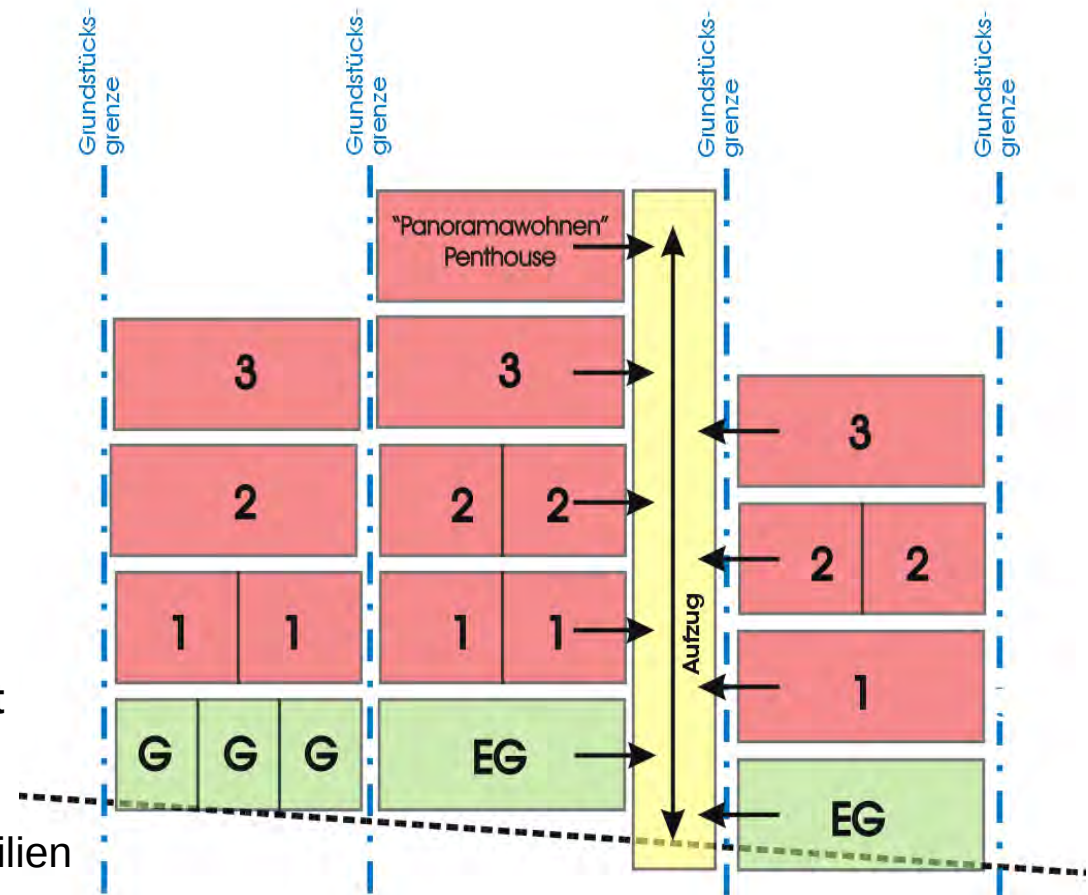
4. Bildung Immobilien-Gemeinschaft

⇒ Eigentümeransprache durch Investoren

⇒ Aufkauf / Anmietung von Immobilien

5. Vermarktungsstrategie

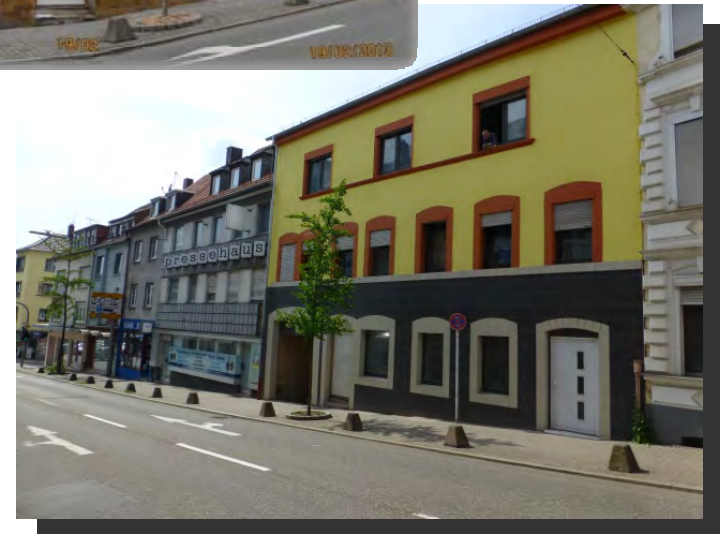
⇒ professionelle Vermarktung der Gemeinschaftsimmobilien



3 Themenschwerpunkt Wohnen

Referenten: Ralph Stegner

Sanierungsbeispiele Wohnen



Erdgeschoss: Gewerbe -> Wohnen

Sanierungsbeispiele Wohnen



Komplettsanierung Innenstadt

Sanierungsbeispiele Wohnen

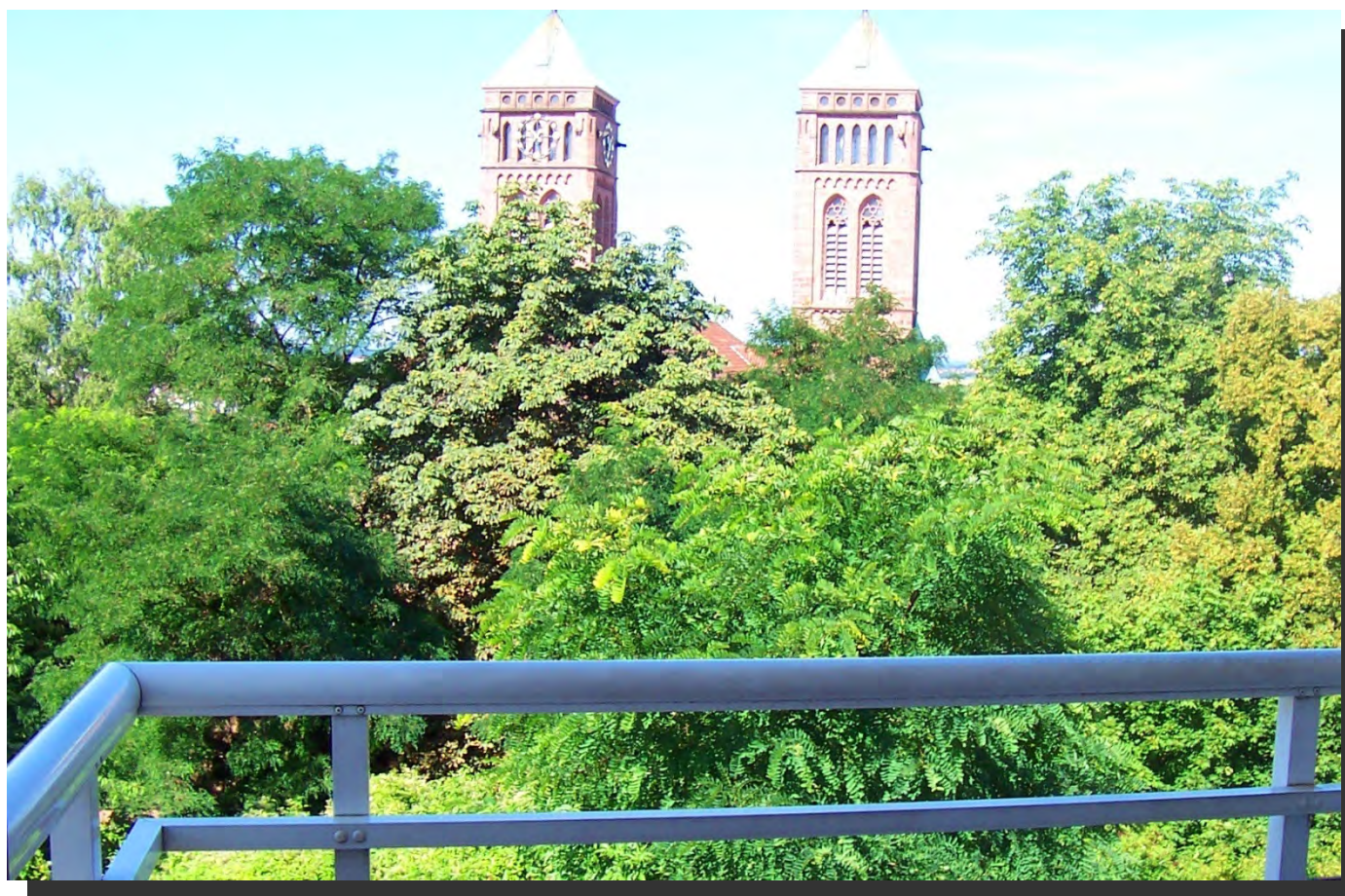


Komplettsanierung Innenstadt

Wohnen mitten in der Stadt – Wohnen mit Aussicht



Wohnen mitten in der Stadt – Wohnen mit Aussicht

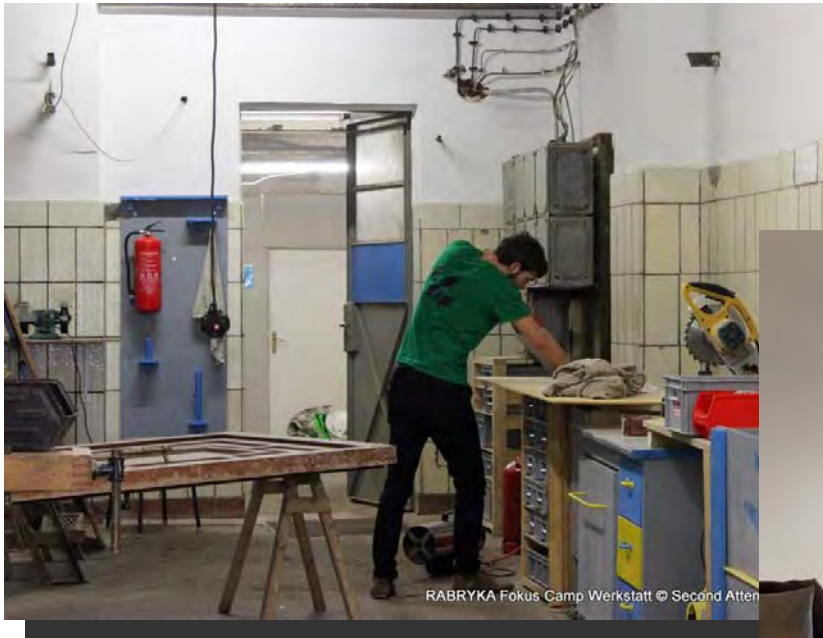


Wohnen mitten in der Stadt – Wohnen mit Aussicht



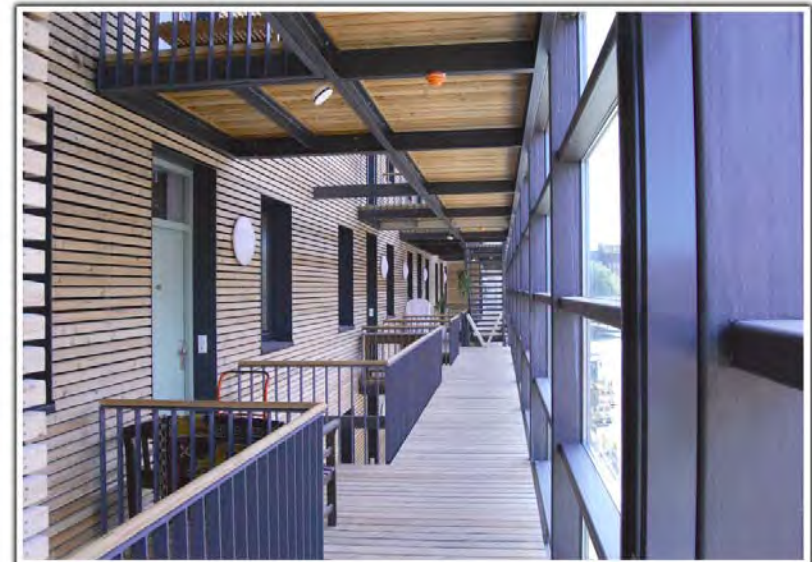
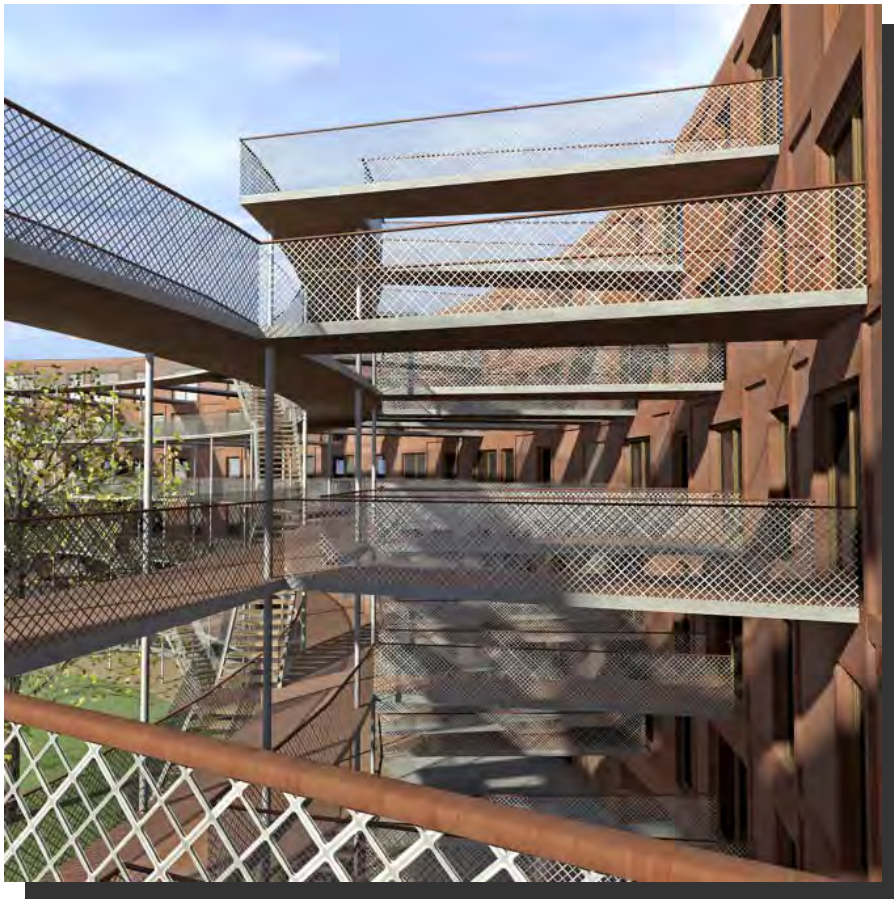
Panorama – Wohnen. Ein Alleinstellungsmerkmal.

Wohnen mitten in der Stadt



Wohnen und Arbeiten

Wohnen mitten in der Stadt



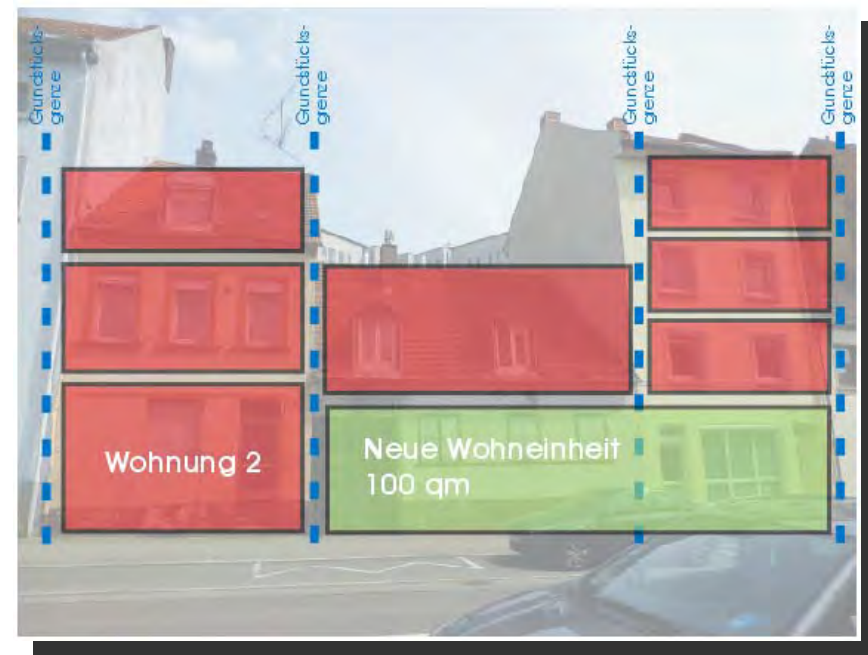
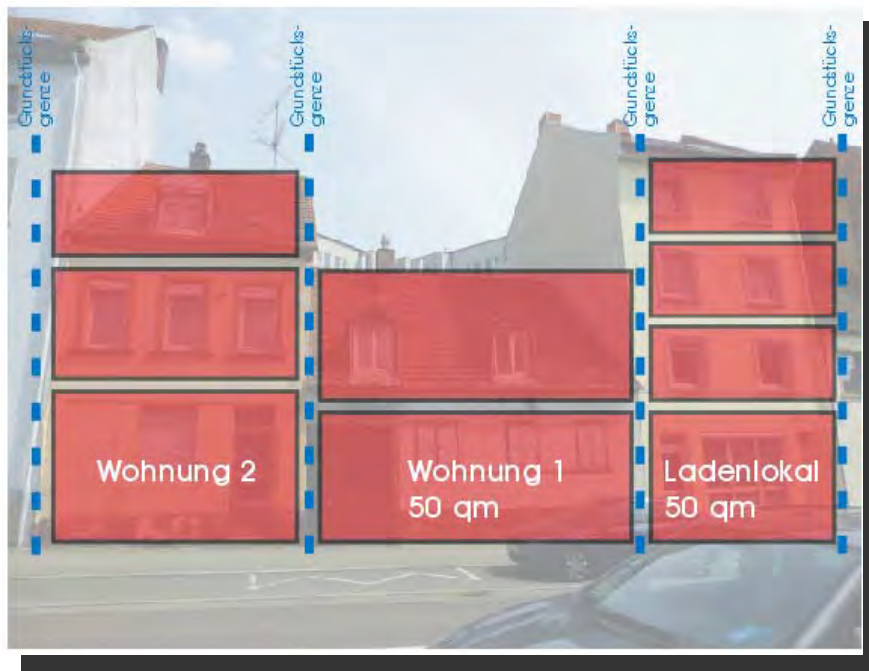
Chancen nutzen: Barrieren überwinden !

Wohnen mitten in der Stadt



Aktives, gemeinschaftliches Wohnen: gemeinsam statt einsam !

Wohnen mitten in der Stadt



Horizontal denken !

Wohnen mitten in der Stadt



Wohnen mitten in der Stadt



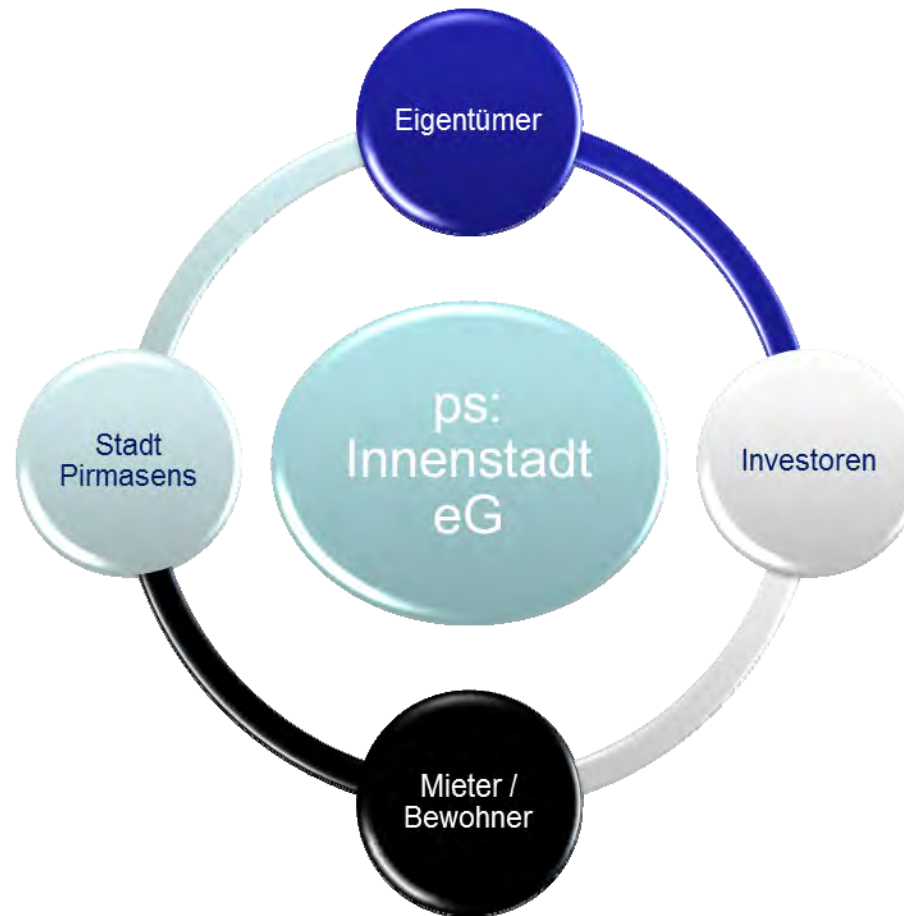
„Cross – Over – Wohnen“

Ziele aus dem Innenstadtforum Wohnen:

- Verbesserung der Wohnqualität
- Unterschiedliche Wohn- und Nutzungskonzepte
- Investitionen an und in den Häusern
- Engagierte Eigentümer / Anreize
- Fachliche Begleitung / Beratung / Konzepte
- Zentraler Ansprechpartner / City-Koordinator / Kompetenzteam
- Koordinierte Vermietung / Tolle Bewohner
- Zentrale und gemeinschaftliche Bewirtschaftung / Verwaltung
- Sicherheit für das Engagement
- Klare Kommunikationsstruktur

Wie könnte das zukünftige Wohnmodell Innenstadt aussehen ?

Mögliches Wohnmodell für die Innenstadt



ps: Innenstadt eG



3 Themenschwerpunkt Einzelhandel / Gewerbe

Referent: Mark Schlick

Fotos: M.Schlick

Konzeptioneller Umgang mit den Herausforderungen:

- Mix aus kurz-, mittel- und langfristigen Projekten und Maßnahmen
- Gesunder Mix aus traditionellem Handel und digitalem Angebot als neue Betriebsform (Stichwort: „Westpfalz Wireless Pirmasens“)
- Konzentration auf neuralgische Punkte mit Leuchtkraft
- Herausstellen und vermarkten der Alleinstellungsmerkmale und Stärken
- Weg von Quantität hin zur Qualität („small is beautiful“)
- Schaffung optimaler Rahmenbedingungen für Handel, Gastronomie, Anwohner und Besucher und dadurch Umsatzsteigerung in allen Branchen
- Initiierung neuer Instrumentarien zur Umsetzung der Ziele und Projekte

Wichtig: Unabhängigkeit der Projekte & Maßnahmen von Stadtgalerie

Konkrete Projektansätze und Maßnahmen:

Strategisches Instrumentarium / Technische Infrastruktur

▪ Aufbau eines Business-Improvement-Districts (BIDs)

mittel-/langfristig

- ▶ Quartiersgemeinschaften
- ▶ Basis: Gesetzesgrundlage des Landes Rheinland-Pfalz, Bereitschaft zur Mitwirkung
- ▶ Planerische Vorbereitungen bereits laufend
- ▶ Marketing- und Serviceoffensiven für den jeweiligen BID-Bereich
- ▶ Installation eines City-Managements

▪ Ausbau und Professionalisierung der Immobiliendatenbank zur Kernstadt

bereits laufend

- ▶ Verbesserung des aktiven Leerstandsmanagements
- ▶ Optimierung des Matchings zwischen (aktivem) Angebot und Nachfrage
- ▶ Gezielte Akquise von erwünschten Angeboten wird erleichtert
- ▶ Analysetool zur Identifikation von Problemimmobilien / -arealen

▪ Etablierung Westpfalz Wireless Pirmasens / City Kit

bereits umgesetzt:



Konkrete Projektansätze und Maßnahmen:

Bildung stadträumlich bedeutsame Funktionsbereiche / Cluster

- Etablierung eines „Kreativquartiers“ für die Kreativwirtschaft
 - mittel- bis langfristig (zur vollständigen Umsetzung), kurzfristig (erste Projekte)***
 - ▶ Vitales Kreativzentrum Pirmasens – Südliche Hauptstraße (Lutherkirche – Sandstraße)
 - ▶ Konzentration kreativwirtschaftlich orientierter Unternehmen und Zulieferer
 - ▶ Leistungsschau der städtischen und regionalen Kreativwirtschaft (Urbanität durch Kreativität)
 - ▶ Pilotareal zum Test von neuen Miet- und Handelsmodellen („Immo-Pooling“)



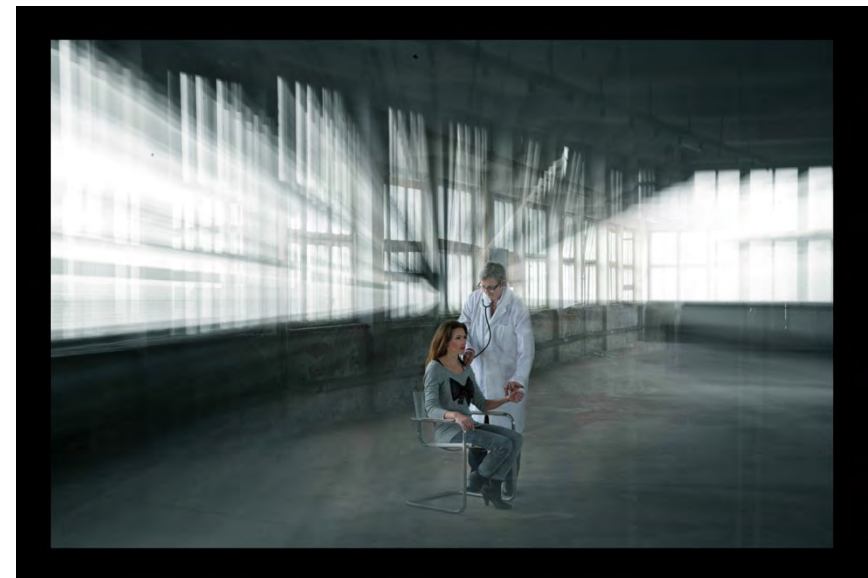
Konkrete Projektansätze und Maßnahmen:

IMAGETRAILER





„Ästhetik_LEERE“
(Fotos: Harald Kröher)



Konkrete Projektansätze und Maßnahmen:

Unterstützung stadträumlich bedeutsamer Projekte aus der K-Wirtschaft

■ KREATIVZENTRUM

kurz- bis mittelfristig

- ▶ Nutzungsmix unter einem Dach: Ateliers, Büros, Verkauf von Kreativwaren, Gastro etc.
- ▶ Mögliche Konzepte wurden aus den Reihen von PS:kreativ bereits erarbeitet
- ▶ Behördengespräche finden bereits statt
- ▶ z.B. Vor 2 Jahren eröffnete Pop-Up-Store STILart für ein Testjahr in Schlossstraße, jetzt Frisörladen MAXI



Konkrete Projektansätze und Maßnahmen:

Umsetzung bedeutsame Projekte aus der Kreativwirtschaft

■ KLEINE KREATIVMESSE Teil 2

mittelfristig

- ▶ 1. KKM in der Hauptstraße 8 (Leerstand) am 28.03.15
- ▶ Fortsetzung und Erweiterung des Messekonzeptes
- ▶ Temporäre Leerstandsbespielung an verkaufsoffenem Sonntag
- ▶ Kombinierbar mit „One-Man-Band-Contest“



Konkrete Projektansätze und Maßnahmen:

Bildung stadträumlich bedeutsamer Funktionsbereiche / Cluster

- Etablierung eines „Schuhquartiers“

mittel- bis langfristig (zur vollständigen Umsetzung), kurzfristig (erste Projekte)

- ▶ Abbildung der Wertschöpfungskette „Schuh“ (Vom Design bis zum Verkauf)
- ▶ Konzentration schuh- und lederaffiner Unternehmen und Zulieferer
- ▶ Leistungsschau der städtischen und regionalen Schuh- und Lederwirtschaft
- ▶ Pilotareal zum Test von neuen Miet- und Handelsmodellen („Immo-Pooling“)



Konkrete Projektansätze und Maßnahmen:

Umsetzung stadträumlich bedeutsamer Projekte aus der Kreativwirtschaft

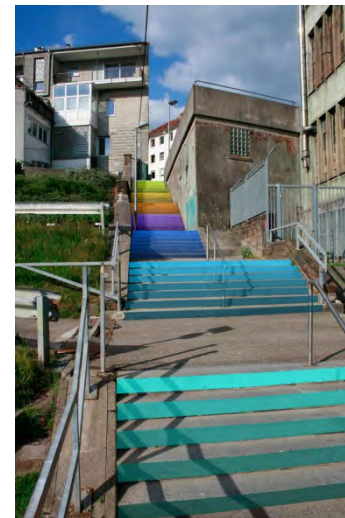
■ TREPPENGERS (AG aus PS:kreativ)

kurz- bis mittelfristig (etappenmäßig)

- ▶ Alleinstellungsmerkmal „TREPPE“ als Gestaltungselement für Pirmasens hervorheben
- ▶ Treppen = unbeachtete Verbindungsräume zwischen wichtigen Stadtquartieren
- ▶ Bestandsaufnahme fand bereits statt: 72 Stadttreppen, Vielzahl in Innenstadt
- ▶ Gestaltung aus dem Netzwerk PS:kreativ heraus (wenn möglich mit PS-typischen Motiven)



Felsentreppe



Konkrete Projektansätze und Maßnahmen:

Begleitung und Umsetzung stadträumlich bedeutsamer Projekte mit Leuchtturmfunktion

- Revitalisierung ehem. Kaufhalle
 - mittelfristig*
 - ▶ Medien- und Marktzentrum Pirmasens
 - ▶ Konzentration städtischer Einrichtungen
 - ▶ Erweiterung des Indoor-Angebots für Märkte, Events etc.



Konkrete Projektansätze und Maßnahmen:

Begleitung stadträumlich bedeutsamer Projekte mit Leuchtturmfunktion

▪ Revitalisierung EKZ

bereits laufend / kurz- bis mittelfristig

- ▶ Nutzungskonzept liegt vor und wird aktuell in Abschnitten umgesetzt, bereits erhebliche Investitionen getätigt (extremer Sanierungsstau)
- ▶ Nutzungsmix aus Gastronomie, Nischenhandel, Gesundheitswirtschaft und speziellen Wohnformen
- ▶ Ziel: Erweiterung des generationenübergreifenden Gastro-Angebotes in der Innenstadt
- ▶ Ziel: Schaffung eines vitalen städtischen Zentrums von regionalem Charakter



Konkrete Projektansätze und Maßnahmen:

Begleitung stadträumlich bedeutsamer Projekte mit Leuchtturmfunktion

■ Revitalisierung Hotelkomplex

bereits umgesetzt

- ▶ City-Hotel der Best-Western Kette in Bahnhofstraße
- ▶ Ideal für Businessgäste und Kurzurlauber
- ▶ Auch für Tagungen und Veranstaltungen geeignet
- ▶ Ziel: Schaffung eines Ergänzungsangebotes im Hotelsektor mit Stil



3 Themenschwerpunkt Tourismus / Freizeit / Gastronomie

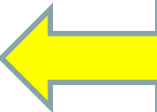
Referent: Rolf Schlicher



Touristen/Gäste in die Stadt!

5.1 „Natur- und Wandertourismus“ sowie „sportlich“

- Neues Wanderwegekonzept
- Dynamikum-Radweg und PS-Bitsch Radweg
- Sport: z.B. DiscGolf

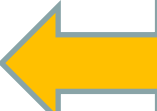


Thema/Natur
Wandern/
Sport

5.2 „Wissens- und Gesundheitstourismus“

Touristische Infrastruktur stärken und vorhandene nutzen

- Chance Jugendherberge
- Science Camp
- Ambulante und stationäre medizinische Versorgung exzellent



Infrastruktur,
Jugendher-
berge, med.
Versorgung

5.3 Kulturtourismus

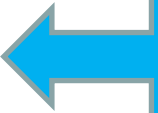
- Alte Post - Stadtplatz



Kulturelles
Angebot

5.4 Identifikationsmerkmal Schuh

- „Schuhtour“
- „Pirmasenser Schuhhaus“

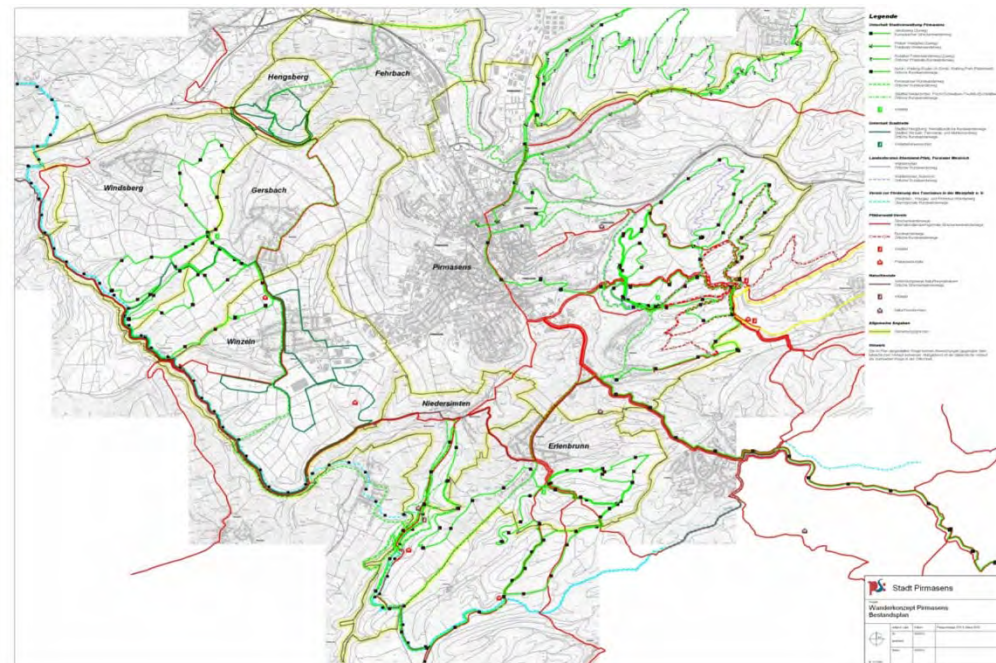
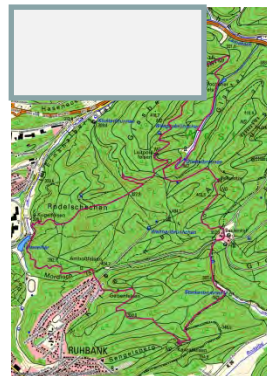


Schuh!

5.1 „Natur- und Wandertourismus“ sowie „sportlich“

Neues Wanderwegekonzept

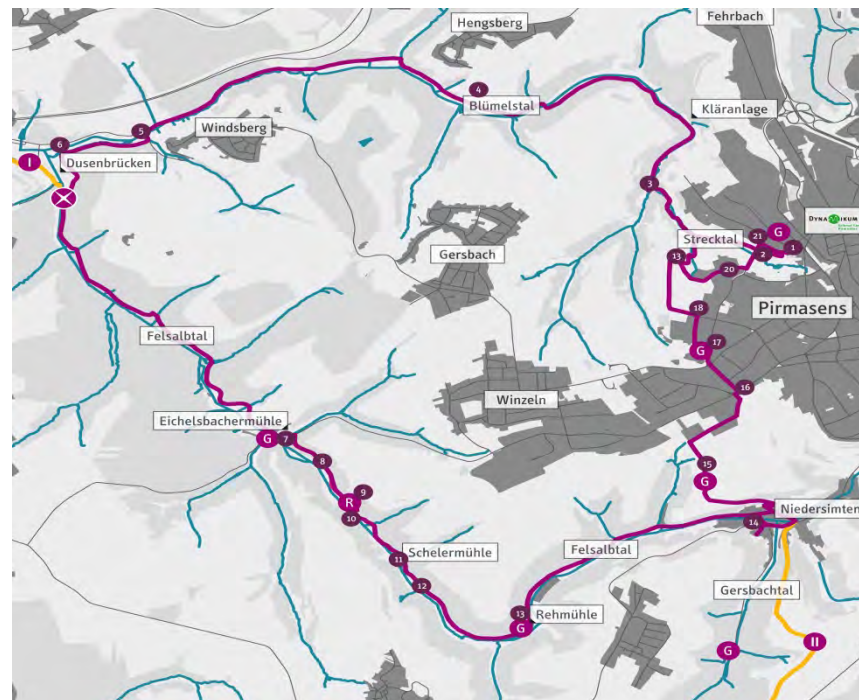
- Mit Expertenbeteiligung bearbeitet
- Ziel: Quantitäten zugunsten Qualität aufgeben
- Bis zu 4 Kurzwanderwege ausgearbeitet, bis zu 4 Wanderwege auf Premiumniveau ausgearbeitet
- Komplementär zu Region
- Umsetzungszeitraum bis Frühjahr 2016 Teilrealisierung bei entsprechendem Gremienbeschluss möglich



5.1 „Natur- und Wandertourismus“ sowie „sportlich“

- Dynamikum-Radweg und Radweg PS-Bitsch
 - Radwege mit Anbindung an die Innenstadt (Strecktal)
 - In Verbindung mit Pedelec-Verleih
 - Grenzüberschreitender Tourismus als besonderes Merkmal unserer Region

- Mountainbikepark Süderweiterung
 - Mit eigener Anbindung in die Region/Kooperation mit regionalem Tourismus
 - Mountainbiker: Individualisten mit hohem Potenzial



5.1 „Natur- und Wandertourismus“ sowie „sportlich“

- Sport, z.B. DiscGolf
- Nischen nutzen



5.2 „Wissens- und Gesundheitstourismus“

Touristische Infrastruktur stärken und vorhandene nutzen

- Chance Jugendherberge

- **15.000 zusätzliche Übernachtungen realistisch**, mit entsprechenden Wirkungen auf EH und Gastronomie, sowie Dynamikum und anderen touristischen Einrichtungen

- Science Camp

- **15.000 zusätzliche Übernachtungen realistisch**, mit entsprechenden Wirkungen auf EH und Gastronomie, sowie Dynamikum und anderen touristischen Einrichtungen
- Idee: Schaffen von Angeboten, die für Gruppen aber auch Familien interessant sind, und dem Bedürfnis nach Bildung/Wissen in Verbindung mit Freizeitvergnügen und gemeinsamen Erlebnissen nach kommt. Beispiel: Dynamikum -> Grundlagen der Naturwissenschaft, Pfälzerwald -> Lerne Deine Natur kennen, Westwall/Marginot -> Geschichte hautnah etc...

- Ambulante und stationäre medizinische Versorgung exzellent

- Gesundheitstourismus als Weiterentwicklung/Ergänzung des Wellness-Tourismus liegt im Trend (Demographie!): Krankenhaus, neues Ärztehaus, Dialyse sowie zahlreiche weitere exzellente Angebote diverser Versorgung auch von niedergelassenen medizinischen und therapeutischen Praxen bieten ein günstiges Umfeld um touristische Arbeit zu unterstützen.

5.3 „Kulturtourismus“

- Alte Post mit der Chance, sich als Ort kultureller und künstlerischer Spitzenklasse zu etablieren.
- Stadtplatz bietet darüber hinaus die Möglichkeit neuer Veranstaltungsformate und Festivals



5.4 Identifikationsmerkmal Schuh sichtbar machen

Schuhroute

Idee: Schuhmaschinen aus eigenem Bestand bilden Landmarken für eine innerstädtische Erkundung. Touristisch interessant, Kombination mit Stadtführung möglich.



5.4 Identifikationsmerkmal Schuh sichtbar machen



„Pirmasenser Schuhhaus“

- Neuer Versuch, ein Kooperationsprojekt Pirmasenser Schuhproduzenten mit einem Dauerverkauf zu etablieren.
- Notwendig: Schulterschluss der Unternehmen und tragfähiges Konzept
Ggf iVm Gründung.



6 Zusammenfassung

Referent: Dr. Bernhard Matheis

1. Status

- Analyse auf gesicherter Datenbasis
- Konzentrationsprozesse – auch regional - in vollem Gang
- Umbruch und Strukturwandel in zentraler Innenstadt
- Funktion als „Kern“ der Stadt in Gefahr

2. Herausforderung

- **Lösung**

- Nicht durch „Aufhübschen“ der Architektur,
sondern durch Veränderung von Funktion und Struktur.
- Nicht durch einen Akteur (Stadt),
sondern durch konzertiertes Handeln.
- Nicht durch Einzelideen,
sondern durch Ideenverbund.

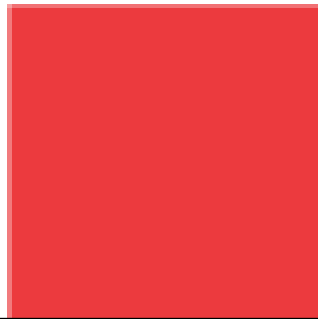
3. Chancen

- Erfahrung aufgrund erfolgreicher Projekte zum Strukturwandel in Pirmasens
(Konversion, flexible Umnutzung, Bündelung der Instrumente, Qualität statt Quantität)
- Sichtbarmachen von Alleinstellungsmerkmalen
(Wohnen mit Aussicht, Schuhe, qualitätvolle Architektur, Parks, Patio, Treppen, Kreative u.a.)
- Attraktivierung als Wohn-, Einkaufs- und Investitionsstandort
- Stärkung der Funktion als Mittelzentrum

Masterplan Innenstadt

- Flexible Nutzungskonzepte
- neue Projektansätze
- Kreativansätze
- Immobiliendatenbank
- Kundendatenbank (Interessenten)

WAS?



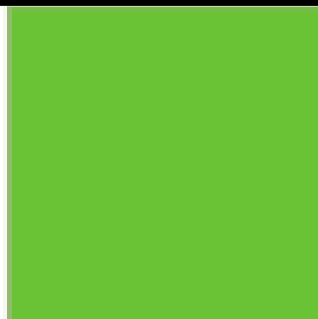
WER?



- Zwingend **ALLE** Akteure
 - Eigentümer
 - Einzelhändler
 - Investoren
 - Stadt
 - Kreative
 - Schuhproduzenten
 - Bürger

- Konzertiertes Handeln
- Investoren- und Eigentümeransprache
- Genossenschaft
- BID
- Unterstützung d. Stadt z. B. Sanierungsrecht
- Beratung

WIE?



WO?

- flexible Funktionsbereiche mit Schwerpunktsetzung
- Ansätze dort wo kritische Masse erreicht werden kann

Nächste Schritte:

- Gründung Expertengruppe (Immobilienentwicklung, Investition, Einzelhandel usw)
- Vorstellung BID
- Konkrete Konzept- und Projektentwicklung am Beispiel

„Es wird viel geboten, aber das sehen viele Pirmasenser nicht. Die reden eher etwas schlecht, als es gut zu finden. Das ist schade!“

Neu-Pirmasenser und Immobilienökonom

**Für die Innenstadt kommt jetzt die Zeit
der Macher und nicht der Meckerer!**