STADT ESSEN
Der Oberbürgermeister

Vorlage - öffentlich -		
lfd. Nummer **1764**	Jahr **2022**	Geschäftsbereich **OB**

Beratungsfolge	Sitzungstermin	Zuständigkeiten
Ausschuss für Digitalisierung, Wirtschaft, Beteiligungen und Tourismus	18.10.2022	Kenntnisnahme
Haupt- und Finanzausschuss	19.10.2022	Kenntnisnahme
Ausschuss für Stadtentwicklung, -planung und Bauen	20.10.2022	Kenntnisnahme
Bezirksvertretung für den Stadtbezirk I	25.10.2022	Kenntnisnahme
Rat der Stadt Essen	26.10.2022	Kenntnisnahme
Ausschuss für öffentliche Ordnung, Personal, Organisation und Gleichstellung	09.11.2022	Kenntnisnahme
Ausschuss für Verkehr und Mobilität	10.11.2022	Kenntnisnahme

Betreff

Gastronomiekonzept für die Essener Innenstadt

Datum: 12.10.2022	gez.: Oberbürgermeister Kufen

Beschlussvorschlag

Der Ausschuss für Digitalisierung, Wirtschaft, Beteiligungen und Tourismus, der Haupt- und Finanzausschuss, der Ausschuss für Stadtentwicklung, -planung und Bauen, die Bezirksvertretung für den Stadtbezirk I, der Ausschuss für öffentliche Ordnung, Personal, Organisation und Gleichstellung und der Rat der Stadt Essen nehmen das Gastronomiekonzept für die Essener Innenstadt zur Kenntnis.

Sachverhaltsdarstellung

Die EMG - Essen Marketing GmbH (EMG) hat im Frühjahr 2021 die Progacon / Fun Concept GmbH mit der Erstellung eines Gastronomiekonzeptes für die Innenstadt beauftragt und die Zwischenergebnisse vorgestellt (0516/2022/OB). Inzwischen liegen die Ergebnisse in Form eines Endberichtes, der als Anlage beigefügt ist, vor. Die wesentlichen Punkte sind im nachfolgenden zusammengefasst dargestellt.

Auf Grundlage der umfassenden Analysephase wurden Stärken-Schwächen-Analysen zu den drei räumlichen Entwicklungsschwerpunkten Willy-Brandt-Platz / Rathenaustraße, Hirschlandplatz / Theaterplatz und Flachsmarkt / Viehofer Straße erstellt. Diese dienen der Erstellung einer Vision über die Zukunft des jeweiligen Standortes.

Willy-Brandt-Platz / Rathenaustraße

Die Stärke des Standortes ist die Lage direkt am Hauptbahnhof. Aus Städten wie Dortmund oder Düsseldorf ist die Essener Innenstadt schnell und komfortabel zu erreichen und hat damit eine der besten Verkehrsanbindungen in Nordrhein-Westfalen. Zudem weist der Platz sehr gute Frequenzen und teilweise sehr attraktive Außengastronomiemöglichkeiten auf. Die Schwächen bestehen im Image des Standortes, da es sich nicht um einen gastronomisch gelernten Ort handelt, in der schwierigen Windsituation, der teilweise vorhandenen Verschattung und der subjektiven Wahrnehmung der Sicherheitssituation aufgrund der unmittelbaren Bahnhofsnähe. Aktuelle Risiken sind u.a. die Baustellensituation der nächsten Jahre, sowie die Berücksichtigung der Lärmsituation (angrenzendes Hotel). Chancen bestehen am Willy-Brandt-Platz vor allem in der zentralen Lage im Ruhrgebiet mit einer hervorragenden Erreichbarkeit, in der zukünftigen Neuausrichtung und Positionierung des Standortes als „Eingang zur Innenstadt“. Aber auch die Nähe zu den Konzernen südlich der Innenstadt bietet großes Potenzial an kaufkraftstarken Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die mittags und „after work“ für den Standort gewonnen werden können.

Die inhaltliche Ausrichtung sieht in der Vision folgendes vor: der Willy-Brandt-Platz soll ein „dritter Ort“ (neben Wohnen und Arbeiten) sein, der die vorhandenen Frequenzen nutzt und eine urbane Atmosphäre hat. Der schnellen Versorgung der Frequenzen kommt hier eine besondere Bedeutung zu. Einkaufen, Arbeiten, Tourismus und Anwohner sind die Zielgruppen / Motive des Standortes. Aufgrund der Ausstrahlungskraft und zentralen Lage des Platzes sowie der vorhandenen Frequenzen kann der Willy-Brandt-Platz mit der richtigen gastronomischen Ausrichtung eine Impulswirkung für die gesamte Gastronomieentwicklung der Innenstadt haben. Der Standort stellt zudem eine attraktive Entwicklungsachse zum Hirschlandplatz dar.

Die gastronomische Zukunftsausrichtung des Willy-Brandt-Platzes muss das Potenzial aufgreifen, welches der Standort aufgrund der zentralen Lage und der großen verfügbaren Flächen eine Ausstrahlungskraft für überregional relevante Konzepte haben kann. Auf der einen Seite müssen die Angebote passend dimensioniert sein, um die hohen Frequenzen (Shopping, Arbeiten, Wohnen) bedienen zu können, auf der anderen Seite muss das Angebot zumindest in Teilen urban und kleinteilig sein. Der Standort hat die Chance die Visitenkarte für jeden Besucher und jedes Produkt zu sein („Eingang zur Stadt“). Eine Kombination aus Gastronomie und Lebensmittelversorgung könnte aufgrund der umliegenden Potenziale im Bereich Willy-Brandt-Platz oder als „kulinarische Meile“ mit regionalen Produkten auf der angrenzenden Rathenaustraße verortet werden. Aufgrund der großen Zielgruppenvielfalt sollte das Angebot möglichst alle Zielgruppen und Budgets ansprechen.

Der Standort muss ein Mittelpunkt des Lebens sein und als „dritter Ort“ fungieren. Die Aufenthaltsqualität der Gastronomie muss dafür sorgen, dass die Menschen den Ort wahrnehmen, ausgebremst werden (Holz, Pflanzen, Gemütlichkeit, Blick brechen) und ein Ort der Kommunikation entsteht (Treffpunkt für Anwohner und Besucher; Mittagspause). Konzeptbeispiele sind: Marktplatz, Markthalle mit Nahversorgungsanteil; kleine Cafés, Startups auf Popup-Flächen, Streetfood, Bistro / Fast Casual; Retail-Gastronomie als Überleitung zur Kettwiger Straße; sehr gutes Eventpotenzial etc.

Hirschlandplatz / Theaterplatz

Die Stärken des Bereiches Hirschlandplatz / Theaterplatz liegen in der schönen Atmosphäre des Hirschlandplatzes mit ansprechender Architektur der umliegenden Gebäude. Zudem ist der Hirschlandplatz der einzige große Platz in der Innenstadt, an dem nicht gewohnt wird, was für Abendgastronomie eine wesentliche Rahmenbedingung darstellt. Aufgrund der Lage und des Sonnenstandes findet Gastronomie auf der Platzseite der Theaterpassage sehr attraktive Bedingungen vor. Die andere Platzseite (Deutschlandhaus) dagegen weist eine eher ungünstige Sonnenausrichtung auf. Die Chancen zur gastronomischen Entwicklung des Bereiches Hirschlandplatz / Theaterplatz sind sehr gut. Eine gastronomische Entwicklung der aktuell nicht genutzten Gastronomiefläche im Grillo-Theater (Erdgeschoss) kann eine positive Gesamtentwicklung des Standortes auslösen. Die gastronomische Entwicklung des Standortes Hirschlandplatz wird aufgrund des anstehenden Verkaufs- und Revitalisierungsprozesses der Theaterpassage sicherlich zeitlich nachgeordnet umgesetzt werden.

Zielgruppenschwerpunkte sind die Menschen, die dort in der Nähe arbeiten oder die Angebote des Grillo-Theaters bzw. der Lichtburg nutzen und die Zielgruppen, die Wert auf eine schöne Atmosphäre

und gute Qualität der Umgebung und des gastronomischen Angebotes legen. Als inhaltliche gastronomische Ausrichtung wird ein qualitativ gehobener Durchschnitt empfohlen. Der Aufenthaltsqualität, dem „sehen und gesehen werden“ und der Atmosphäre sowie dem Erlebnis kommt hier eine besondere Bedeutung zu. Hirschlandplatz und Theaterplatz befinden sich neben der Haupteinkaufs- und Frequenzlage Kettwiger Straße, sind jedoch sehr gut erreichbar. Zum Theaterplatz besteht eine Sichtbeziehung zur Kettwiger Straße. Beide Plätze weisen ein sehr gutes Potenzial für Außengastronomie mit einer längeren Verweildauer auf, da beide Plätze durch die architektonische und städtebauliche Qualität ein Alleinstellungsmerkmal aufweisen.

Aufgrund der vorhandenen Parkplätze, der guten Verkehrsanbindung, der besonderen Atmosphäre und Aufenthaltsqualität sowie der Nähe zu Grillo-Theater und Lichtburg sollten am Hirschlandplatz Angebote mit gehobenem Durchschnitt für eine etwas anspruchsvollere Zielgruppe positioniert werden, welche die vorhandene Lücke der Angebote mit Aufenthaltsqualität in der Innenstadt schließen. Lage, Rahmenbedingungen (Events, andere Konzepte im Umfeld) und die Sichtbeziehung zur Fußgängerzone sprechen dafür die Gastronomie-Fläche im Grillo-Theater zu reaktivieren. Die inhaltliche Ausrichtung könnte in Richtung Bistrokonzept (evtl. Restaubar) gehen, welche einen Fokus auf Frühstücks-, Brunch- und Mittagsgäste legt und abends die im Haus stattfindenden Events versorgt.

Um die anspruchsvollere Zielgruppe erreichen zu können und Erlebnisse zu bieten, sollten die Konzepte „Ecken und Kanten“ haben und sich von mainstreamigen Konzepten (z.B. am Kennedyplatz) deutlich unterscheiden. Individualität, Service und Gastgebermentalität müssen im Fokus stehen. Konzeptbeispiele sind: Community-Konzepte, Regionalität, Storytelling, Winehouse, Le Petit Chef, Fine Dining, Dessertrestaurant, Aperitif-Bar, Bar, wechselnde Angebote und evtl. Eventflächen.

Flachsmarkt / Viehofer Straße

Der Bereich Flachsmarkt / Viehofer Straße hat seine Stärken in großen Plätzen mit neuen Gestaltungsmöglichkeiten sowie dem bestehenden und etablierten Cluster am Viehofer Platz. Schwächen liegen in der teilweise schlechten Sonnenausrichtung und zum Teil fehlenden Außengastronomie, im negativen Image der Lage sowie in der wahrgenommenen Sicherheitssituation in diesem Bereich. Chancen bestehen in dem urbanen Multi-Kulti-Umfeld und der Nähe zur Uni Duisburg-Essen mit einer starken studentischen Zielgruppe. Zu den Risiken zählen die aktuell geringe Aufenthaltsqualität und mögliche Konflikte bzgl. Lärmimmissionen aufgrund der Anwohnersituation.

Zielgruppenschwerpunkte sind junge Menschen und Kreative. Die inhaltliche Ausrichtung ist urban, divers und besonders. Mit einer Mischung aus jungen, kreativen, ausgefallenen, innovativen und internationalen Konzepten und junger Kunst und Kultur können der Bereich Marktkirche / Flachsmarkt aufgewertet und vorhandene Frequenzen in die Viehofer Straße weitergeleitet werden. Auch aufgrund der multikulturellen Publikumsstruktur und der Nähe zur Universität kann hier ein buntes, modernes, abwechslungsreiches Angebot für Studenten, Kreative, junge und jung gebliebene Menschen entstehen. Erste zukunftsfähige Neuentwicklungen mit Impulswirkung wurden bereits angestoßen (Beispiel Poha-House am Pferdemarkt mit Co-Working und Co-Living). Der Nachnutzung der St. Gertrud-Kirche wird in diesem Zusammenhang ebenfalls eine große Bedeutung zukommen.

Die Vision für den Flachsmarkt und die Viehofer Straße sieht einen belebten Stadtteil vor, der Tag und Nacht Mittelpunkt des Lebens ist (Wohnen (z.B. Poha-House), Arbeiten, Ausgehen, Einkaufen) und einen hohen Communityanteil beinhaltet. Das Motto lautet „bunt“: Fassaden, Street Art, Luftballons, Blumen, Deko, Lichterketten, Werbeanlagen / Schriftzüge dürfen gerne bunt und außergewöhnlich sein, müssen aber gepflegt aussehen.

Das vorhandene Nightlifeangebot am Viehofer Platz wird aufgegriffen und über andere Zielgruppen erweitert.

Konzeptbeispiele sind: Startups / Gründer, Bar, Café, Kneipe / Pub, Retail-/ Boutiquegastronomie, vegan / vegetarisch / glutenfrei, Digitalisiert, Zero waste, plant based, Pokebowls, Frühstück 24/7, Hummus, Rahmen, local exotics, Unverpackt, alkoholfreie Bars, Konzepte mit Gesellschaftsspielen, Schnittenkonzept, Inklusion. etc.

Weitere geclusterte / zielgruppenspezifische Angebote sind:

- Wohnen: Quartiersgastronomie, inhabergeführte Cafés, Co-Dining

- Kinder / Familien: Familienrestaurants, Spielplätze mit angebundener Gastronomie, Erlebnisgastronomie, Regionalität
- Senioren: Seniorencafé, Brauhaus, gut bürgerliche Küche
- Community: Markthalle, Events, Treffpunkte, Communityhotel, Sharing-Konzepte

Diese zielgruppenspezifischen Angebote sind bisher noch nicht räumlich in der Essener Innenstadt verortet worden.

Darstellung der notwendigen gastronomischen Rahmenbedingungen

In der Schlussfolgerung sind gastronomische Rahmenbedingungen erforderlich, um Gastronomen für den Standort Essener Innenstadt begeistern und überzeugen zu können. Auch wenn die großen Rahmenbedingungen und das Potenzial des Standortes durch den Gutachter positiv bewertet werden, wird die große Herausforderung darin bestehen Unternehmen von einer Investition in den Standort zu überzeugen. Es muss „mutige Pioniere“ geben, die an den Erfolg des Standortes glauben und den ersten Schritt machen. Dann, so der Gutachter, werden weitere Ansiedlungen folgen.

Gute Rahmenbedingungen für die Gastronomie werden zukünftig aufgrund des großen Angebotes an verfügbaren Flächen und gebremster Expansionsgedanken (bedingt durch die schwierige Situation – wirtschaftlich, Hygieneanforderungen, Personalnotstand) extrem wichtig.

Umso wichtiger ist es, dass alle relevanten Akteure an den Rahmenbedingungen arbeiten, die die Basis für den wirtschaftlichen Erfolg der Unternehmen darstellen. Dazu gehören u. a.:

- Imagewandel für den Standort Innenstadt, der bisher nicht als Gastronomie- und Ausgehort etabliert ist
- ein Sicherheitskonzept
- das Schaffen von Abendfrequenzen
- die Erhöhung der Aufenthaltsqualität
- attraktive Außengastronomieflächen
- sowie eine Sensibilisierung und Unterstützung der Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer für das Thema Gastronomie.

Die kaufmännischen bzw. betriebswirtschaftlichen Rahmenbedingungen können in erster Linie von den Immobilieneigentümerinnen und -eigentümern gestaltet werden:

- realistische Miethöhen
- Unterstützung bei Investitionen in das Gebäude bzw. die Mietfläche z. B. in Form von Baukostenzuschüssen
- Ausgestaltung von Vertragslaufzeiten und Vertragsgestaltung

Auch auf der Genehmigungsebene müssen Rahmenbedingungen erfüllt werden:

- Planungssicherheit muss geschaffen werden
- die Verfahren müssen schnell bearbeitet und entschieden werden
- das ggf. auftauchende Problem der Stellplatzablöse muss wohlwollend gelöst werden
- mögliche Probleme mit dem Landesimmissionsschutzgesetz / mögliche Beschwerden von Anwohnern müssen vorab mitgedacht werden

Weiteres Vorgehen

Aufbauend auf der umfassenden Analyse folgt die Umsetzungsphase, bei der die Progacon / Fun Concept GmbH die Stadt Essen und die EMG intensiv begleiten wird. Grundlage sind die oben beschriebenen räumlichen Schwerpunktbereiche, auf die sich die Akteure in der ersten Phase der Umsetzung konzentrieren werden. In einer weiteren Phase können bei Bedarf weitere relevante Standorte und Immobilien identifiziert werden.

In der ersten Umsetzungsphase werden in Absprache mit allen Stakeholdern (EMG, Stadtentwicklung, Eigentümerinnen und -eigentümern, Anwohnerinnen und Anwohner und Gastronomen) passende

Ideen für den jeweiligen Standort entwickelt. Hier wird eine Konzentration auf folgende Bereiche stattfinden:

- **Willy-Brandt-Platz / Rathenaustraße:**
  - Visitenkarte / Aushängeschild der Stadt
  - Sichtbares Zeichen der Neuausrichtung der Innenstadt
  - Sehr wichtiger Impuls für die gesamte Innenstadt

- **Hirschlandplatz / Theaterplatz:**
  - Platz hat das Potenzial fehlende Zielgruppen zu begeistern
  - Gastronomie bei der Entwicklung der Immobilien mitdenken / berücksichtigen

- **Flachsmarkt / Viehofer Straße**:
  - Begeisterung junger, kreativer Zielgruppen

In einem weiteren Schritt werden Eigentümerinnen und -eigentümer sensibilisiert in Bezug auf notwendige Investitionen, Rahmenbedingungen, realistische Miethöhe und -dauer, angemessene Vertragsgestaltung etc. Zudem ist eine gezielte Ansprache geeigneter Betreiber vorgesehen, um diese für die Essener Innenstadt zu begeistern und ihnen direkt passende Flächen und Unterstützung bei den Vertragsverhandlungen anzubieten. Zur Unterstützung können als zusätzlicher Anreiz bis Ende 2023 Mittel des Verfügungsfonds Anmietung aus dem Sofortprogramm Innenstadt (2. und 3. Call) verwendet werden. Hier zahlen die Gastronomen bis Ende des Förderzeitraums lediglich 20 % der letzten Kaltmiete.

A. Gesamtkosten / Folgekosten

(Kostenberechnungen, Finanzierung und Veranschlagung siehe Anlage(n))

1. Investitionen / sonstiger einmaliger Aufwand: **Ja** ☐ **Nein** ☒

2. Kalkulatorische Kosten: **Ja** ☐ **Nein** ☒

3. Personalkosten (z.B. Stellen, Stellenanteile, sonstige Personalkosten): **Ja** ☐ **Nein** ☒

4. Sachkosten / sonstige Kosten: **Ja** ☐ **Nein** ☒

5. Vorlagenvorprüfung erforderlich: **Ja** ☐ **Nein** ☒

B. Auswirkungen auf den Klimaschutz

Stufe 1	Vor-Einschätzung der Klimarelevanz		
Auswirkungen auf den Klimaschutz	**+ positiv**	**0 keine**	**- negativ**
	☐	☒	☐