

Maßnahmen zur Stärkung der Frankfurter Innenstadt

Corona hat die Umsätze massiv einbrechen lassen. Kunden bleiben fern: Touristen bleiben aus, viele Arbeitskräfte sind weiterhin im Homeoffice und es finden keine Messen statt.

Die Zeil erwartet unter Berücksichtigung der angekündigten Schließungen einen Einzelhandelsflächenleerstand von rund 30 %. Es ist damit zu rechnen, dass dieser Anteil weiter steigt.

Überdeutlich wurde in den vergangenen Monaten, dass ein professionelles Citymanagement in Frankfurt fehlt, das Maßnahmen zur Milderung der wirtschaftlichen Folgen der Corona Pandemie hätte gestalten können.

Ideen zur Stärkung der Innenstadt

- **Professionelles Citymanagement** aufbauen
- **Außergastronomie:**
 - Die Saison sollte verlängert werden können. Der Schutz gegen Regen, Wind und Kälte, darf nicht durch (bau-)rechtliche und ordnungsrechtliche Maßnahmen eingeschränkt oder verhindert werden. Es bedarf einer pragmatischen lokalen Lösung und/oder einer Änderung der HBO, da diese Fragestellung nicht nur für Frankfurt relevant ist.
 - Die Erlaubnis, bestehende Außergastronomieangebote temporär bis 31. Oktober 2020 zu erweitern, sollte ohne Antrag und ohne zusätzliche Gebühren verlängert werden.
- Für Kunden des Einzelhandels und der Gastronomie sollten **Kurzzeitparkmöglichkeiten am Straßenrand und in den Parkhäusern**, z. B. bis 4 Stunden, in der Innenstadt kostenlos angeboten werden.
- **Reduziertes ÖPNV-Ticket** am Samstag für Frankfurter und Kunden aus dem Umland.
- **Leerstandsflächenmanagement:** Um verödete Schaufenster zu verhindern, könnten leerstehende Flächen bespielt werden, bspw. in Zusammenarbeit mit Museen, Palmengarten, Zoo, TCF, Gastronomie (z. B. in Pop-up Konzepten), Kreativagenturen, Frankfurter Messebauern etc.
- **Mehr Kontrollen zur Erhöhung der Sicherheit und des subjektiven Sicherheitsgefühls** der Innenstadtbesucher zur Vermeidung von aggressivem Betteln, teilweise verbunden mit dominierendem Musizieren, aber auch Verhinderung exzessiver Feiern.

- **Attraktionen schaffen:** Um Frankfurter und Bewohner aus dem Umland wieder als Kunden in die Innenstadt zu locken, bedarf es Attraktionen. Die leerstehenden großen Flächen – Konstablerwache, Hauptwache, Rossmarkt und Rathenauplatz bieten genügend Raum – auch unter Corona Bedingungen – dafür. Mit entsprechenden Hygienekonzepten denkbar wären bspw.:
 - Ein wöchentlicher hochwertiger **Foodtruckmarkt** auf einem dieser Plätze – in Frankfurt gibt es 15 Foodtruckbetreiber, die aktuell keine/kaum Geschäftsmöglichkeiten haben. Diese Maßnahme böte sich auch nach Corona weiter an. Öffnung dieser Plätze auch für die Aktivitäten von Schaustellern.
 - **Weihnachtsmarkt** auf die Zeil bringen
 - **Große Eislaufbahn** auf zentralem Platz
 - **Open-Air-Kino** (in 2021)
 - **Palmengarten in die Innenstadt bringen** (in 2021)
- **Kostenlosen Lieferdienst** organisieren (z. B. in Kooperation mit Frankfurter Logostikdienstleistern, die als Sponsoren auftreten können).
- **Öffnung der Zeilfläche** für Aktivitäten.
- Aufbau einer **Innenstadtwebsite mit Händlerprofilen** und Möglichkeit eines Onlineshops.
- Ausbau der Kooperation zwischen TCF und Hotels zur Aktion „**Gast in der eigenen Stadt**“: Gastronomisches Angebot mit einbeziehen zur Stärkung der Hotellerie und Gastronomie.
- Deutschlandweite Kampagne: **Städtereise nach Frankfurt** mit „Kulturpaket“

Vor einer Kampagne steht die Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen in Zusammenarbeit mit den Unternehmen. Eine reine Werbekampagne wird keine Kunden nach Frankfurt zurückholen. Es bedarf Pull-Faktoren.