



Jahre Mainz City Management e.V.



Anzeigen-Sonderbeilage vom 15. September 2022, Ausgabe Mainz, Bingen/Ingelheim

VRM Tageszeitungen

Mit freundlicher Genehmigung der VRM GmbH & Co. KG

1. Rätselfrage:

Wann wurde der Verein MCM gegründet?

- 2004 (Z)
 1997 (W)
 1985 (G)



Einkaufstreiben im Mainzer Shoppingviertel „Am Brand“: Mit welchen Maßnahmen lässt sich eine liebens- und lebenswerte Innenstadt erschaffen?

Foto: Sascha Kopp

Es war eine illustre Runde, die sich am 23. April 1997 im Mainzer Rathaus versammelte: Neben Herman-Hartmut Weyel, dem Oberbürgermeister der Stadt Mainz, waren dort auch Vertreter der Industrie- und Handelskammer Rheinhessen, der Handwerkskammer und dem Einzelhandelsverband Rheinhessen-Pfalz sowie namhafter Mainzer Unternehmen vertreten, erinnert sich Michael Kapp, der damals in seiner Funktion als Vorsitzender der Werbegemeinschaft Mainzer Einzelhandel ebenfalls anwesend war.

Die Anwesenden sahen es als Ziel, mit der Gründung des „Mainz City Management e.V.“ (kurz: MCM) ein Instrument zu schaffen, mit dem man den stetig wachsenden Herausforderungen im Städte-wettbewerb begegnen könne. „Von der Vereinsgründung versprochen wir uns eine attraktivere Gestaltung und damit natürlich langfristig die Aufwertung der Mainzer Innenstadt“, berichtet Michael Kapp. Als zentrale Aufgabe sahen die Beteiligten vor allem die Förderung einer kundenfreundlichen Einzelhandelsstruktur an, womit zugleich Mainz als Wirtschaftsstandort gestärkt werden sollte.

Bislang verliefen entsprechende Aktionen allerdings eher unkoordiniert und lagen in vielen Händen – die Gründung von MCM sollte nun eine Reaktion darauf sein: „Die komplexe Aufgabenstellung erfordert, dass alle Beteiligten an einem Strang ziehen“, so Kraft Waentig, damaliger Vereinsvorsitzender von MCM. Dafür wurde eigens die Position des Citymanagers geschaffen, der nicht nur eng mit dem Vorstand zusammenarbeiten, sondern auch gleichzeitig als Bindeglied zwischen den unterschiedlichen Akteuren aus Stadtverwaltung und städtischen Gremien sowie als Interessenvertreter der Mainzer Citywirtschaft aus Einzelhandel, Dienstleistern und Gastronomie fungieren sollte. Nach den Worten Kraft Waentigs sei ein Citymanager mittlerweile notwendig, um als „Impulsgeber und Ci-

ty-Lobbyist“ das Vorhaben zum Erfolg zu führen und das Image der Domstadt weiter zu verbessern. Als erster freiberuflicher Citymanager von Mainz nahm Michael Kapp zum Jahresbeginn 1998 offiziell seine Arbeit auf.

Ein Citymanager habe keine institutionalisierte Macht oder Weisungsbefugnis – er moderiere stattdessen, gebe Anstöße, bündele Interessen, vernetze eine Vielzahl von Menschen miteinander und stimme Gesamtkonzepte ab, beschreibt Michael Kapp die Aufgaben. „Ein Citymanager muss aus Betroffenen vielmehr Beteiligte machen“, erklärt er. Dafür sei Überzeugungsarbeit notwendig, die oft viel Zeit und Geduld koste. „Aber genau das ist für die Position entscheidend – man kann solche wichtigen Maßnahmen nicht einfach von oben herab durchsetzen.“

Begleitung durch die Fachhochschule Mainz

Nach der Gründung von MCM wurde das in dieser Form damals bundesweit erste Pilotprojekt während einer dreijährigen Anschulphase wissenschaftlich begleitet

durch Prof. Dr. Ursula Funke, die von 1976 bis 2004 an der Fachhochschule Mainz einen Lehrstuhl für Betriebswirtschaft innehatte. Damit erhielt der Verein MCM eine Frau als Unterstützerin, die zuvor bereits andere Städte wie Frankenthal oder Speyer bei ihrer Entwicklung bestärkt hatte und damit über umfangreiche Erfahrung im Bereich des Stadtmarketings verfügte. Bei der Entwicklung einer zukunftsorientierten Stadtkonzeption wurden nach einer Imageanalyse innerhalb der Stadt Mainz, bei der auch Bürgerinnen und Bürger durch zahlreiche Umfragen aktiv an den Entscheidungsprozessen rund um das Projekt mitwirken konnten, ein entsprechendes Leitbild und Oberziele erarbeitet. Nach der Formulierung von Teilzielen, Strategien und Maßnahmen ging es schließlich es an deren Umsetzung.

Denn die Analyse zeigte zwar einige Vorzüge, aber auch zahlreiche Schwachstellen der Domstadt auf, die nun aktiv bewältigt werden mussten. Am Ende des Projekts stand daher auch eine objektive Kosten-Nutzen-Analyse: Hatte sich der Einsatz gelohnt, sollte die

Arbeit weitergeführt werden?

Für Mainz war das Ergebnis eindeutig positiv – alle Beteiligten arbeiteten dafür so gut wie möglich zusammen und konnten das Gegeneinander von Einzelhandel, Politik und Verwaltung weitestgehend überwinden. In den letzten 25 Jahren hat der Verein MCM damit eine Vielzahl an Zielen und Maßnahmen entwickelt und auf den Weg gebracht, um die Mainzer Innenstadt als Erlebnisort für Bürgerinnen und Bürger, Gäste und Touristen zu gestalten (Übersicht auf den Seiten 9 bis 11). Der Verein hat heute mittlerweile über 150 Mitglieder, darunter Unternehmen und Einzelpersonen aus der gesamten Gesellschaft. Vorsitzende des Vereins ist derzeit Anja Obermann, Hauptgeschäftsführerin der Handwerkskammer Rheinhessen. Im Vorstand unterstützt wird sie von Vertretern des lokalen Einzelhandels und Dienstleistern.

Viele ähnliche Akteure rund um die Landeshauptstadt

Mit seinem Engagement rund um die Stadt Mainz ist MCM nicht alleine – so gibt es vor Ort etwa

noch die Werbegemeinschaft Mainz e.V. sowie die mainzplus Citymarketing GmbH. Was sind die Aufgaben der unterschiedlichen Akteure und wie lassen sie sich – soweit möglich – voneinander abgrenzen?

Die mainzplus Citymarketing GmbH wurde Anfang 2013 neu aufgestellt und zählt zu ihren Aufgaben alles, was mit der Vermarktung der Landeshauptstadt Mainz als Tourismus- und Tagungsziel zu tun hat. Hier sind entsprechend die Kompetenzen und das Know-how rund um die drei Bereiche Veranstaltungen, Kultur und Tourismus vereint. Das übergeordnete Ziel von mainzplus ist es, die generelle Attraktivität der Stadt Mainz für nationale und internationale Besucher sowie alle Bürgerinnen und Bürger fortwährend zu steigern. Die Werbegemeinschaft Mainz e.V. versteht sich dagegen als Interessengemeinschaft, um die Anziehungskraft des Einzelhandels in der Mainzer Innenstadt immer wieder neu zu optimieren – hier steht die Landeshauptstadt besonders als Wirtschaftsstandort im Vordergrund. Gut 150 Fachgeschäfte, Kaufhäuser, Dienstleistungsunternehmen, aber etwa auch Schausteller engagieren sich schon seit Jahrzehnten mit zahlreichen kleinen und großen Aktionen, um Mainz für Besucherinnen und Besucher aus dem gesamten Rhein-Main-Gebiet stets interessant zu halten.

Der Verein MCM pflegt einen engen Austausch mit allen Akteuren, deren Interesse ebenfalls auf dieses Ziel gerichtet ist. Die enge Verzahnung untereinander wird etwa auch darin deutlich, dass MCM und die Werbegemeinschaft sich die Büroräume teilen. Für MCM zählen zu den grundlegenden Aufgaben die Planung und Durchführung von gezielten Aktionen rund um die Bereiche Marketing, Sauberkeit, Sicherheit, Infrastruktur und Events. Weiterhin umfasst es auch die Beratung aller Mainzer Dienstleister für eine attraktive und kundenfreundliche Gestaltung von Geschäften und Innenstadt.



Ein Bild aus alten Zeiten: Hansjürgen Doss, Richard Patzke, Klaus Hammer und Günter Tartter (v.li.) hissten 2007, zum zehnten Geburtstag des Mainz City Managements, Fahnen auf der Citymeile.

Foto: Sascha Kopp

IMPRESSUM

Redaktion:
Anke Gersie, Marleen Ilchmann,
Jennifer Mathes
Layout:
Christiane Flecken

IMPRESSUM

Verlag:
VRM GmbH & Co. KG,
Erich-Dombrowski-Str. 2,
55127 Mainz (zugleich ladungsfähige
Anschrift für alle im Impressum genannten
Verantwortlichen)

Geschäftsführer:
Joachim Liebler

Redaktion:
Sascha Diehl (verantwortlich)

Anzeigen:
Melanie von Hehl (verantwortlich)

Druck:
VRM Druck GmbH & Co. KG,
Alexander-Fleming-Ring 2,
65428 Rüsselsheim
Für unverlangt eingesandte Manuskripte,
Fotos und Zeichnungen sowie für die
Richtigkeit telefonisch aufgebener Anzeigen
oder Änderungen übernimmt der Verlag
keine Gewähr. Schadenersatzansprüche
sind ausgeschlossen. Abbestellungen von
Anzeigen bedürfen der Schriftform.

Soweit für vom Verlag gestaltete Texte
und Anzeigen Urheberrechtsschutz besteht,
sind Nachdruck, Vervielfältigung und
elektronische Speicherung nur mit
schriftlicher Genehmigung der Verlagsleitung
zulässig.



Weitere Sonderthemen
finden Sie unter
spezial.allgemeine-zeitung.de

Verantwortung übernehmen

Die Mainzer Citymanagerin Sandra Klima

VON MARLEEN ILCHMANN

Ob es um die Einschränkungen durch die Corona-Pandemie, die stetige Bedrohung durch den Onlinehandel oder immer wieder auftretende Leerstände in der Einkaufsmeile geht – die Stadt Mainz steht vor vielfältigen Herausforderungen.

Zum 1. März 2021 wurde Sandra Klima von MCM als aktuelle Citymanagerin für Landeshauptstadt bestellt. Erfahrung mit den lokalen Besonderheiten der Stadt Mainz konnte sie bereits reichlich sammeln, denn zuvor war sie 13 Jahre lang als Centermanagerin der Mainzer Römerpassage tätig. „Schon zu dieser Zeit war ich außerdem im Vorstand der Werbegemeinschaft aktiv, ebenso wie bei MCM“, berichtet Sandra Klima. Durch ihre Einsatzbereitschaft und ihre gute Einbindung in die Strukturen hätten dann dazu geführt, dass ihr die Position als Mainzer Citymanagerin angeboten wurde.

Die täglichen Aufgaben als Citymanagerin sind damit gleichzeitig so vielfältig wie zahlreich: Sie reichen von der Leitung der Geschäftsstelle und der Projektleitung der Werbegemeinschaft über die Repräsentation der beteiligten Vereine und Impulsgeber sowie der Kommunikationsförderung nach innen und außen bis hin zu konkreten Ideen zur Profilierung und Weiterentwicklung der Mainzer Innenstadt. Dazu kommt noch Initiation und Organisation von Projekten und Veranstaltungen für und mit den Innenstadtkäufern und der Stadtverwaltung Mainz. Auch die Budgetverantwortung für die Projekte verbunden mit Akquise neuer Mitglieder und Sponsoringpartner gehört zu den Aufgaben, die Sandra Klima in ihrem Arbeitstag zu bewältigen hat.

„Als Citymanagerin greife ich die Themen von Einzelhandel, Gastronomie und weiteren Akteuren rund um die Stadt Mainz auf und trage ihre Anliegen weiter zu Politik und Verwaltung und an alle Stellen, die dabei entsprechend helfen können“, bringt es Sandra Klima auf den Punkt. Das fordert einem Citymanager eini-

Im Arbeitsalltag ist Vielfältigkeit gefragt

ges ab: „Man muss in diesem Job gewissermaßen eine eierlegende Wollmilchsau sein“, erklärt Sandra Klima mit einem Augenzwinkern. Neben den erforderlichen Kenntnissen in Management und Verwaltung spielt ein juristisches Verständnis ebenso wie die Fähigkeit zum Netzwerken, Verbindungen schaffen und Repräsentieren eine wichtige Rolle. Das zentrale Element sei allerdings Flexibilität – nicht nur bei den



Sandra Klima ist seit dem 1. März 2021 die aktuelle Citymanagerin für die Stadt Mainz.

Foto: Klima

Arbeitsabläufen, sondern etwa auch bei der Gestaltung des eigenen Arbeitstags, der nicht auf feste Zeiten festgeklopft werden kann. Sandra Klima erinnert sich: „Ein Vorstandsmitglied sagte einmal sehr treffend, man müsse das ‚Schweizer Taschenmesser der Innenstadt‘ sein – für jedes Problem braucht man das passende Tool direkt zur Hand.“ Als Citymanagerin sei sie außerdem gewissermaßen eine „Lückenfü-

lerin“ bei allen Beteiligten, welche die notwendigen Schnittstellen herstellen müsse. Als einen positiven Aspekt ihrer Arbeit schätzt Sandra Klima daher ihr äußerst vielfältiges Arbeitsumfeld. Doch es komme natürlich häufiger auch zu Schwierigkeiten: „Die Arbeit der Citymanagerin beruht auf der Freiwilligkeit der Beteiligten, niemand wird zur Mitarbeit gezwungen – teilweise muss auch einfach viel Überzeugungsarbeit geleistet werden“, so Sandra Klima.

Im Job als Citymanagerin motivieren sie vor allem die vielen Kontakte mit unterschiedlichsten Menschen sowie der Wille zur gemeinsamen Verbesserung. „Es ist wichtig, immer den Fortschritt in Mainz im Blick zu behalten“, bekräftigt Sandra Klima. Als Citymanagerin möchte sie in Zukunft auch weiterhin den Verein MCM weiterentwickeln und noch mehr Mitglieder gewinnen. „Denn nur gemeinsam lassen sich positive Entwicklungen in der Innenstadt umsetzen und ein florierender Einzelhandel begünstigen“, schließt Sandra Klima.



Rätseln und gewinnen – so geht’s:

Die 16 Fragen dieses Rätsels lassen sich leicht beantworten, wenn Sie die Texte aufmerksam lesen. Finden Sie die richtige Antwort und damit den Lösungsbuchstaben. Tragen Sie diesen im passenden Feld auf Seite 12 ein und gewinnen Sie einen von drei tollen Preisen.

2. Rätselfrage:

Wer war der erste Mainzer City-Manager?

- Michael Kapp (I)
 Karl Mustermann (P)
 Otto Waalkes (J)



mainz-citymanagement.de

25 Jahre
 aktiv für eine attraktive
 Mainzer Innenstadt.

Danke
 dafür an alle Mitglieder
 und Unterstützer.

MCM
 Mainz City Management e.V.

in Kooperation mit
WERBEGEMEINSCHAFT MAINZ

„Bleib gesund und hab viel Freude“

Oberbürgermeister Michael Ebling zum Jubiläum von Mainz City Management



Foto: Harald Kaster

„Mainz als Einkaufsstadt überzeugt mich, weil Mainz die Einkaufsstadt der kurzen Wege ist und man sich mit seiner Frau nach ihrem Einkaufsbummel in einem der liebenswerten Lokale auf eine Weinschorle treffen kann.“

Christian Heidel,
Manager Mainz 05

3. Rätselfrage:

Wie heißt die aktuelle City-Managerin?

- Susanne Kolmar (F)
 Sabine Kalmir (O)
 Sandra Kima (R)

4. Rätselfrage:

Was wünscht Michael Ebling MCM zum Geburtstag?

- Gesundheit, Freude (S)
 Geld, Reichtum (A)
 Hund, Katze (E)

Seit 25 Jahren gestaltet Mainz City Management (MCM) die Geschichte der Landeshauptstadt Mainz mit. Wir haben Oberbürgermeister Michael Ebling gefragt, wie er die Bedeutung von MCM für die Stadt bewertet.

Sie sind seit zehn Jahren Oberbürgermeister der Stadt Mainz. Was schätzen Sie besonders an Ihrer Heimatstadt?

Wir Mainzer sind lebensfrohe Menschen, die Geselligkeit, den Austausch miteinander und mit Personen, die neu in unserer Stadt sind, mögen. Ich mag unser Lebensgefühl, das ‚Mainzgefühl‘, das einem in der Stadt überall begegnet und das während der Fastnacht und beispielsweise der Johannisnacht seinen stärksten Ausdruck findet. Ich mag natürlich ganz besonders unsere Innenstadt, die mit allerhand Spannendem aufwarten kann: Historie und altes Gemäuer, Feste und Marktfrühstück, Shopping und kulturelle Erlebnisse. Immer wieder denke ich: Was für ein feines Fleckchen Erde wir doch hier erwisch haben... Ich schätze mein Mainz aber auch für die Bereitschaft, sich zu wandeln, sich neu zu erfinden, neuen Ideen Platz einzuräumen, neue Menschen bei uns mit offenen Armen aufzunehmen und dabei doch unsere Geschichte und unsere Wurzeln nicht aus den Augen zu verlieren.

Mainz City Management (MCM) feiert 25. Geburtstag. Inwieweit ist der Verein für die Stadt von Bedeutung?

Ganz generell sind Vereine von immenser Bedeutung für unsere Stadt und für unsere Gesellschaft. Ohne Vereine und das damit verbundene Vereinsleben wäre unsere Gesellschaft ein ganzes Stück ärmer. Nicht umsonst kommt das Wort ‚Verein‘ ja vom Verb ‚vereinigen‘ – Vereine bringen Menschen zusammen. Nicht anders ist das bei Mainz City Management: ein Verein, der die Akteure unserer Innenstadt zusammenbringt und damit wichtige und wertvolle Arbeit leistet – weit über das hinaus, was ein Einzelner oder eine Einzelne erreichen könnte. Ein solcher Verein ist nicht nur für die In-



Das Mainzer Lebensgefühl ist besonders in der Innenstadt spürbar.

Foto: saiko3p - stock.adobe

nenstadtakteure unersetzlich, er ist auch für die Menschen, die in unserer Stadt leben, sehr bedeutsam.

Auf welche Weise arbeitet die Stadt mit den Akteuren der City wie MCM oder anderen engagierten Vereinen zusammen?

MCM hat es sich um Ziel gesetzt, unsere Innenstadt zu fördern, aufzuwerten und attraktiver zu gestalten. Ziele, die natürlich auch die Stadtverwaltung immer verfolgt. Wir arbeiten daher sehr gerne mit MCM zusammen, zum Beispiel wenn es um den verkaufsoffenen Sonntag geht, der regelmäßig stattfindet, oder wenn Netzwerktreffen wie der #vinothursday aus der Taufe gehoben werden. Wir wollen Menschen und Händler zusammenbringen in unserer Stadt, und je mehr Engagement es in dieser Hinsicht gibt, umso er-

folgreicher sind wir gemeinsam. Und umso attraktiver wird unsere Stadt – davon profitiert dann nicht nur der Tourismus, sondern jede und jeder Einzelne vor Ort.

Können Sie ein paar konkreten Beispiele aus Mainz nennen, die für den Einsatz von MCM stehen?

MCM ist die Interessensvertretung der Mainzer Wirtschaftsakteure, also der Einzelhändler, der Dienstleister, der Gastronomiebetriebe und der Grundstückseigentümer, und bildet deren Bindeglied zu Politik und Verwaltung. MCM kreiert für die Vereinsmitglieder spannende Werbekampagnen, die uns dann in unserer Stadt begegnen und Sichtbarkeit für die Händler und Händlerinnen schaffen. In der Planung und Umsetzung von Events in unserer Innenstadt ist MCM ein wichtiger strategischer Partner der Verwaltung, mit dem

wir Mainz gemeinsam als Einkaufs- und Erlebniswelt im Rhein-Main-Gebiet positionieren. Das tun wir seit Jahren erfolgreich und wollen das auch gerne so fortführen.

Wenn Sie eine Vorhersage treffen müssten: Wie sieht die City von Mainz Ihrer Ansicht nach in 10 Jahren aus?

In zehn Jahren wird sich einiges getan haben in unserer Stadt, die immer dem Wandel unterliegt. Die Ludwigsstraße beispielsweise wird eine immense Aufwertung erfahren haben, der jahrzehntelange Stillstand rund um das ehemalige Karstadt-Gebäude ist schon jetzt beendet und wenn „Das LU:“ erstmal fertig ist und voller Leben, dann profitiert davon die Seele unserer Stadt. Unser Theater vergrößert sich sozusagen über die Straße hinweg und findet im LU:

neuen Raum, neue Laufwege entstehen, die unsere historische Altstadt mit den großen Achsen und anderen Quartieren unserer Stadt verbinden werden. Darauf freue ich mich, aber ebenso auf das dann fertig sanierte Rathaus, das in neuem – aber doch bekannten – Glanz am Rhein erstrahlen wird und gleichzeitig die Stadt zum Rhein hin öffnen wird. Für die 30-er Jahre des 21. Jahrhunderts sehe ich eine lebendige City, die Shopping, Aufenthalt, Leben, Kultur, Genuss und Kurzweil verbindet.

Was wünschen Sie MCM zum Geburtstag?

Zum Geburtstag wünscht man ja immer alles Liebe und Gute, Gesundheit, Glück und Freude. Manches davon scheint für einen Verein gar nicht so einfach zu sein, aber eigentlich doch... Liebes Mainz City Management, bleib gesund (also behalte Dir Deine tollen Mitglieder), hab viel Glück (beim Umsetzen Deiner Pläne und Ideen) und dabei dann noch viel Freude (also Erfolg, der Deinen Mitgliedern dann Freude bringt). Die Landeshauptstadt Mainz freut sich auf die nächsten 25 Jahre mit Dir, die nächsten 25 Jahre voller Austausch, gegenseitiger Inspiration und gemeinsamer Tatkraft! Alles Gute!

Das Interview führte Anke Gersie.



Oberbürgermeister Michael Ebling
Foto: Stadt Mainz

Die Landeshauptstadt Mainz gratuliert dem Mainz City Management e.V. zum 25. Jubiläum.

Landeshauptstadt Mainz

25 Jahre City-Management?
95 Jahre Kinder-Management!

WIRTH
Der Kinderladen
MAINZ

Schillerstr. 48 + Große Bleiche 4
Das Eckhaus am Münsterplatz
geöffnet Di. – Sa.: 10 – 18 Uhr
Montag: Familientag geschlossen
www.wirth-mainz.de

Gratulation!
Wir sind Mitglied, weil das MCM über die Stadtgrenzen hinaus schaut – weiter so!

Rheinessen Sparkasse

Rheinessen steht bei uns vorne.

rheinessen-sparkasse.de

Mainzer Herz

Neuentwicklung des LU:Quartiers

VON JENNIFER MATHES

Aufbruchstimmung: 20 Jahre hat es gedauert, bis der Startschuss für die Ludwigstraße fallen konnte. Eine umfangreiche Bürgerinitiative sollte eine Umsetzung von Planungen zunächst hemmen, im Ergebnis jedoch nicht hindern. Leitlinien wurden erstellt, Kriterien festgelegt. Inzwischen sind Bagger angerollt und die ersten Rückbauarbeiten machen deutlich: An der „LU“ geht es jetzt so richtig los.

Die Ludwigstraße in Mainz („LU“) nach dem Großherzog Ludwig I benannt, diente einst dazu, Streitereien zwischen den Besatzungen zu vermeiden – und zwar als Grenze zwischen diesen.

Heute verbindet die „LU“ als Fußgängerzone Menschen und Kulturen. Mit dem neuen LU:Quartier wird dieser Charme nun erweitert. Das LU:Quartier wird ein Ort, an dem Mainz mit seinen Bewohnerinnen und Bewohnern und Besuchern zusammenkommt.

Aktuell bezeugt ein farbenfrohes Bauzaunbanner den Start der Bauarbeiten, welcher wohl von den meisten mit einem lachenden und (auch aus nostalgischen Gründen) mit einem weinenden Auge betrachtet werden kann.

Rückbau gestartet

Der Rückbau der Überbauung an der Fuststraße, also das Bauteil, das einst Verbindungsbrücke zwischen Karstadt und Karstadt Sport war, ist bereits abgeschlossen – die Fuststraße wieder himmelsoffen. Dieser Rückbau stellt die vielversprechenden Weichen für ein Konzept, das mit seinem Einzelhandel, Genuss und Kultur das Zusammenkommen von Menschen fördern und fordern soll.

Das lachende Auge darf Vorrang haben, denn das LU:Konzept sieht vor, ein vielseitiges und bereicherndes Be- und Erleben sowohl im Innen- als auch im Außenbereich der gesamten Fläche möglich zu machen: Gemütlich shoppen, Kultur erleben, Gaumenfreuden in außergewöhnlichem Ambiente genießen und ein Hotel, das Gäste aus aller Welt inmitten der beliebtesten Mainzer Sehenswürdigkeiten willkommen heißt.

LU:ST auf Erlebnis machen

Eine einladende Freifläche auf dem Vorplatz macht den Anfang. Besucherinnen und Besucher können hier ihre Zeit im LU:Quartier planen, oder nach dem Besuch das Erlebte ausklingen lassen.

Eine große Pop Up-Halle im Erdgeschoss, in der sich internationale Marken, lokale Lieblinge, Start-Ups in temporären Ladeneinheiten präsentieren können, führt das Konzept im Innenleben fort. Auch Mainzer Gastronomen und Gastronomen finden dort Anschluss – für echte Mainzer kulinarische Streetfood-Lebenslust, die natürlich auch den Gaumen verwöhnen soll.



Hochwertig gestaltet: das geplante LU:Quartier.

Foto: Faerber Architekten

Durch das große Hangartor öffnet sich der LU:Quartier und verbindet die Pop Up-Halle über den großen, vielseitig bespielbaren Vorplatz hin zur Ludwigsstraße. „Schaufenster-Kultur“ mitten im Herzen der Stadt.

Kulturelle Vielfalt

Um einen echten Mainzer Erlebnisort mit hoher Aufenthaltsqualität zu schaffen, spielen im Konzept für das LU:Quartier neben dem Einzelhandel die Kultur und der Genuss eine bedeutende Rolle. Und wo ausreichend Fläche und Licht den nötigen Raum für Vorstellungskraft bietet, kann gemeinsame Vielfalt besonders kreativ und effektiv ge- und erlebt werden. Wofür konkret? Beispielsweise für die Umsetzung von Events, um das Flair des kulturellen Rahmens, der für die geschichtsträchtige Ludwigstraße typisch ist, zu erweitern.

Um das Potenzial für die Erweiterung des kulturellen Rahmens im LU:Quartier zu verdeutlichen, genügt ein Blick auf das Philharmonische Staatsorchester: Der Einzug in den Neubau an der Fuststraße ist besiegelt. Ein Orchesterprobenraum, der gleichzeitig als Kammermusiksaal genutzt werden soll sowie ein Ensembleprobenraum sind geplant. Durch den neuen Saal verwirklicht sich die Möglichkeit, alle Konzerte und Vorstellungen unter optimalen Bedingungen vorzubereiten. Dadurch können neue Formate entstehen.

Platz für Einzelhandel

Auch der Einzelhandel kommt mit rund 10 000 Quadratmetern Fläche auf seine Kosten. Die Vermarktung läuft. Angestrebt wird ein gehobeneres Segment, um eine vielseitige Ergänzung zu den Quartieren „Am Brand“ und „Römerpassage“ zu ermöglichen. Kein Luxus, aber Upper Mainstream.

Von den 10 000 Quadratmetern kommen circa 1900 Quadratmeter auf die Fuststraße, wo ein Bauab-

schnitt mit Wohnungen zur Nutzung durch Mitarbeiter des Bistums Mainz, Gewerbe, Kultur und Büros in Planung ist.

Ein besonderes Highlight wird die begrünte Dachlandschaft mit Stauden, Sträuchern und Bäumen auf dem Dach des Gebäudes an der Ludwigsstraße: Hier wird mit Domblick-Gastronomie und einer Rooftop-Bar ein ganz neuer Entspannungsort über den Dächern

von Mainz entstehen – übrigens auch mit einem Bereich ohne Verzehrzwang.

Schließlich soll auch das Shoppen wieder erlebbar sein. Und zwar vor allem vor Ort, ohne Klick. Dazu wird für Besucherinnen und Besucher das Parkhaus komplett saniert und an das LU:Quartier angeschlossen.

Zum Nutzungskonzept gehört jedoch auch ein sogenannter Ci-

ty Hub im Parkhaus, der dem gesamten Einzelhandel offenstehen soll. Einkäufe können dort bequem abgeholt oder auf Wunsch von dort nach Hause geliefert werden.

Historische Schätze?

Aber zurück zum Hier und Jetzt, das doch in die Vergangenheit führt. Denn nach dem Rückbau der Bestandsgebäude haben zunächst Archäologinnen und Archäologen ihren großen Auftritt. In aktuell veranschlagten sechs Monaten werden sie das Areal auf „Mainzer Schätze“ untersuchen.

Zukunftsweisend, denn im Anschluss daran wird mit dem Neubau an der Fuststraße ein neues Kapitel für das LU:Quartier aufgeschlagen. Insgesamt gibt es zwei Bauabschnitte. Der Neubau an der Fuststraße ist der Erste. Im dritten Quartal 2023 kann voraussichtlich mit dem Abriss des Karstadt-Haupthauses begonnen werden. Bis dahin bleibt dort noch die Pop-Up-Zwischennutzung „Lulu“ untergebracht und weiterhin geöffnet. Die Gesamtfertigstellung des LU:Quartiers ist für das Jahr 2025 angestrebt. Eine spannende Zeit steht bevor. Eine Zeit, die mit Struktur und Orientierung das Lebensumfeld der Mainzerinnen und Mainzer gestalten wird.

5. Rätselfrage:

Wie sieht der Bürgermeister Mainz in 10 Jahren?

- als Bundeshauptstadt (U)
 als Industriestadt (W)
 als lebendige City (E)

6. Rätselfrage:

Was schätzt Christian Heidel an Mainz?

- Viele Autos (S)
 kurze Wege (T)
 große Gebäude (X)



Cargo

Tonnenweise good vibrations.



Ein Güterzug ersetzt bis zu 52 Lkw.
Unsere Initiative unterstützen auf WirSindGüter.de

Folgen Sie uns auf Social Media: 

 dbcargo.com  dbcargo.com/newsletter  neukundenservice@deutschebahn.com

7. Rätselfrage:

Wie heißt das neue Quartier, das in Mainz gebaut wird?

- LA; (F)
- LU; (Z)
- LI. (M)



Der Kirschgarten ist Teil der Mainzer Altstadt.

Foto: Stadt Mainz

Altstadt

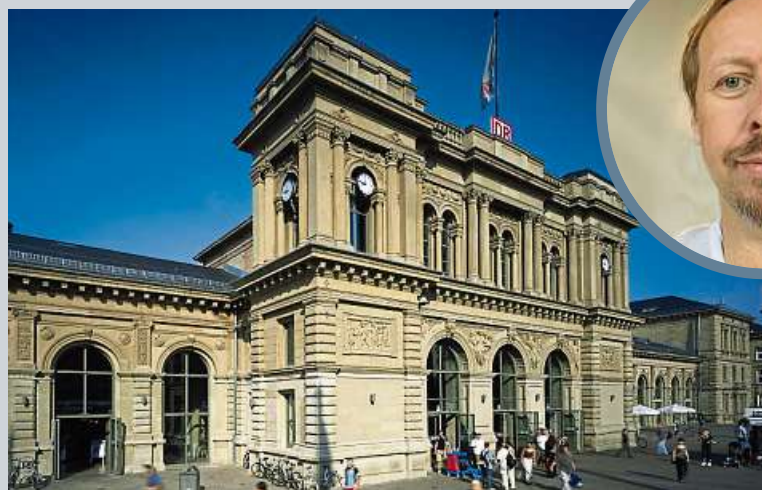
Annette Plachetka

„Das Besondere an meinem Quartier ist das Eintauchen in die Mainzer Lebensart, kurz gesagt in das Wohnzimmer von Mainz! Die Vielfalt der originellen, individuellen und inhabergeführten Geschäfte, Weinlokale und Top-Restaurants ist (m)einzigartig!“

8. Rätselfrage:

Welches ist eines der Mainzer Einkaufsquartiere?

- Schillerstraße (E)
- Lessingplatz (A)
- Goetheallee (I)



Der Mainzer Bahnhof.

Foto: Stadt Mainz

Bahnhof

Markus Hoffmann

„Das Besondere an meinem Quartier ist die bunte Vielfalt. Als Tor zu unserer Landeshauptstadt besitzt das Bahnhofsquartier die höchste Dichte an Hotels und Übernachtungsmöglichkeiten, spannende und unterschiedliche gastronomische Angebote und ein buntes Kulturleben. Von Business District über Ausgehmeile und Wohnviertel sind hier alle Facetten unserer Stadt vertreten. Hier treffen Mainzer auf Besucher aus nah und fern, das Flair ist bunt und lebendig.“

9. Rätselfrage:

Wie heißt die Sprecherin der Altstadt?

- Gundula Gause (V)
- Annette Plachetka (N)
- Elisabeth Willenberg (G)



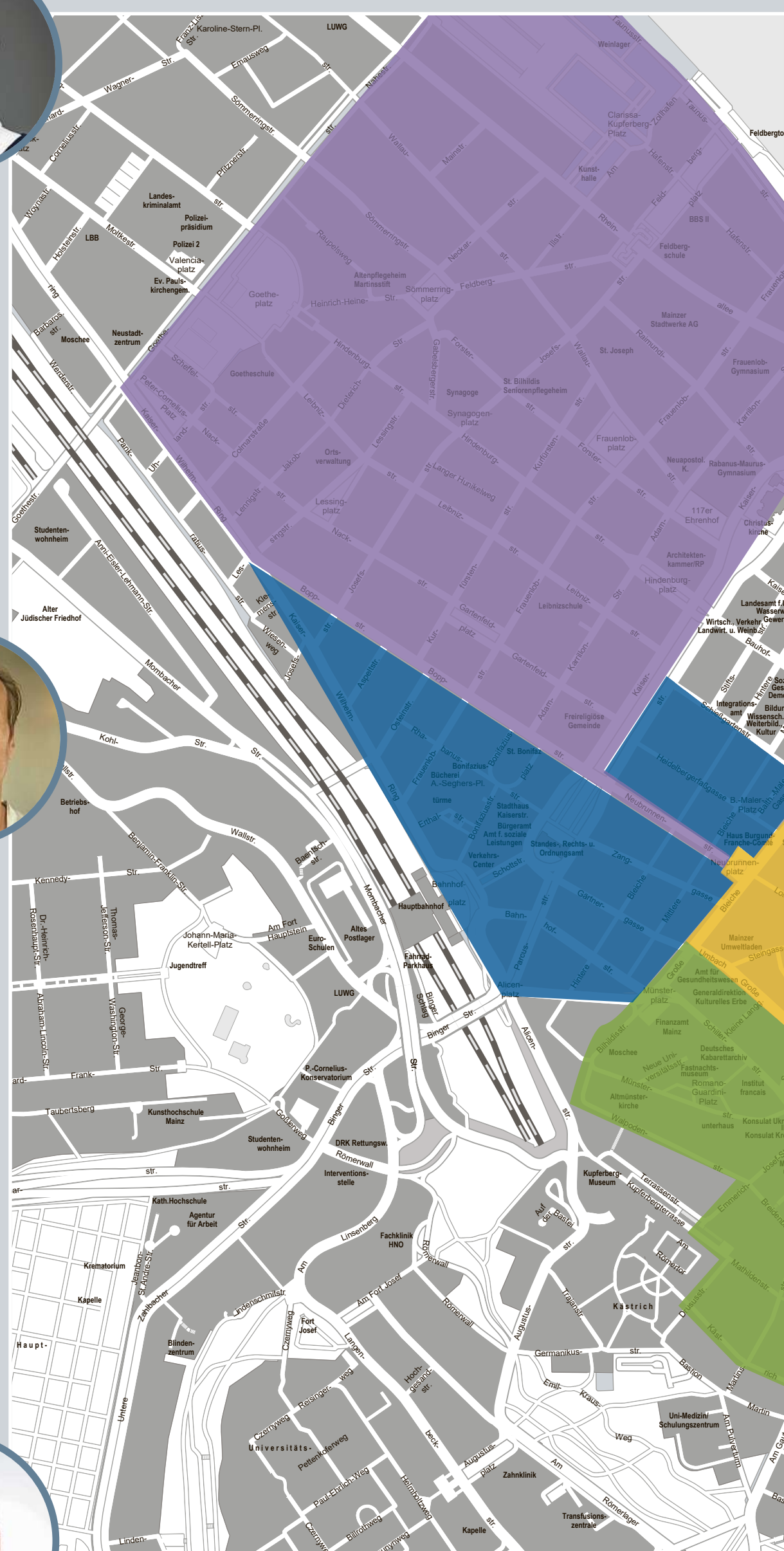
Die Neustadt wird von guter Nachbarschaft geprägt.

Foto: Sascha Kopp

Neustadt

Daniel Sieben

„Das Besondere an meinem Quartier ist die schöne Mischung aus alter Schule und Gründergeist. Mainz lebt hier besonders schön auf seinen Plätzen und erfindet sich bei guter Nachbarschaft, kreativ-familiärer Gastronomie, schönen Geschäften und guten Dienstleistungen immer wieder neu.“



Das sind die Ma

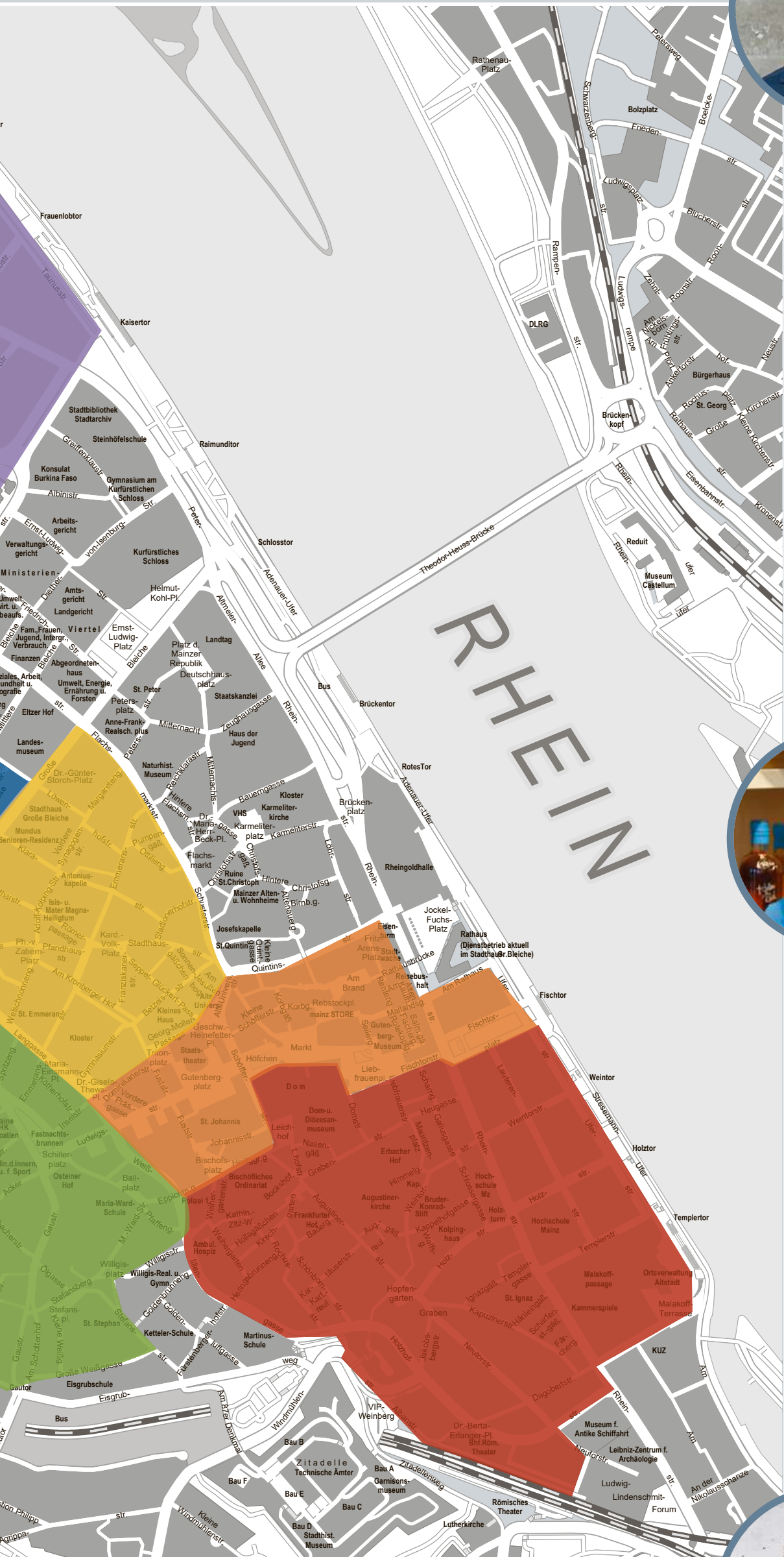
Ein Ausflug nach Mainz lohnt immer – zum Einkaufen

VON ANK

Die Innenstadt in Mainz teilt sich in mehrere Einkaufsquartiere auf, die alle ihren ganz besonderen Reiz haben. Die Altstadt beeindruckt nicht nur Mainzer, sondern vor allem auch Gäste der Stadt mit

Fachwerkgebäuden und engen Gässchen, das Marktquartier zeigt sich offen und weit mit seinen großen Plätzen. Rund um den Bahnhof geht es geschäftig zu – das Kommen und Gehen sorgt hier für

den Rhythmus, z rants laden zum Schillerstraße sa Gaugasse lockt n und besonderen Brautmoden bis



Bauamt der Landeshauptstadt Mainz / Genehmigungsnummer 02/22

Mainzer Quartiere

...n, Bummeln, Entdecken, Entspannen und Spaß haben

KE GERSIE

zahlreiche Restau-
Genießen ein. Die
am angrenzender
mit schönen Cafés
Angeboten von
zur Fotokunst. In

der Neustadt wird es stylisch und
gleichzeitig traditionell. Gute
Nachbarschaft wird ganz groß
geschrieben und selbstverständlich
auch gelebt. Und schließlich ist da
die Citymeile, die für eine Verbin-

dung verschiedener Einkaufs- und
Fußgängerzonen sorgt und mit
ihrer Vielfalt an Geschäften und
Angeboten überzeugt. Hier stellen
die Sprecherinnen und Sprecher
ihre Quartiere kurz vor.



Foto: Rimbach



Menschenandrang beim Mainzer Wochenmarkt. Foto: Maiko Hessendenz



Foto: Hofreuter

Markt

Richard Sebastian Wagner, Andreas Hofreuter

„Das Besondere an meinem Quartier ist eine gute Mischung zwischen inhabergeführten Einzelhandelsgeschäften und Gastronomiebetrieben. Viele Verweilmöglichkeiten mit Plätzen im Außenbereich, guter Bewirtung und Blick auf den Mainzer Dom. Nicht zu vergessen: An drei Tagen in der Woche gibt es den großen Mainzer Wochenmarkt.“ (Wagner)

„Das Besondere an meinem Quartier ist, dass wir dort ein einzigartiges Open-Air-Einkaufszentrum in Mainz haben.“ (Hofreuter)



Foto: Ina Tokarski



Die Mainzer Citymeile schafft Verbindungen.

Foto: Harald Kaster

citymeile

Sabrina Diener

„Das Besondere an meinem Quartier ist unser kleines, kulinarisch sehr vielfältiges Fleckchen.“



Foto: Rimbach



Der Schillerplatz mit dem Fastnachtsbrunnen.

Foto: Harald Kaster

Schillerstraße

Bernd Siegel

„Das Besondere an meinem Quartier ist die Lage zwischen den historischen Gebäuden und der schönste Brunnen von Mainz!“

10. Rätselfrage:

In welcher Stadt lehrt Prof. Dr. Ing. Thomas Krüger?

- Hamburg (I)
- München (H)
- Berlin (Y)

11. Rätselfrage:

Wer sollte, so Prof. Krüger, in der City Mainz präsent sein?

- Staat (N)
- Polizei (A)
- Hochschule (M)

Wie können Städte auch in Zukunft attraktiv und damit belebt sein? Diese Frage stellen wir Prof. Dr.-Ing. Thomas Krüger, der das Arbeitsgebiet Projektentwicklung und Projektmanagement im Fachbereich Stadtplanung an der HafenCity Universität Hamburg leitet.

Die Innenstädte haben aktuell mit großen Herausforderungen zu kämpfen, Stichwort Digitalisierung, Corona-Pandemie, Klima- und Verkehrswandel, Nachhaltigkeit, Gentrifizierung. Was sind die wichtigsten Folgen davon?

In der Tat, die Innenstädte sind mit verschiedenen großen Herausforderungen gleichzeitig konfrontiert. Dabei hat die Coronapandemie den Strukturwandel in Richtung Digitalisierung und Online-Handel, der schon vorher einsetzte, enorm beschleunigt. Aktuell kommt ja noch hinzu, dass sich infolge des Ukraine-Krieges und der Energiekrise ein Konjunkturreinbruch abzeichnet, der den Konsum stark beeinträchtigt wird – und das im Weihnachtsgeschäft! Allerdings sind die Folgen der Lockdowns und Beschränkungen, also Geschäftsaufgaben und Leerstände, bisher geringer als zunächst zu befürchten war. Dazu haben vermutlich die finanziellen Hilfen der Bundesregierung und die Nutzung von Kurzarbeit maßgeblich beigetragen. Auch viele Vermieter haben Zugeständnisse machen müssen, darüber wird aber ungern gesprochen. In den letzten Monaten sind mit dem Ende der Beschränkungen die Passantenfrequenzen in den Innenstädten nahezu wieder auf das Vor-Corona-Niveau angestiegen. Das gilt allerdings nicht in gleichem Maß für die Umsätze im Einzelhandel, die wohl zum Teil im Online-Bereich bleiben. Wir sehen zunehmend Leerstände in großflächigen, mehrgeschossigen Objekten, Kaufhäusern und Shopping-Centern sowie verstärkt in den Nebenlagen. Die Flächen je Ladengeschäft werden überwiegend kleiner, auch bei den großen Ketten. Es wird nach und nach zu erheblichen Umbauten von Ladenflächen und im klassischen Einzelhandel zu einer Konzentration auf 1A-Lagen kommen.



Innenstadt der Zukunft

Wie müssen sich Städte entwickeln, um erfolgreich zu bleiben?



Foto: Rimbach

„Mainz als Einkaufsstadt überzeugt mich, weil in meiner Heimatstadt, im Vergleich zu anderen Oberzentren, der Filialisierungsgrad noch relativ niedrig ist und ich in vielen individuellen und inhabergeführten Fachgeschäften einkaufen kann.“

Edith Willenberg-Sebastian,
Juwelier Willenberg

Welche Chancen bieten diese Herausforderungen möglicherweise gleichzeitig?

Die guten Frequenzen in vielen Innenstädten zeigen vor allem, dass die Menschen gerne dorthin gehen! Sie wollen sein, wo etwas los ist und es Neues zu sehen gibt. Wo andere Menschen sind, wo man sich begegnet. Wo etwas anderes passiert als zu Hause, am Arbeitsplatz oder in der Nachbarschaft. Dieser Wunsch nach Urbanität und realer Begegnung, zu dem auch gehört, dass einem nicht alles gefällt, was man sieht, ist eine Konstante. Er nimmt vielleicht im Zuge von immer kleineren Haushalten, digitalem Arbeiten und Kommunizieren sogar zu. Darin steckt eine große Chance für die Zentren, nicht mehr allein den Einkauf und Konsum in den Mittelpunkt zu stellen, sondern auch für andere Bedürfnisse der Menschen Räume und Angebote zu schaffen. Die Reduzierung der Mieten und die Reduktion von Einzelhandelsflächen bieten dafür neue Möglichkeiten.

Sie sprechen öfter von multifunktionalen Innenstädten. Was ist darunter zu verstehen?

Gemeint ist, dass neben dem Einzelhandel verstärkt Nutzungen etabliert werden, die die sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Menschen ansprechen: eine vielfältige Gastronomie, aber auch konsumfreie Orte und Treffpunkte. Kultur auf der Straße, nicht nur in Theatern und Museen, Bildungseinrichtungen bis hin zu Hochschulen im Zentrum, Räume für die lebendige Zivilgesellschaft, für die Vereine. Flächen, auf denen wechselnde Veranstaltungen stattfinden können. Die Innenstadt als Ort nicht nur des Konsums, sondern als Treffpunkt für die verschiedenen Menschen in der Stadt und als Ort verschiedener Angebote und sozialer Aktivitäten.

In den typischen Innenstädten treffen verschiedene Akteure aufeinander: Filialisten, inhabergeführte Geschäfte, Restaurants, Kulturbetriebe, Geschäftsleute,

Bewohner. Wie können sie alle gemeinsam dafür sorgen, die Städte attraktiv zu machen?

Es sind in der Tat sehr verschiedene Beteiligte. Es gilt zunächst, ein Bewusstsein dafür zu schaffen, dass sie alle, bildlich gesprochen, „in einem Boot sitzen“ und jeweils einen Beitrag zu einer interessanten, angenehmen und vitalen Innenstadt leisten können und sollten. Dabei muss die Kommune, die für das Gemeinwohl zuständig ist, eine führende Rolle einnehmen. Am besten die Bürgermeisterin oder der Bürgermeister selbst sollten Impulse setzen und die Akteure miteinander in Kontakt und ins Gespräch zu bringen. Es gilt, eine Art Allianz oder Konzertierte Aktion für die Transformation der Innenstadt zu schaffen. Zugleich gilt es, die Ressourcen der Kommune zu mobilisieren, um sie in gemeinsam mit anderen Akteuren getragene Konzepte und Maßnahmen einzubringen. Die Kommunen haben viele Möglichkeiten: Sie können die Rahmenbedingungen verbessern, die öffentlichen Räume, die Infrastruktur, insbesondere für die Mobilität. Sie sind Ordnungs- und oftmals Baugenehmigungsbehörde. Sie haben eigene Einrichtungen mit relevanter Publikumsfrequenz und finanzieren solche im sozialen Bereich, in Bildung und Kultur zumindest teilweise. Sie tragen vielfach zum Stadtmarketing bei und fördern Events. Diese vielfältigen Möglichkeiten sollte die Kommune vor allem dann mobilisieren, wenn die Gewerbetreibenden, die Immobilieneigentümer, die Kulturschaffenden, die sozialen Einrichtungen und Träger ihrerseits Aktivitäten entwickeln, die zur positiven Entwicklung der Innenstadt beitragen. Beide, die privaten Akteure und die Kommune müssen aktiv werden und kooperieren. Eine solche Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure ist allerdings nicht einfach. Sie muss unterstützt und koordiniert werden. Dazu bedarf es eines Innenstadt-Managements.

Welche Rolle spielt die Erreich-

barkeit von Innenstädten – Nahverkehr, Parkräume, etc. – für deren Erfolg?

Natürlich ist die Erreichbarkeit der Innenstädte zentral, mit dem Auto, dem Öffentlichen Verkehr, dem Fahrrad und zu Fuß. Allerdings muss vor allem die Aufenthaltsqualität verbessert werden. Dazu tragen die genannten Verkehrsträger in umgekehrter Reihenfolge bei. Wie das gelöst werden kann, hängt vom Einzelfall ab.

Gerade der zunehmende Onlinehandel bedroht vielerorts die Erfolge des lokalen Einzelhandels. Wie kann dieser der Gefahr für seine Geschäfte begegnen?

Abgesehen von besonders kunden- oder serviceorientierten individuellen Formaten führt zumindest an einer digitalen Auffindbarkeit oder Präsenz zukünftig kein Weg mehr vorbei. Unter dieser Prämisse können gute lokale Konzepte nach meiner Einschätzung auch zukünftig ohne komplette Digitalisierung, das heißt Nutzung eines Warenwirtschaftssystems mit Einbindung in einen digitalen Marktplatz, bestehen.

Am Schluss kurz zu Mainz. Wie bewerten Sie hier die Chancen für eine erfolgreiche Zukunft der Innenstadt und was sollten die Stadt und Ihre Akteure tun, um dafür die Weichen zu stellen?

Leider kenne ich Mainz nur von einem sehr kurzen Besuch, um mir den damals geplanten Standort für ein Shopping Center am alten Karstadt-Komplex anzuschauen. Man kann Mainz nur beglückwünschen, dass das so nicht gekommen ist. Stattdessen findet das Konzept für den Boulevard LU wegen seiner Multifunktionalität und Öffnung zur Umgebung bundesweit Beachtung und es wäre ein großer Gewinn für Mainz, wenn es auch so realisiert wird. Ansonsten bietet die Kleinteiligkeit der Innenstadt Potenziale für vielfältige Nutzungen auch jenseits des Einzelhandels. Schade ist, dass die Universität in Mainz offenbar vollständig auf dem Campus konzent-

riert ist. Das ist nicht gut für das universitäre Leben und auch nicht für die Stadt. Es wäre gut, wenn die Hochschule mit Einrichtungen in der Innenstadt präsent und aktiv wäre.

Das Interview führte Anke Gersie.



Foto: HCU

Zur Person

Prof. Dr. Ing. Thomas Krüger leitet seit 2000 das Arbeitsgebiet Projektentwicklung und Projektmanagement im Fachbereich Stadtplanung an der HafenCity Universität Hamburg. Schwerpunkte der Forschung sind die Wechselwirkungen von Immobilien- und Stadtentwicklung, insbesondere in den Bereichen Wohnen, Gewerbe und Zentren, sowie neue IT-gestützte Planungsinstrumente (www.projektcheck.de). Er hat Raumplanung an der TU Dortmund und Städtebau/Stadtplanung an der TU Hamburg studiert und ist Bauassessor Städtebau. Krüger war Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Fachgebiet Stadt- und Regionalökonomie der TU Hamburg und bis 2000 Leiter der Konzeptentwicklung der Landesentwicklungsgesellschaft Schleswig-Holstein GmbH. Aktuelle Forschung zur Transformation von Zentren und Innenstädten und „Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und des Online-Handels auf den Einzelhandel in Städten, Gemeinden und Regionen, insbesondere in den Zentren“ für das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR), Bonn.

12. Rätselfrage:

Was bietet die Mainzer Citymeile den Gästen?

- Popcorn (B)
 Orientierung (P)
 Artistik (D)

Herzlichen Glückwunsch!

25 Jahre
Mainz City Management

Starke Partner – damit sich
Mainz gut entwickelt



mag

pmsg

Hechtsheimer Straße 37
55131 Mainz
Telefon 06131 95 201-0
www.mag-mainz.de

www.parken-in-mainz.de

Das macht Mainz aus

Mit passenden Konzepten die Attraktivität der Innenstadt sichern und für die Zukunft stark machen

VON ANKE GERSIE

Wie jede Stadt, deren City vom Einzelhandel geprägt ist, muss auch Mainz sich diversen Herausforderungen stellen – und das nicht erst seit der Corona-Krise.

Einkaufszentren auf der grünen Wiese, der Onlinehandel und jetzt auch noch die starke Inflation gepaart mit der Energiekrise: Städte und der in ihnen beheimatete Einzelhandel haben es nicht leicht. Das Kaufverhalten der Menschen ändert sich, das verfügbare Geld wird knapper, die Konkurrenz durchs Internet und die damit verbundene Einkaufsmöglichkeit vom heimischen Sofa aus ist durch die Pandemie noch verstärkt worden. Trotzdem: Innenstädte und ihre besondere Atmosphäre locken nach wie vor Menschen, animieren zum Bummeln und sich Treffen, zum Kaufen, Genießen und Seele baumeln lassen. Doch der Kampf um die Kundschaft nimmt zu.

Zentrenkonzept

In Mainz hat man das Problem schon vor vielen Jahren erkannt und mit verschiedenen Konzepten die Attraktivität der Innenstadt zu fördern gewusst. Bereits 2005 wurde vom Stadtrat das Zentrenkonzept beschlossen, das man inzwischen mehrfach fortgeschrieben und damit aktualisiert und auch angepasst hat, letztmals im August 2021. Es bildet die planerische Grundlage für die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Mainz. Das Zentrenkonzept sieht eine eindeutige Vorrangstellung der Innenstadt vor, um diese zu erhalten und zu stärken. Eine Liste mit zentrenrelevanten Sortimenten sorgt dabei als Steuerungsinstrument dafür, die Angebote des Handels räumlich zu lenken und die für die Attraktivität der Mainzer City notwendige Angebotsvielfalt zu sichern.

IEK – Integriertes Entwicklungskonzept

„Das Integrierte Entwicklungskonzept Innenstadt (IEK Innenstadt) definiert die Ziele und Handlungsfelder zur



Oben links: Die Römerpassage mit ihren vielen Geschäften auf mehreren Ebenen ist ein wesentlicher Teil der Citymeile. Archivfoto: Lukas Görlich
Oben rechts: Shoppen in Mainz soll Spaß machen und das in einer Innenstadt, die für die Gäste klar strukturiert ist. Archivfoto:Harald Kaster
Unten: Die Pflasterung der Citymeile gibt beste Orientierung. Archivfoto: Sascha Kopp

Stärkung und Entwicklung der Mainzer Innenstadt und beschreibt die dafür notwendigen Projekte und Maßnahmen“, heißt es auf der Homepage der Stadt Mainz. In Verbindung mit der Priorisierung der Projekte und Maßnahmen und der Festlegung ihrer Umsetzungszeiträume hat der Stadtrat ein Entwicklungskonzept geschaffen, das als Diskussions- und Entscheidungsgrundlage für die Öffentlichkeit, die Innenstadtakteure und die politischen Gremien dient. Und es sichert die rechtlichen Voraussetzungen für die weitere Förderung im Rahmen des Bund-Länder-Programmes „Aktive Stadtzentren“.

Das IEK Innenstadt bietet den Handlungsrahmen für die strukturelle Entwicklung und städtebauliche Gestaltung der Mainzer Innenstadt für rund 10 bis 15 Jahre. Beginn war im Jahr 2015, mittelfristige Ziele sollen bis 2025 erreicht sein, insgesamt sind die Maßnahmen auf Dauer ausgelegt. Unterstützt werden soll die Bedeutung von Mainz als Oberzentrum und Landeshauptstadt. Wesentliche Themenfelder sind dabei der Handel, das Wohnen, das Arbeiten, die Erschließung mit Öffentlichem Nahverkehr plus Rad- und Fußwegen sowie die Grünflächen.

Tripolkonzept

Schon im Jahr 2004 entwickelte die Stadt Mainz das sogenannte Tripolkonzept für ihre City. Dazu wurden damals drei aufeinander aufbauende Gutachten erstellt. Das Tripolkonzept umfasst die Bereiche Am Brand, Ludwigsstraße samt ehemaligem Karstadt und die Römerpassage als drei wesentliche Pole. Sie gelten als die Kernbereiche des Einzelhandels. „Dadurch blieben die Gebiete um den Schillerplatz und die Große Bleiche unbeachtet – eigentlich hätten wir ein Trapez“, merkt die heutige City-Managerin Sandra Klima an. Es wurde damals empfohlen, die drei genannten Pole durch entsprechende Verbindungsachsen miteinander in Beziehung zu setzen und damit besonders zu stärken und aufzuwerten.

Das geschah im Mai 2005, denn dann wurde von Mainz City Management e.V. in Zusammenarbeit mit der Stadt Mainz das Konzept der Citymeile entwickelt. Durch bauliche und gestalterische Maßnahmen wie Platzsysteme, Bodenbeläge oder Fußgängerzonen und verbindet die Citymeile die Einkaufsquartiere der Stadt Mainz, bietet Orientierung für die Besucherinnen und Besucher und verhindert eine räumliche Zersplitterung des Stadtzentrums. Die Mainzer Innenstadt wird so in ihrer ganzen Vielfalt und doch als Einheit wahrgenommen.

Citymeile

Das geschah im Mai 2005, denn dann wurde von Mainz City Management e.V. in Zusammenarbeit mit der Stadt Mainz das Konzept der Citymeile entwickelt. Durch bauliche und gestalterische Maßnahmen wie Platzsysteme, Bodenbeläge oder Fußgängerzonen und verbindet die Citymeile die Einkaufsquartiere der Stadt Mainz, bietet Orientierung für die Besucherinnen und Besucher und verhindert eine räumliche Zersplitterung des Stadtzentrums. Die Mainzer Innenstadt wird so in ihrer ganzen Vielfalt und doch als Einheit wahrgenommen.



13. Rätselfrage:

Womit setzte MCM in coronazeiten Zeichen?

- Urlaubstipp (E)
- Weihnachtsgeschenk (A)
- Bändchenaktion (U)



LU:ST

AUF INNENSTADT

Wir gratulieren zu 25 Jahren
MAINZ CITY MANAGEMENT



Sparkasse
Rhein-Nahe



J. MOLITOR
IMMOBILIEN



BAUUNTERNEHMUNG
KARL GEMÜNDEN
GmbH & Co. KG



gratuliert
natürlich auch!

MCM - Projekte und Aktionen

Ein Querschnitt des Wirkens rund um Mainz

VON JENNIFER MATHES

14. Rätselfrage:

Wie heißt der Mainzer Stadtgutschein?

- Mainz first (W)
 kaufhier (O)
 keeplocal (L)



Foto: FDP Mainz

„Mainz als Einkaufsstadt überzeugt mich, weil auch Gäste von auswärts sehr zahlreich und gerne zu uns kommen und unser Mainzgefühl schätzen und genießen – etwa mit einem Schoppe vor oder nach dem Einkaufen.“

Cornelia Willius-Senzer,
FDP-Landtagsfraktion
Rheinland-Pfalz

Curriculum vitae: Mit dem Ziel, die Mainzer Innenstadt positiv weiterzuentwickeln und darüber hinaus attraktiver zu gestalten, kann MCM mit zahlreichen Punkten glänzen. Stets unter dem Motto „planen | gestalten | moderieren | verbinden“ setzt MCM immer wieder Impulse und damit Zeichen des Erfolges, auch was das Vernetzen der Hauptakteure betrifft. Auf den folgenden Seiten geben wir einen inspirierenden Überblick darüber, was MCM bereits erfolgreich umgesetzt hat.

IM TREND

Auch mit den beiden Social Media-Kanälen auf Instagram (MainzStMeins) und Facebook (Werbegemeinschaft Mainz e.V.) bleibt MCM in ständigem Kontakt mit seinen Lesern. Regelmäßige Beiträge und Posts informieren sehr aktuell und die Zahl der Follower hat sich inzwischen mehr als verdoppelt. Die Inhalte der Posts werden mit der Werbegemeinschaft Mainz e.V. abgestimmt und auch gemeinsam geteilt.

SYMPATHIEAKTIONEN

Wegen der pandemischen Lage wurden diverse Goodwill-Aktionen auf den Weg gebracht. Mit „Mainz gebracht“ lieferte der Handel beispielsweise Päckchen an den Endkunden aus. „Parken aufs Haus“ wurde zusammen

mit der Werbegemeinschaft Mainz und der PMG auf den Weg gebracht: Ab einem Einkaufswert von 10 Euro in einem Shop in Mainz erhalten Kunden an der Kasse einen Gutschein für eine freie Stunde im Parkhaus. Den Gratiskaffee gibt es mit den Gutscheinen „Kaffe aufs Haus“, ebenfalls ab einem Einkaufswert von 10 Euro in einem Shop in Mainz.

Auch der Stadtgutschein „keeplocal“ wurde pünktlich zur Vorweihnachtszeit von MCM eingeführt. 20 Euro bezahlen, für 25 Euro einkaufen, hieß die Devise. 1700 dieser Gutscheine wa-

ren vorhanden. 140 Händler beteiligen sich inzwischen an dieser Aktion.

WILLKOMMENSKULTUR

20 neue Ladengeschäfte bekamen innerhalb kürzester Zeit eine Tasche mit verschiedenen Informationsmaterialien als Willkommenspaket. Wo früher bei Inhabern zunächst ein Gefühl von „auf sich gestellt“ und „nicht willkommen“ aufkam, werden neue Geschäfte heute herzlich aufgenommen. MCM begrüßt die Neugründerinnen

und Neugründer persönlich und gibt Tipps und hilfreiche Informationen über das „Who-is-Who“ in Mainz.

HEIMATSHOPPEN

Zahlreiche der neuen und auch bereits eingesessenen Händlerinnen und Händler beteiligen sich im Jahr 2022 an der bundesweiten Aktion „Heimatshoppen“, die für den lokalen Handel wirbt. Spezielle Schaufensterdekorationen und Plakate machen auf die Aktion aufmerksam.

BÄNDCHENLÖSUNG

Als 2G-Nachweis durfte MCM Anfang Dezember 2021 die „Weihnachtsmarkt-Bändchen“ einsetzen. Citymanagerin Sandra Klima setzte die Initialzündung, und die Stadtspitze um Oberbürgermeister Michael Ebling stimmte schnell zu. Die Umsetzung funktionierte ebenso schnell, pragmatisch und unbürokratisch. Mainz war mit diesem Lösungskonzept, auch in der bundesweiten Presse, Vorreiter. Nicht nur Wiesbaden folgte. Die Innenstadt-Frequenz und auch die erzielten Umsätze in



Grafik: artinspiring - stock.adobe



Investitions- und Strukturbank
Rheinland-Pfalz

WIR FÖRDERN. WOHNRAUM UND WIRTSCHAFT.



Die ISB ist das Förderinstitut des Landes Rheinland-Pfalz. Wir unterstützen Sie bei allen Finanzierungen rund um Ihr Unternehmen und bei Investitionen in Wohnraum in unserem Land.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.isb.rlp.de.

Investitions- und Strukturbank
Rheinland-Pfalz (ISB)
Holzhofstraße 4
55116 Mainz
isb-marketing@isb.rlp.de
www.isb.rlp.de



Wir freuen uns auf sie





www.mein-bergschön.de



Bezahlbar und sicher wohnen!



wohnbau mainz



unterhaus-mainz.de



KLEINKUNST BEWEGT

Ihr Partner am Arbeits- und Ausbildungsmarkt

Wie können wir Sie weiterbringen?

www.arbeitsagentur.de/vor-ort/mainz/startseite



Bundesagentur für Arbeit
Agentur für Arbeit Mainz
bringt weiter.

der Vorweihnachtszeit sind, im Vergleich zu anderen Städten, in Mainz merklich besser geblieben.

Alles in allem eine so gute Aktion, dass sie auch für den Einzelhandel in Mainz weitergeführt werden durfte. So gelang dessen Stärkung und Wiederbelebung über die Weihnachtszeit hinaus. Ein großer Verlust blieb durch die bewährte Bändchen-Regelung aus.

BETTER TOGETHER

Unterschiedliche und kreative Netzwerkveranstaltungen sorgen regelmäßig dafür, dass die richtigen Innenstadtakteurinnen und Innenstadtakteure auf gutem Boden zusammentreffen.

Das „Netzwerk-City-Frühstück“ ermöglicht beispielsweise jeden ersten Mittwoch im Monat von 8.30 Uhr bis 10 Uhr in Präsenz oder auch online einen „guten Morgen“ und Gespräche zwischen Betrieben der Mainzer Innenstadt, um sich über Ideen, Projekte und Aktionen auszutauschen. Aber auch Probleme, Kritik oder Verbesserungsvorschläge sind immer gerne gesehen. Aktuell finden sich 20 bis 25 Teilnehmerinnen und Teilnehmer zusammen.

Die Nachteulen, die sich lieber abends austauschen möchten, sind bei der „After-Work-Veranstaltung“ gut aufgehoben. MCM unterstützt die Etablierung einer After-Work-Veranstaltung für junge Unternehmen. Ein Netzwerktreffen mit neuen Menschen und gleichem Mindset. Ambitionierte und zielstrebige Personen werden miteinander verknüpft, um neue, frische Ideen für Mainzer Unternehmen und die Stadt zu kreieren. Branchenübergreifend, egal ob Gründerinnen und Gründer oder Managerinnen und Manager, ob junges Start-Up oder bereits erfolgreicher Konzern. Es findet immer ein geführter Abend mit verschiedenen Themen aus der Mainzer Gründerszene statt. Hier kommen Menschen aus der Wirtschaftsre-

gion Mainz zusammen, die Lust auf soziales Engagement haben und sich untereinander austauschen wollen. Spaß am Unternehmertum allem voran.

VERKAUFSOFFEN

In Mainz bietet sich dreimal pro Jahr die Möglichkeit, an einem verkaufsoffenen Sonntag einen gemütlichen Einkaufsummel durch die Innenstadt zu unternehmen und das bunte Rahmenprogramm zu genießen. Geplant sind für 2022 noch der 30. Oktober (Mantelssonntag) und der 27. November (1. Advent).

DIGIBOOST

Unterstützung für kleine Betriebe bei der Digitalisierung gab es mit einem Zuschuss von bis zu 15000 Euro vom Land Rheinland-Pfalz. MCM und die Handwerkskammer luden zu einem Online-Seminar ein, um sich für die Herausforderungen der digitalen Welt zu rüsten.

DIE GUTEN ADRESSEN

Unter dem Motto „Wir sind die guten Adressen von Mainz“ wollen Werbegemeinschaft und MCM die Gesichter in den Vordergrund rücken, die hinter den Fachgeschäften stehen. Die Filialisten und großen Ketten sind zweifelsohne als Frequenzbringer unverzichtbar, aber der unverwechselbare Charakter einer Einkaufsstadt wird geprägt von den individuellen inhabergeführten Fachgeschäften. Und genau das soll mit dieser Aktionen auch im Stadtbild durch entsprechenden Poster in den Schaufenstern herausgestellt werden. Auf der Internetseite www.gute-adressen-mainz.de gibt es ebenfalls einen Blick auf diese Händler. Demnächst wird es noch einen 360 Grad-Rundgang durch die Mainzer Altstadt geben.

VORHANG AUF

Mitglieder von MCM erhalten einen informativen, unterhaltsamen und spannenden Blick hinter die Kulissen. Wissensaustausch, Networking und das leibliche Wohl stehen im Vordergrund. Projekte wie beispielsweise der mainz Store am Markt werden unter die Lupe genommen.

TREFFEN DER VEREINE

Die innerstädtischen Vereine befinden sich in einem regelmäßigen, sehr guten Austausch. Aus diesem Kreis heraus entstand die Aktion „Mainz mach(t) mit“, die sich als erstes für das Impfen und damit für ein sicheres Einkaufserlebnis einsetzte.

SCHAUFENSTER

Der MCM und die Werbegemeinschaft führten mit ihren Partnern Rockland Radio und dem MCV in der Mainzer Innenstadt einen Schaufensterwettbewerb durch, um die Fastnacht in Mainz trotz der Umstände sichtbar zu machen. Das Jubiläum des Fastnachtsbrunnens (5x11 Jahre) war Thema des Wettbewerbs und wurde honoriert mit Werbepaketen im Wert von 5000 Euro, Eintrittskarten für die Fastnachts-Posse, einem Essensgutschein im Hilton für zwei Personen und Einkaufsgutscheinen.

BELEUCHTUNG

Die Werbegemeinschaft und der MCM kümmern sich um die Organisation und Beauftragung der Weihnachtsbeleuchtung in den Einkaufsstraßen. In der dunklen Jahreszeit trägt die Weihnachtsbeleuchtung in der Mainzer Innenstadt zum allgemeinen Wohlbefinden von Bürgern, Besuchern, Touristen und Kunden bei, ist identitätsstiftend für die Innenstadt rund um den Jahreswechsel und schließlich

Umsatzbringer für die dort ansässigen Betriebe. Um die Finanzierung einer flächendeckenden Weihnachtsbeleuchtung sicherzustellen, sind die Akteure neben den Mitgliedsbeiträgen auf finanzielle Unterstützer angewiesen.

LEERSTANDSAKTION

Zwischennutzungen, als zeitlich befristete Möglichkeit, leerstehende Räume zu füllen, werden inzwischen den Eigentümern von Leerständen angeboten. Auch die Leerstandsfolien konnten angebracht werden. Schaufenster von Leerständen glänzen üblicherweise mit Langeweile. Mit den Leerstands-Selfie-Folien konnte diese Langeweile weichen. Menschen können vor der Folie ein Selfie machen und es verschicken.

GRAFFITI-AG

Projektleiter Herr Steyer kümmert sich um das Thema „Graffiti“ für den MCM, der sich dafür einsetzt, dass geeignete Flächen mit wertigen Graffiti versehen werden, Schmierereien jedoch entfernt werden.

BARRIEREFREI

Auch die Barrierefreiheit hat Priorität. So wurden seit 2014 mehrere gemeinsame Projekte umgesetzt. Unter anderem ein Leitsystem, das Lichtsignalanlagen, Ansagen und Anzeigen bei der Mainzer Mobilität und tastbare und visuell kontrastreiche Bodenindikatoren enthält. Dadurch bekommen sehbehinderte Menschen Leitung, Orientierung und Warnung. Es gibt öffentliche Behindertentoiletten, barrierefreie Parkplätze und barrierefreie Kongresshallen. Die meisten Veranstaltungen, wie der Mainzer Wochenmarkt, sind ebenfalls zugänglich.

QUARTIERBILDUNG

In Mainz gibt es verschiedene Einkaufsquartiere. Diese sichtbar zu machen ist eine der kommenden Aufgaben. Gemeinsam mit den Quartierssprecherinnen und Quartierssprecher kümmert sich der MCM um die Stärken der Quartiere und wie man diese bestmöglich herausstellt.



Foto: ZDF/Klaus Weddig

„Mainz als Einkaufsstadt überzeugt mich, weil ich mich immer noch auf einen Innenstadtbefuch freue, wenn auch nicht an allen Ecken und Enden gleichermaßen. Vor allem aber der Kernbereich rund um Dom und Altstadt ist nach wie vor sehr attraktiv.“

Gundula Gause, Fernsehmoderatorin ZDF

15. Rätselfrage:

Wodurch zeichnet sich die Mainzer city aus?

- Blaue Farbe (Z)
- Barrierefreiheit (S)
- Keine Ampeln (G)

Mit uns wird Mainz zum Original.
#machdeinhandwerk
Handwerkskammer Rheinhessen
DAS HANDEWERK DIE WIRTSCHAFTSMACHT VON NEBENAN

IHK Rheinhessen
Gemeinsam Für Die Innenstadt
Die Wirtschaft gratuliert
Weiter für starke Innenstädte!
ihk.de/rheinhessen

MAINZ ZUM MITNEHMEN
Anhänger Fastnachtsbrunnen
925 Sterlingsilber/Teilverguldung
€ 189,-
Anhänger Dom
925 Sterlingsilber/Teilverguldung
€ 169,-
Willenberg
DER JUWELIER AM SCHILLERPLATZ
Schillerstraße 24 a · 55116 Mainz · Tel. 0 61 31 - 23 40 75
www.juwelier-willenberg.de | juwelier_willenberg

TINTENCENTER **DRECHSLER**
NACHFÜLL - SERVICE für Patronen und Toner
Telefon 061 31/3 046 081
www.tintencenter-drechsler.de
Das KompetenzCenter rund um Drucker - Tinte - Toner
Eigene Ladezone, Lieferservice und Reparaturannahme
Ausgezeichnet als Top-Service-Unternehmen in Mainz
Mombacher Str. 81, 55122 Mainz, post@tintencenter-drechsler.de

DER GUTSCHEIN FÜR DEINE REGION
KEEP LOCAL
Im Handel und online erhältlich
keeplocal.de

Gewinnen - und Mainz erleben

Die Texte dieser Sonderbeilage aufmerksam lesen, die Fragen beantworten und am Gewinnspiel teilnehmen

VON ANKE GERSIE



Foto: Bistum Mainz

„Mainz als Einkaufsstadt überzeugt mich, weil gerade die Altstadt von vielen schönen Geschäften geprägt ist und wegen des Mainzer Wochenmarkts am Dom.“

Peter Kohlgraf,
Bischof von Mainz

In dieser Sonderbeilage zum 25. Jubiläum von Mainz City Management (MCM) finden Sie, liebe Leserinnen und Leser, viele Informationen zum Verein und seiner Bedeutung für die Stadt.

Wenn Sie die Geschichten dieser Beilage aufmerksam lesen, werden Sie kein Problem damit haben, die auf den zwölf verschiedenen Seiten verteilten Fragen richtig zu beantworten. Alle beziehen sich auf die Inhalte der verschiedenen Beiträge. Seien Sie dabei und finden Sie den richtigen Lösungssatz heraus, der das Motto von Mainz City Management widerspiegelt. Einfach mitmachen, die richtige Antwort geben, den dahinterstehenden Buchstaben notieren und an der passenden Stelle im Lösungssatz auf dieser Seite eintragen.

Tolle Gutscheine

Die VRM verlost unter allen richtigen Einsendungen, die bis zum Teilnahmeschluss am Freitag, 23. September, eingehen, drei attraktive Preise, die von Mitgliedsbetrieben von Mainz City Management zur Verfügung gestellt wurden.

Der Hauptgewinn ist eine Übernachtung für zwei Personen im Rheinblick-Zimmer im Mainzer Hotel Hyatt Regency samt Abendessen für zwei Personen inklusiv korrespondierender Getränke nach Wahl des Küchenchefs.

Der zweite Preisträger darf sich über einen Restaurantgutschein im Wert von 100 Euro für das Wirtshaus Zenz freuen. Und als dritter Gewinn winkt ein Einkaufsgutschein von KeepLocal im Wert von 50 Euro, der bei den



Wie schön Mainz ist, davon können sich die Gewinner des Rätsels dieser Sonderausgabe überzeugen. Foto: Guido Schiek



Im Hyatt Regency Mainz darf geschlemmt und eine Nacht verbracht werden. Foto: Hyatt Regency/T. Kraemer

teilnehmenden Mainzer Geschäften eingelöst werden kann.

Also: Machen Sie mit und gewinnen mit ein bisschen Glück einen dieser drei tollen

Preise! Die Teilnahme ist bis Freitag, 23. September 2022, online oder auf dem Postweg möglich.

Viel Spaß und Erfolg beim Rätseln!

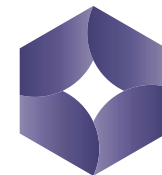
Regeln und Teilnahmemöglichkeiten

- **Teilnahme online:** Gehen Sie auf www.meine-vmr.de/ge-winnen oder scannen Sie den abgebildeten QR-Code ein. Bitte geben Sie als „Stichwort“ den gesuchten Lösungssatz vollständig an und ergänzen Sie Ihre Daten.

- **Teilnahme postalisch:** Senden Sie den vollständigen Lösungssatz unter Angabe Ihrer Kontaktdaten (Name, Adresse, Telefonnummer) an folgende Adresse:

VRM GmbH & Co. KG
Anke Gersie
Erich-Dombrowski-Straße 2
55127 Mainz

- Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



**HYATT
REGENCY™**
MAINZ

Zenz
BIER &
LEIBSPEISEN

KEEP LOCAL



16. Rätselfrage:

Was mag Bischof Kohlgraf besonders an Mainz?

- Den Wochenmarkt (E)
- Den Rhein (S)
- Das Stadion (B)

Bitte hier das Lösungswort eintragen:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----

genuss WERKSTATT

In der Genusswerkstatt verbinden sich Kreativität, Einzigartigkeit und Freiheit von der Norm zu einem Menü aus ganzheitlichem Genuss.

Geöffnet von Do bis Sa 19 Uhr.
Für Gruppen ab 8 Personen auf Anfrage auch an weiteren Tagen buchbar.

Ihr Gastgeber Carl Grünewald

ATRIUM HOTEL MAINZ SUPERIOR
GÄSTEBER DES JAHRES · TOP-ANLAGEHOTELIER WORLDHOTELS

Flugplatzstr. 44 · 55126 Mainz
Tel. 06131 491-0 · Fax 06131 491-128
info@atrium-mainz.de
www.atrium-mainz.de

Rheinland-Pfalz
GENERALDIREKTION KULTURSELLES ERBE

Kunstschätze aus frühester Siedlungszeit bis in die Moderne
LANDESMUSEUM MAINZ

www.landmuseum-mainz.de
Landesmuseum Mainz • Große Bleiche 49-51 • 55116 Mainz

MAINZER KAMMERSPIELE SPIELZEIT 22/23

klar kommen!

Spaziergang mit Ludwig
Über Beethovens Musik und Leben – ab 5 Jahren

Die meisten Afrikaner können nicht schwimmen
Poliisatire und Beziehungsdrama

Vater (Le Père)
Stück von Florian Zeller – als Film Oscar-prämiert

NEIN zum GELD
Erfolgskomödie aus Frankreich – klug und lustig

Delattre Dance Company
Zeitgenössisches Ballett der Spitzenklasse

Der Hund der Baskervilles
Sherlock Holmes berühmtester Fall

Achtsam Morden
Der Bestseller als Theaterereignis – ein Mordsvergnügen

Spötterdämmerung
Gemischte Gefühle im Dreiviertelakt – GOJ T-A-TR

Drei Wünsche sind einer zu wenig
Weihnachtsmärchen für Kinder – ab 4 Jahren

Mainzer Kammerspiele
Malakoff Passage
Rheinstraße 4, 55116 Mainz
Informationen und Bestellungen:
www.mainzer-kammerspiele.de
Telefon 0 61 31 22 50 02

www.mainzer-kammerspiele.de