



»Mehr als  
nur ein neues Kaufhaus!«

**Dokumentation** der partizipativen Projekte für Südstädterinnen und Südstädter  
»Ein neues Herz für den Nürnberger Süden«

## **Im Schocken daheim**

*»Meine Mutter kochte gerne österreichisch-ungarische Küche. Und da brauchte sie natürlich Mohn. Gekauft wurde er im Ganzen, verarbeitet wurde er jedoch gemahlen. Und meine Mutter hat es tatsächlich geschafft, die Horten Mitarbeiter davon zu überzeugen, dass eine Mühle extra für Mohn an die Wand geschraubt wurde...*

*Ich glaub ja, dass meine Mutter die einzige war, die diese Mühle benutzt hat. Das war ein Service.«*

*(»Ein Kaufhaus – viele Geschichten«: Erzählwerkstatt zu Erinnerungen an Schocken/Merkur/ Horten/Kaufhof - Siggie Weckerle)*

»Mehr als nur ein neues Kaufhaus!«



**Dokumentation**  
der partizipativen Projekte  
für Südstädterinnen und Südstädter  
im Rahmen des Projektes  
»Ein neues Herz für  
den Nürnberger Süden«

## Mitwirkende an den Workshops

»**SüdstadtStories**« 52 Kinder und Jugendliche aus folgenden Einrichtungen: Jugendtreff Schloßäcker, Mittelschule Hummelsteiner Weg - AG Nürnberg - Meine Stadt, Schlupfwinkel e.V., Sonderpädagogisches Förderzentrum Jean-Paul-Platz - Klasse 8a, Wiesenschule - Klasse 4a

»**Flagge zeigen**« 43 Besucherinnen und Besucher des Familienfestes am Aufseßplatz

»**SüdstadtImage**« Karin Baumeister (Haus der Bilder), Herr Dragosavgevic (Tabalux), Fritz Endreß (Trachten Hülf), Andreas Schiffmann (Goldschmiede Schiffmann), Hilde Schlecht (Sportangler Zentrale), Eberhard Schneider (Netz der Möglichkeiten)

»**Südwärts**« Christian Autenrieth, Angela Boffilo (Eiscafé Armando), Matthias Damm (Casablanca), Inge Endreß (Trachten Hülf), Sabine Engelen, Alexandra Friedl-Peterding, Nils Groppe, Edeltraud Höppl, Eberhard Schneider (Netz der Möglichkeiten), Elmar Tannert

**In Kooperation** mit der TH Nürnberg Georg-Simon Ohm, Fakultät der Sozialwissenschaften unter Lei-

tung von Prof. Dr. Günther Gerhardinger, Alexandra Schwab und Christine Knoll, Lehrbeauftragte; Studierende: Christine Behrens, Olga Dell, Katharina Fiek, Franziska Grassl, Peter Keim, Lina Noll, Anna Rieger, Elena Scholl, Daniela Thoma

»**Stadtteilportrait**« Elke Dörr (Jugendmigration, Stadtmission), Kai Fenzel (Rummelsberger Dienste), Alexandra Frittrang (Chancen für junge Menschen, Stadtmission), Ursula Kube (Tauschring Gib&Nimm e.V.), Anneliese Laux (Migrationsberatung, BRK), Barbara Mahle (Noris Arbeit gGmbH), Henriette Schels (Rummelsberger Dienste), Frau Schneider (CHANCEN Gastro), Madlen Simon (Stadtteilkoordination, Stadt Nürnberg), Ümit Sormaz (Bürgerverein Süd), Esther Wagner (Elternbildungsprogramme, AWO), Jenny Wiegand (Jugendtreff Freiraum, AWO e.V.), Norbert Woop (Südpunkt, KUF)

»**Ein Kaufhaus – viele Geschichten**« Wilhelmine Angel, Ilse Anselment, Inge Aßmann, Elfriede Beier, Käthe Blaschke, Vasile Decker, Kiril Dimov, Doris Grasser, Petra Harles, Katharina Hertlein, Ernst Höss, Maria Horcher, Anna Kreisel, Maria Küsel, Martha Lautenschlager, Elisabeth Rechholz-Schönauer,

Sukumar Roy, Elisabeth Ruff, Elisabeth Schiller, Karlheinz Schorr, Meta Seibel, Elise Sommer, Lieselotte Spranger, Siggie Weckerle, Lieselotte Weyh, Ursula Würsching, Rosa Zweck

**In Kooperation** mit dem Geschichtenerzähler Martin Ellrodt und dem Georg-Schönweiß Heim

»**SüdstadtPost**« Gerd Bauer, Walter Bauer, Tanja Bauernschmidt, Winfried Baumann, Anna Bien, Horst Faigle, Rita v. Frantzkzy, Anton Hantschel, Edeltraud Höppl, Rita Kriege, Stephanie Löw, Alexander Kubatzky, Rosemarie Marosevic, Jeanett Mayer, Phillipe Mayer, Paul Müller, Uschi Neuwert, Bernd de Payrebrune, Jenny Pfahler, Wolfgang Pitsch, Lars Popp, Christian Rösner, Kirsten Schoppmann, Alexandra Schwab, Edmund Taubert, Bernhard Vetter, Fredder Wanoth, André Zschaler  
... und viele Südstädterinnen und Südstädter, die sich über das Bürgerbüro beteiligt haben.

**Mit besonderem Dank** an das Südstadtforum, den Südpunkt, Südstadt Aktiv e.V. und den Bürgerverein Süd für die tolle Unterstützung.

<b>Vorwort</b>	<b>S. 4</b>
<b>Möglichkeiten der Bürgerbeteiligung</b>	<b>S. 7</b>
<b>Workshop-Projekte:</b>	
<b>»SüdstadtStories«</b>	<b>S. 8</b>
Ein Wettbewerb für Jugendliche aus der Südstadt	
<b>»Flagge zeigen für die Südstadt«</b>	<b>S. 10</b>
Ein Beteiligungsprojekt für Südstadtfamilien	
<b>»SüdstadtImage«</b>	<b>S. 12</b>
Ein Workshop zu Perspektiven des Einzelhandels	
<b>»Südwärts«</b>	<b>S. 14</b>
SüdstädterInnen auf Spurensuche in ihrem Viertel	
<b>»Die Südstadt – ein Stadtteilportrait«</b>	<b>S. 16</b>
Einrichtungen und Initiativen berichten aus ihrem Stadtteil	
<b>»Ein Kaufhaus – viele Geschichten«</b>	<b>S. 18</b>
Erzählwerkstatt zu Erinnerungen aus dem Schocken/Merkur/Horten/Kaufhof	
<b>»SüdstadtPost«</b>	<b>S. 20</b>
Künstlerpostkarten für ein neues Herz	
<b>Workshop-Ergebnisse</b>	<b>S. 22</b>

## Vorwort

Als am 30.06.2012 die Kaufhof-Filiale am Aufseßplatz zum letzten Mal seine Pforten schloss, war es für viele Nürnbergerinnen und Nürnberger, insbesondere für die Menschen aus der Südstadt, als ob eine Ära zu Ende ginge. Für viele war und ist es mehr als nur ein einfaches Kaufhaus, denn viele verbinden mit dem Ort und seiner wechselvollen Geschichte persönliche und schöne Erinnerungen. In knapp 90 Jahren gab es viele Namen – zuerst war es der »Schocken«, dann der »Mercur«, später »Horten« und zuletzt eben der »Kaufhof«. Und je nach Alter des Gegenübers ist das bis heute so. Nun ist dieses lange Kapitel Geschichte und wir sollten gemeinsam nach vorne blicken – in die Zukunft. Denn auf dem Areal soll ein neues Stadtteil-Einkaufszentrum entstehen.

Die Stadt Nürnberg hatte sich kurz nach der Bekanntgabe der Schließung der Kaufhof-Filiale am Nürnberger Aufseßplatz im Juni 2011, unter dem Projekttitel **»Ein neues Herz für den Nürnberger Süden«** für ein Sonderprogramm im Rahmen des Experimentellen Wohnungs- und Städtebaus (ExWoSt) erfolgreich beworben. Durch die Aufnahme in das Modellvorhaben »Um- und Weiternutzung von Kauf- und Warenhäusern« wurden der Stadt für unser Projekt vom Bundesamt für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) insgesamt 240.000 Euro an Forschungsmitteln zur Verfügung gestellt. Diese Mittel nutzen wir, um die Übergangsphase bis zur Eröffnung eines neuen Stadtteil-Einkaufszentrums aktiv zu gestalten. Ziel ist es, den Austausch von Informationen und innovativen Ideen zwischen allen beteiligten Akteuren zu ermöglichen, z.B. durch die Einrichtung des Bürgerbüros als zentrale Anlaufstelle, für die Belebung der

Schaufenster oder die Zwischennutzung eines Teils der ehemaligen Verkaufsfläche.

Ich sehe mit dem neuen Bauvorhaben am Aufseßplatz und unserem begleitenden Projekt die große Chance, nicht nur die Südstadt zu stärken und attraktiver zu machen, sondern auch die Bürgerinnen und Bürger von Anfang an in den Prozess mit einzubinden und in den Austausch mit dem Eigentümer bzw. Investor des neuen Stadtteil-Einkaufszentrums treten zu lassen. Die Südstadt bedeutet Vielfalt und Wandel. Sie ist ein buntes, kompaktes Mosaik aus Wohnen, Gewerbe, Kultur und sozialen Einrichtungen – eine Stadt der kurzen Wege. Hier leben überdurchschnittlich viele junge Leute und Menschen mit den unterschiedlichsten Nationalitäten. Sie alle verleihen dem Stadtteil ein besonderes Flair und Potenzial. In sieben unterschiedlichen Workshops, deren Ergebnisse in dieser Broschüre übersichtlich zusammengefasst sind, haben wir versucht, diese Stärke einzufangen und für den Umstrukturierungsprozess nutzbar zu machen. Dabei freut es mich besonders, dass sich so viele Südstädterinnen und Südstädter aktiv an den Workshops beteiligt haben. Das große Engagement zeigt, wie wichtig ihnen ihr Stadtteil ist. Bei allen Beteiligten möchte ich mich herzlich dafür bedanken. Lassen Sie sich ermuntern, sich weiterhin an der Diskussion und den Initiativen zu beteiligen.



Ihr  
Dr. Michael Fraas  
Wirtschaftsreferent der Stadt Nürnberg





*»Der Schocken bleibt der Schocken ... und jetzt fehlt er!«  
(Wilhelmine Angel)*

*»Lebensmittel und Bekleidung brauchen wir wieder – alles wie's  
war und eine klare Struktur, damit ich weiß, wo ich was finde!«*

*»Was ich jetzt spüre, ist eine Leere,  
ein Stück Südstadtleben, das es nicht mehr gibt.« (Kiril Dimov)*





## Möglichkeiten der Bürgerbeteiligung



*»Die Südstadt ist anders als der Rest der Stadt.« (Doris Grasser)*

Bürgerbeteiligungen sind im Rahmen öffentlicher Planungsverfahren bekannt und bewährt. Eine breite und kreative Bürgerbeteiligung jedoch im Zuge großer privater Bauvorhaben durchzuführen ist mehr als ungewöhnlich und erfordert von Seiten des Eigentümers und Investors einen großen Vertrauensvorschuss. Die Form der Beteiligung benötigt hierbei einen klar abgesteckten Rahmen, der mit allen Projektpartnern im Vorfeld genau definiert werden muss. In Bezug auf **»Ein neues Herz für den Nürnberger Süden«** einigte man sich auf das so wichtige und zunächst etwas sperrige Thema **»Identität des Ortes«**.



Was bedeutet es, in der Südstadt zu leben? Was braucht die Südstadt? Wo liegen die eigentlichen Probleme? Diesen Fragestellungen sind über 200 Südstädterinnen und Südstädter nachgegangen und haben dabei differenzierte Antworten gefunden. Im Rahmen von zielgruppenspezifischen Workshops haben sich Jugendliche, Familien, Senioren, Einzelhändler und Künstler, Beteiligte unterschiedlichster Nationalitäten sowie ansässige Einrichtungen und Initiativen auf Spurensuche begeben, Geschichten erzählt, gefilmt, gezeichnet oder fotografiert, um nur einige Beispiele zu nennen. Die Ergebnisse wurden Anfang 2014 in den Schaufenstern des ehemaligen Kaufhofs präsentiert. Darüber hinaus werden die Ergebnisse aller Workshops dokumentiert und ausgewertet und so dem Eigentümer und dem Investor als weiterführende Ideensammlung übergeben.



Die Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger kommt interessanterweise workshopübergreifend immer wieder zu ähnlichen Ergebnissen. Einem Puzzle ähnlich fügen sich die Teilaussagen letztendlich zu einem Gesamtbild, das in dem Kapitel **»Workshopergebnisse«** dargestellt wird.

*»Was wäre ein Stadtteil ohne sein eigenes Herz als Impulsgeber?« (Nils Groppe und Christian Autenrieth)*

Der Schocken war es – ein Herz, ein Zentrum – von einem neuen Einkaufszentrum erwarten es sich viele.



Das Bürgerbüro am Aufseßplatz als weitere Möglichkeit der Bürgerbeteiligung ging Anfang April 2013 mit den Ansprechpartnerinnen und -partnern Rita von Frantzky, Alexandra Schwab und André Zschaler im ehemaligen Blumenladen an den Start.

## »SüdstadtStories«: Ein Wettbewerb für Jugendliche aus der Südstadt

Was ist das Besondere an der Südstadt? Was bedeutet dies für ein neues Einkaufszentrum? Das waren die Themen des Jugendwettbewerbs »SüdstadtStories«. Die Wahl der Mittel stand frei – ob Theater, Rap, Tanz, Fotoprojekt oder Literatur lag in der Entscheidung der beteiligten Akteure – den Jugendeinrichtungen sowie freien Gruppen aus der Südstadt. Beteiligt haben sich schließlich 52 Kinder und Jugendliche mit überaus spannenden Beiträgen.

Die Klasse 4a der Grundschule Wiesenstraße hat unter Leitung der Klassenlehrerin Tanja Bär und der Theaterpädagogin Gudrun Dietzfelbinger eine witzige Theaterperformance über Kaufhauserlebnisse entwickelt und präsentiert: **»Die Kaufhauerschule«**.

In der AG »Nürnberg – Meine Stadt« der Mittelschule Hummelsteiner Weg entstand gemeinsam mit der Lehrerin Gabi Weber die sehr einfühlsame und differenzierte Fotostory über das Lebensgefühl in der Südstadt: **»Southside«**.

Richtig spannend wurde das Filmprojekt der heilpädagogischen Tagesstätte Schlupfwinkel e.V. mit den Betreuern Stefan Belzer und Sandy Hofmann: **»christmas impossible«**. Agenten mussten hierbei das entführte Christkind aus den Untiefen des ehemaligen Kaufhofs befreien.

**»Southcity – ein Stadtteilführer von Jugendlichen für Jugendliche«** des Sonderpädagogischen Förderzentrums Jean-Paul-Platz, Klasse 8a, unter Leitung des Lehrers Jochen Schmid bietet interessante Informationen über die Südstadt. Angefangen bei der Geschichte des Stadtteils bis zu Einkaufs- und Praktikumsmöglichkeiten zeigt er die vielen Facetten des Quartiers.



»Die Kaufhauerschule«  
Grundschule Wiesenstraße



»Southcity«  
Sonderpädagogisches Förderzentrum Jean-Paul-Platz



Drei Mädchen vom Jugendtreff Schloßbäcker machten gemeinsam mit dem Betreuer Andreas Retzig und der Musikerin Felicia Peters eine Liebeserklärung an die Südstadt, den **»Südstadtrap«**. »In der Südstadt ist was los«, singen sie und »alles ist besser geworden, keine Furcht und keine Sorgen, wir kommen miteinander klar, egal was ist ... egal was war.«

Am 20. März fand eine große Präsentation aller Arbeiten statt. Die Theaterperformance »Die Kaufhauerschule« gewann den Publikumspreis, knapp gefolgt von dem Stadtteilführer »Southcity«. Darüber hinaus wurden aber alle Arbeiten mit einem Preis bedacht. Alle beteiligten Kinder und Jugendlichen erhielten Kinogutscheine für eine Vorstellung im Südstadtkino Casablanca.



Preisverleihung »Südstadtrap«, Jugendtreff Schloßbäcker



Prämierung



»christmas impossible«, Schlupfwinkel e.V.



Warum sollte ich?

Genau. Es lebe die Südstadt!

Weil wir hier wohnen und außerdem ist es in der Südstadt einfach viel zu schön. Auch wenn man sich über viel aufregen kann, will ich nirgends anders wohnen.

»Southside«, Foto-Story, Mittelschule Hummelsteiner Weg

## »Flagge zeigen für die Südstadt«: Ein Beteiligungsprojekt im Rahmen eines interkulturellen Familienfestes

43 Postkarten wurden im Rahmen eines Familiennachmittags am Aufseßplatz beschriftet und bemalt. Unter dem Motto »Ich wünsche mir ein Einkaufszentrum, in dem ich ...« äußerten die Südstädterinnen und Südstädter vielfältige Wünsche. Fast allen gemeinsam war der Wunsch, wieder wohnortnah Dinge des alltäglichen Bedarfs einkaufen zu können – vor allem Lebensmittel standen hierbei im Vordergrund, gefolgt von Sport- und Kinderbedarf sowie Bekleidung allgemein. Auch zu Komplementärnutzungen in den oberen Geschossen des neu geplanten Einkaufszentrums machten sich einige Gedanken. So wurde beispielsweise eine Bildungseinrichtung vorgeschlagen, um wieder mehr Leben auf den Aufseßplatz zu bringen, Kinderbetreuungsmöglichkeiten oder auch ganz grundlegend neue Arbeitsplätze für den Stadtteil gefordert.

Jede Postkarte wurde abschließend mit einer Flagge aus dem jeweiligen Herkunftsland des Autors verziert. Wer nicht selbst zum Stift greifen wollte, wurde von eifrigen Kindern unterstützt. So bunt wie die Nürnberger Südstadt sind auch die Karten geworden, von A wie Albanien bis U wie Ungarn haben sich Menschen aus 14 verschiedenen Ländern beteiligt.





### ► Auswertung der Postkarten

»Ich wünsche mir ein Einkaufszentrum, in dem ich ...«

#### Wünsche für ein Einkaufszentrum allgemein (Differenzierungen in Klammern):

- ... alles kaufen kann (Einzelnennungen: Elektro, Friseur, Kopiergeschäft, Apotheke)
- ... Lebensmittel kaufen kann (auch internationale Lebensmittel)
- ... Spiel- und Sportwaren kaufen kann
- ... Bekleidung einkaufen kann (auch für Kinder)
- ... es Spielmöglichkeiten für meine Kinder gibt (auch mit Betreuung)
- ... Drogeriewaren kaufen kann (mit Parfümerie, Schreibwarenabteilung, Reformhauswaren)
- ... das behinderten- und kindergerecht ausgestattet ist

#### Wünsche für Komplementärnutzungen für die Obergeschossen:

- ... Bildungseinrichtungen finde (Musikschule, Universität, Schule der Phantasie)
- ... Kleinkunst und Kultur finde (zu kleinen Eintrittspreisen)
- ... es Möglichkeiten zur Naherholung und Grünflächen gibt
- ... es auch Wohnungen gibt

#### Grundsätzliche Wünsche:

- ... dass wieder gute Stimmung am Aufseßplatz herrscht
- ... dass das Einkaufszentrum viele Arbeitsplätze schafft

Auch im Rahmen der Aktion »Wunschblume« äußerten Kinder Wünsche für ihre Stadt.



## »SüdstadtImage«: Ein Workshop zu Perspektiven des Einzelhandels

*»Die Südstadt ist tatsächlich das Zentrum des inhabergeführten Fachhandels der Stadt Nürnberg.«  
(Fritz Endreß, Vorsitzender der Händlervereinigung Südstadt Aktiv)*

Die Einzelhändler leiden unter der Schließung der Kaufhoffiliale besonders stark. Um so wichtiger war es, im Rahmen eines Workshops zu Perspektiven des Einzelhandels auch sie zu beteiligen und mit ihnen gemeinsam Wünsche und Ideen für ein neues Einkaufszentrum zu formulieren.

Ein schlechtes Stadtteilimage wurde der Südstadt bescheinigt, gespeist durch tatsächlich bestehende Probleme, aber auch forciert durch Vorurteile in der Öffentlichkeit. Da hat es auch der Einzelhandel nicht leicht. Ist für die Geschäfte des alltäglichen Bedarfs die Situation schon schwierig, so darbt der Fachhandel, der auf Kundschaft aus der Gesamtstadt und des Umlandes angewiesen ist, erst recht. Fehlende Kaufkraft im Stadtteil wird ebenso konstatiert wie eine zunehmende Verschlechterung des Sortiments. Frustration und Perspektivlosigkeit überwiegen im Stadtteil, seit der Kaufhof Mitte 2012 seine Türen geschlossen



hat. Um so dringender braucht die Südstadt einen neuen Einkaufsmagneten am Aufseßplatz.

Die Bespielung eines Handelsfensters in den Schaufensteranlagen des ehemaligen Kaufhofs ist als sogenanntes Impulsprojekt aus dem Einzelhandels-Workshop



hervorgegangen. Hierbei erhalten Mitglieder der Händlervereinigung »SüdstadtAktiv« die Möglichkeit, ihr eigenes Geschäft in einem Fenster über einen bestimmten Zeitraum zu präsentieren und ihre Firmengeschichte und –philosophie darzustellen.

*»Die Planungen für ein neues Einkaufszentrum sind die größte Chance seit Jahrzehnten für die Südstadt.«*

# SüdstadtImage - zur Situation des Einzelhandels

ZUSTAND DES ÖFFENTLICHEN RAUMS  
VERSTÄRKT SCHLECHTES IMAGE

ABER ZENTRUM DES INHABERGEFÜHRTEN  
FACHHANDELS IN NÜRNBERG

ZUNEHMENDE VERSCHLECHTERUNG DES  
EINZELHANDELS-SORTIMENTS

MANGELNDE KAUFKRAFT IM STADTEIL

SCHLECHTES IMAGE MIT VORURTEILEN

SITUATION 2013

EINZELHANDEL BRAUCHT EINKAUFMAGNETEN  
→ KUNDENSCHAFT AUS STADT + UMLAND

FRUSTRATION UND PERSPEKTIVLOSIGKEIT NACH  
SCHLISSUNG DES KAUFHOFES

AUFMERKSAMKEIT AUF BESONDERHEITEN  
DER SÜDSTADT LEGEN - "SÜDSTADTORIGINALE" ♪

Workshop für Einzelhändler im Rahmen des Projektes „Ein neues Herz für den Nürnberger Süden“

Foto: Majka Dietz



## »Südwärts – Südstädterinnen und Südstädter auf Spurensuche in ihrem Viertel«: Ein Ausstellungsprojekt

*»Die Südstadt ist mir eine Herzensangelegenheit!«  
(Eberhard Schneider, Herausgeber des Südstadtportals)*

*»Ich wünsche mir eine Begegnungsstätte für Jung und Alt.« (Edeltraud Höppl)*

Zehn Bewohnerinnen und Bewohner begaben sich gemeinsam mit Studierenden der TH Nürnberg auf Spurensuche, haben über die eigenen Alltagswege im Viertel nachgedacht, sich mit dem schwierigen Thema Identität und Identifikation mit dem Wohnort befasst und die Bedeutung eines neuen Einkaufszentrums für sich und den Stadtteil reflektiert. Die Studierenden haben ihre Projektpartner begleitet und deren Aussagen in Wort und Bild dokumentiert. Daraus hervorgegangen sind zehn Ausstellungsplakate, die sehr persönliche Statements enthalten, aber auch zum weiteren Nachdenken anregen.

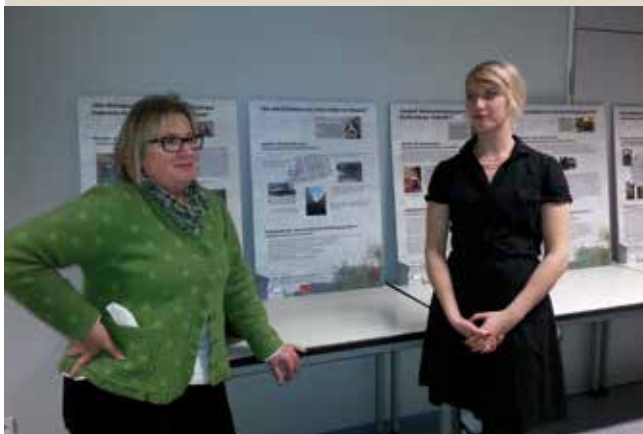
*»Der Aufseßplatz ist das Herz der Südstadt immer gewesen und wird es auch bleiben.«  
(Alexandra Friedl-Peterding)*

*»Das Kaufhaus würde für mich, wenn es kommt, nicht direkt Schaden oder Vorteile bringen, könnte allerdings, wenn es nicht kommt, den Stadtteil unattraktiver machen.« (Matthias Damm, Theaterleiter im Casablanca)*

*»Ich wünsche mir einen Treffpunkt – am liebsten was zum Abtanzen!« (Sabine Engelen)*

*»Klar hat sich die Südstadt sehr verändert. Aber wir ja auch. Alles verändert sich. Ich bin stolz darauf, in der Südstadt zu wohnen!« (Inge Endreß, Inhaberin von Trachten Hülff)*

*»Der Nürnberger Süden besteht für mich aus mehreren kleineren und größeren Herzen.«  
(Elmar Tannert, Schriftsteller)*





# Identität - die Südstadt und ich

„Ich lebe in meinem ganz persönlichen Südstadt-Kuchenstück“

Besonders wohl fühlt sich Herr Tannert in seinem ganz persönlichen „Südstadt-Kuchenstück.“ Dieses ist eingegrenzt durch die Bahngleise im Norden, die Pillenreuther Strasse im Osten, die Frankenstraße im Süden und die Tafelfeldstraße im Westen. Darin schätzt er vor allem bestimmte Orte, wie das Casablanca, den Hummelsteiner Park oder den Buchladen am Kopernikusplatz. Außerdem freut er sich über die Nachbarschaftskultur, die trotz Urbanität besteht. Er genießt die Anonymität der Stadt neben den persönlichen Beziehungen zu einzelnen Leuten aus seinem Viertel. Besonders schön findet er auch die traditionelle Entwicklung der Südstadt, was heute noch an den Strukturen der kleineren Einzelhandelsgeschäfte sichtbar ist. Diese kleinen Geschäfte sind es auch, die Herr Tannert außerdem sehr schätzt, auch wenn in den letzten Jahren verstärkt zu beobachten war, dass alteingesessene Geschäfte verschwanden und sich stattdessen Spielsalons und Handyläden ausbreiten.



1 Das „Casablanca“  
in der Brosamerstrasse 21



2 Die türkische Änderungsschneiderei  
in der Humboldtstrasse 84



3 Der Hummelsteiner Park

## »Die Südstadt – ein Stadtteilportrait«: Einrichtungen und Initiativen berichten aus ihrem Stadtteil

Dreizehn Teilnehmerinnen und Teilnehmer unterschiedlicher ansässiger Vereine und Stadtteilinitiativen entwickelten handlungsfeldbezogen ein konkretes Bild von der momentanen Situation in der Südstadt und überlegten darauf aufbauend, welche Bedeutung einem neuen Einkaufszentrum am Aufseßplatz zukommen sollte.

**Wohnen:** viel Altbauwohnbestand, oftmals unsaniert, kalt, da schlecht gedämmt, niedrige Mieten, Neuinvestitionen werden aber auch sichtbar, signalisieren »es passiert was im Viertel«

**Öffentlicher Raum und Wohnumfeld:** wenig Grünflächen, wenige Sport- und Spielplätze, Ladenleerstände, aber viele Fachgeschäfte

**Grün und Erholung:** Sport- und Grünflächen fehlen, auch Sitzflächen zum Innehalten, Kunst im öffentli-

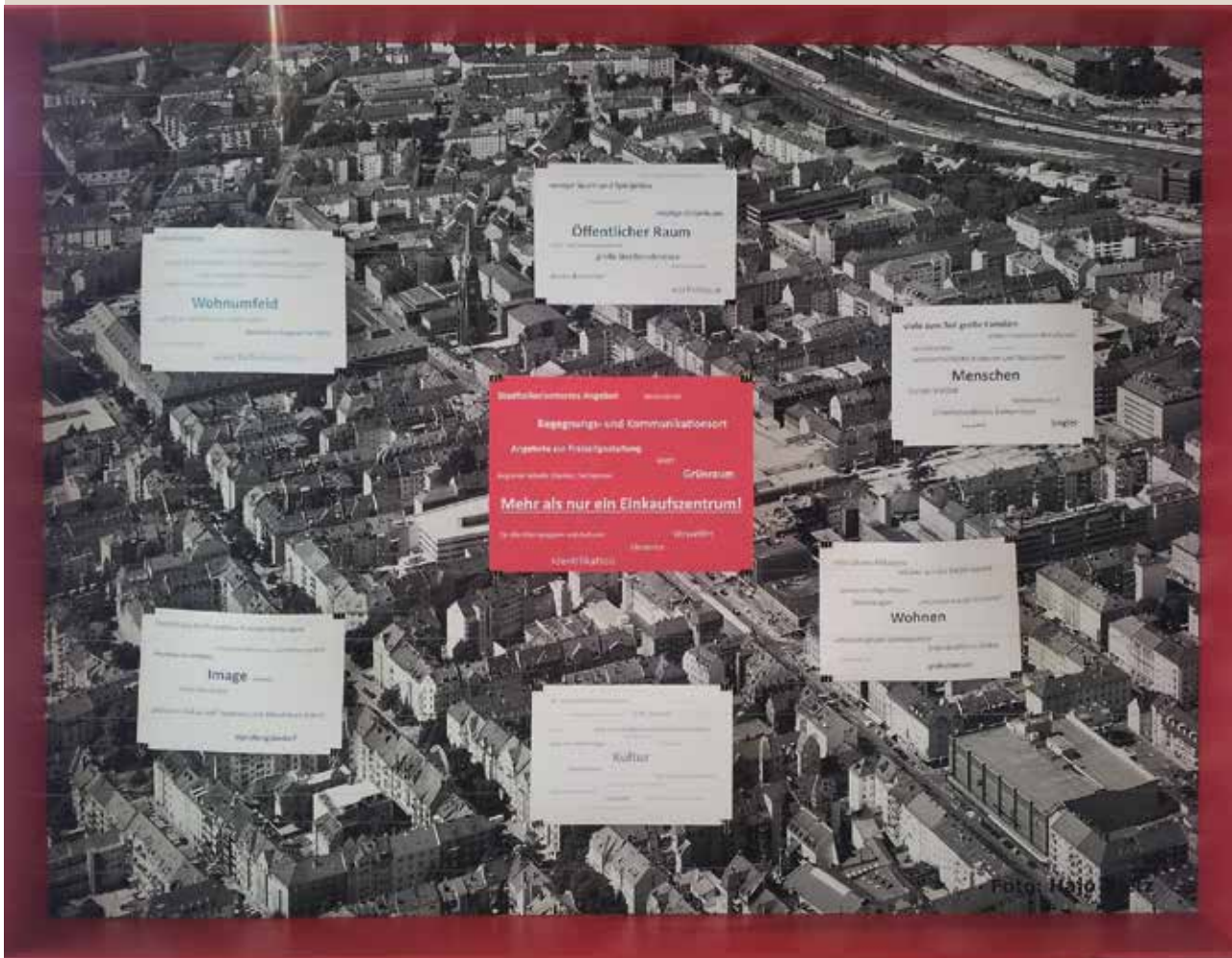
chen Raum, generell Raum für Kreatives ist zu wenig vorhanden, Verkehrs- und Lärmprobleme

**Kultur:** 44 unterschiedliche Kulturen, 140 Sprachen, DITIB-Eyüp Sultan Moschee, Südpunkt, Südstadtforum, Casablanca Kino, Kulturprogramm im Ringhotel Löw, Viele verschiedene Gemeinden und Vereine, Künstler-Ateliertage

**Image:** Probleme der Südstadt werden durch negative Pressemitteilungen noch verstärkt und vermitteln ein schlechtes Meinungs- und Stimmungsbild, Ausländeranteil hoch – mehr Ausgewogenheit herstellen, verkehrstechnisch nicht attraktiv – Radwege fehlen, größeren Fokus auf Positives und Attraktives legen, Grünflächen aufwerten, Aufseßplatz ist Anlaufstelle für Obdachlose, Verschmutzung im öffentlichen Raum

Über die Beteiligung am Workshop hinaus bringen sich die Einrichtungen und Initiativen auch regelmäßig durch Aktionen im leerstehenden Kaufhof und durch Ausstellungen in den Schaufenstern in die Projektarbeit ein.





## »Ein Kaufhaus – viele Geschichten«: Erzählwerkstätten zu Erinnerungen an Schocken/Merkur/Horten/Kaufhof

*»Dieser Ort: Mehr als das halbe Leben“ (Karlheinz Schorr, Betriebsrat und Verkäufer im ehemaligen Horten und Kaufhof)*

An insgesamt drei Nachmittagen trafen sich 28 Seniorinnen und Senioren aus der Südstadt, um unter Moderation des Geschichtenerzählers Martin Ellrodt in Erinnerungen zu schwelgen. Sie beschrieben Situationen, die sie gerne auch in einem neuen Einkaufszentrum wiederfinden möchten.

Ehemalige Verkäuferinnen und Verkäufer, aber auch viele Kundeninnen und Kunden des langjährigen Kaufhauses am Aufseßplatz erzählten Geschichten über eine sehr innige Beziehung zu einem Ort, der ihrer Meinung nach mit Recht als »Herz« der Südstadt bezeichnet werden kann.

Die Identifikation mit dieser so eigenen südstadtspezifischen Einkaufswelt ist groß. Über mehrere Generationen hinweg spiegelte sich das Familienleben in den verschiedenen Abteilungen. Bestaunten sie als Kinder noch die schönen Weihnachtsdekorationen, so kauften sie als Erwachsene später für ihre eigenen Kinder wiederum dort die Ausstattung. Und auch für deren Kinder war das Kaufhaus der alltägliche Dreh- und Angelpunkt. Als Ort der Begegnung und der Kommunikation beschreiben es viele.

*»Es gab nichts, was es nicht gegeben hat.«  
(Doris Grasser, ebenfalls langjährige Verkäuferin)*

Andere berichten vom »Spazieren gehen im Kaufhof«. Viele Familienfeste wurden im Restaurant im obersten Stockwerk gefeiert.

Die Schließung traf alle hart. Vor allem ein qualitativ hochwertiger Supermarkt wird vermisst, »ihren Edeka« wünschen sich viele Südstädterinnen und Südstädter zurück. Aber auch andere Dinge des alltäglichen Bedarfs gibt es jetzt im Stadtteil nicht mehr zu kaufen, zumindest in der Qualität, die viele erwarten. Doch die Hoffnung auf ein neues Einkaufszentrum bleibt bestehen, auch wenn einige fürchten, dass sie die Neueröffnung gar nicht mehr erleben.

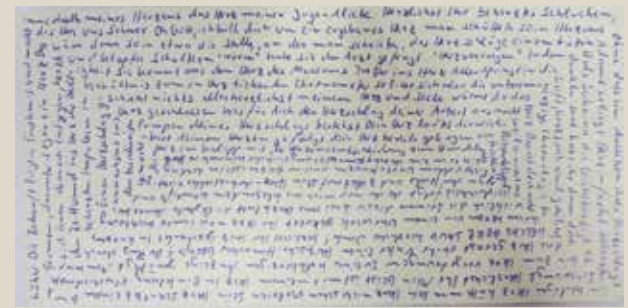
*»Man hat eigentlich immer jemanden getroffen, wenn man reingegangen ist, ohne es vorher zu wissen oder sich zu verabreden.«  
(Sukumar Roy)*

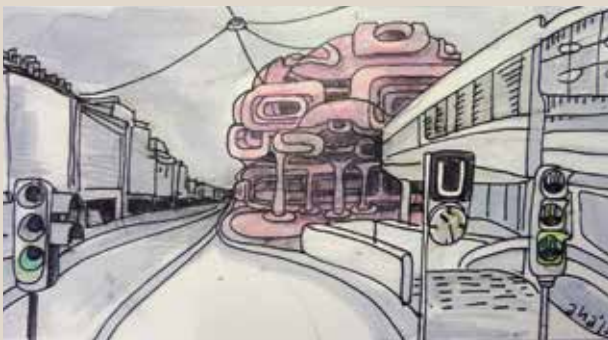




## »SüdstadtPost – Künstlerpostkarten für ein neues Herz«: Ein Ausstellungsprojekt

Künstlerinnen und Künstler aus der Südstadt gestalten 45 Postkarten zum Thema Identität und setzen sich hierbei mit dem Aufseßplatz und seinem Einkaufszentrum in vielfältigster Form auseinander. Im Frühsommer werden die gerahmten Karten für einen guten Zweck versteigert.





## Workshop-Ergebnisse

### Die Südstadt in der Wahrnehmung ihrer Bewohnerinnen und Bewohner

»Die Südstadt ist anders als der Rest der Stadt« – diese Botschaft wurde uns immer wieder übermittelt. Der Arbeitnehmerstadtteil mit seinem Arbeitnehmerkaufhaus bot zu Beginn des 20. Jahrhunderts eine Vielzahl von Arbeitsplätzen in großen Firmen wie beispielsweise den Schuckert Werken, MAN oder Leistritz – der Stadtteil war modern. In den 60er und 70er Jahren stellte die Südstadt eine ernst zu nehmende Konkurrenz zur Nürnberger Innenstadt dar. Nicht nur die Bewohnerinnen und Bewohner liebten ihren Stadtteil, auch die Bevölkerung aus dem Umland kam gerne in die Südstadt, um dort einzukaufen.

*»1967 haben wir im Horten 107 Millionen D-Mark umgesetzt, so viel wie Kaufhof und Hertie in der Innenstadt zusammen.«  
(Karlheinz Schorr)*

Ein existentieller Bruch erfolgte durch die strukturellen Umbrüche der 80er und 90er Jahre. Viele große Werke schlossen, die Arbeitslosigkeit im Stadtteil stieg rapide an. Heute zeichnen viele Südstädterinnen und Südstädter ein anderes Bild. Nach wie vor ist bei den Alt-eingesessenen eine tiefe Verwurzelung zu spüren, die jedoch auch mit Traurigkeit vermischt ist – über den steigenden Verlust an Lebensqualität im Viertel, über heruntergekommene Straßen, über unsolidarische Mitbürger, über das schlechte Image. Neu Hinzugezogene kämpfen oft mit dem Imageproblem, hören Sätze wie, »was, jetzt wohnst Du in der Südstadt?!« und fühlen sich doch wohl. Sabine Engelen, seit einem halben Jahr Südstädterin spricht von ihrem »neuen Zuhause«. Es sind oft die stadt-

*»Ich lebe in meinem ganz persönlichen Südstadt-Kuchenstück.« (Elmar Tannert)*

räumlichen Nischen, die die Bindung zum Stadtteil erhöhen, die vielfältige Alltagskultur: Orte wie das Kino Casablanca in der Brosamerstraße, der Hummelsteiner Park oder der nette Bäcker um die Ecke.

#### ► **Der Einkaufsstandort Südstadt und seine Entwicklungsperspektiven**

Nach Schließung des Kaufhofs haben sich die Alltagswege der Südstädter verändert. Da bestimmte Sortimente wie beispielsweise ein vollwertiger Supermarkt, Bekleidung aber auch Spiel- oder Schreibwaren fehlen, verlagern sich Einkäufe nun oft in die Innenstadt. Darunter leiden auch die umliegenden Einzelhandelsgeschäfte, denen nun ein sogenannter Frequenzbringer fehlt.

*»Die Südstadt braucht auf jeden Fall ein neues Zentrum. Das ist ein Magnet!«  
(Inge Endreß)*

Die Händler erwarten sich durch ein neues Einkaufszentrum den seit langem notwendigen Innovations-schub. Kurbelt ein neues Einkaufszentrum das Geschäft an, so können auch umliegende Einzelhandelsgeschäfte die seit langem fälligen Privatinvestitionen tätigen und ihr Sortiment wieder aufstocken und dadurch verbessern. Auch das bisherige Alleinstellungsmerkmal des Fachhandelszentrums Südstadt würde

*»Ich kann mir nicht vorstellen, in einem anderen Stadtteil von Nürnberg zu leben.«  
Aber auch: »Ein Einkaufszentrum wäre für die Südstadt wichtig, da es diese nicht nur aufwerten, sondern auch dem Verfall vorbeugen würde.« (Alexandra Friedl-Peterding)*

dadurch gestärkt. Die Verlagerung der Alltagswege nimmt in der Wahrnehmung vieler Südstädterinnen und Südstädter auch Einfluss auf den öffentlichen Raum im direkten Umfeld des Aufseßplatzes. Von der Zunahme des Alkohol- und Drogenkonsums auf dem Platz wird berichtet, von zunehmender Unsicherheit, nachts alleine den Platz zu queren und von Vermüllung ist die Rede.

*»Ich wünsche mir, dass wieder gute Stimmung herrscht auf dem Aufseßplatz. Dann passt wieder alles.«*

Auch hier kann ein neues Einkaufszentrum einen wichtigen Impuls für eine bessere Durchmischung und damit mehr Lebendigkeit auf dem Platz setzen.

#### ► **Das Generationenprojekt Südstadtkaufhaus – eine langjährige Wechselbeziehung**

Die Südstadt braucht einen Nachfolger für den Schocken, aber das neue Einkaufszentrum braucht auch die Südstadt. Viele der 100.000 potentiellen Kunden aus dem Umfeld wünschen sich ein stadtteilorientiertes Sortiment, das die bereits bestehenden Einzelhandelsgeschäfte im Quartier ergänzt und ein ausgewogenes mittelpreisiges Angebot bereitstellt. Es gibt vielfältige Ressourcen im Stadtteil, die es nun zu nutzen gilt.



*»Diesen Ort werde ich immer mit meiner Kindheit verbinden!« (Petra Harles)*

*»Als wir von Kaufhof übernommen wurden, haben sie das Sortiment umgestellt ... dann haben wir deutschlandweit die gleiche Ware gehabt. Aber das, was die Südstädter wollten nicht – und das haben sie uns übel genommen.« (Doris Grasser)*

► **Ein Einkaufszentrum mit Strahlkraft**

*»Die Südstadt braucht ein Alleinstellungsmerkmal.« (Kai Fenzel)*

»Ein grünes Gebäude«, schlägt ein Workshopteilnehmer vor, könnte für das Einkaufszentrum aufgrund des bestehenden Gründefizits in der Südstadt zum Alleinstellungsmerkmal werden, wenn sich das Thema Grün als gestalterisches Element durch alle Bereiche ziehen würde, sei es durch einen Stadtgarten auf dem Dach oder beispielsweise vertikales Grün an den Fassaden – grün auf allen Ebenen. Die Südstädter sollen sich mit ihrem neuen Einkaufszentrum identifizieren können. Und – auch das betonen viele – es sollte sich von den großen Häusern der Innenstadt absetzen – inhaltlich, aber auch gestalterisch.

*»Die Vielfältigkeit der Südstadt-Bewohner sollte sich definitiv im Angebot des neuen Gebäudes widerspiegeln – sowohl in der Architektur und Kultur wie auch in der Gastronomie und im Handel. Vergleicht man die Südstadt mit anderen Stadtteilen, so reichen dort oftmals uni-*

*forme Angebote, hier in unserem Stadtteil muss jedoch mehr Variabilität vorhanden sein.«  
(Nils Groppe und Christian Autenrieth)*

► **Einkaufswelten**

*»In der Südstadt gibt es viele ältere Leute. Wir brauchen wieder was zum Einkaufen, wo wir alles bekommen können. Vor allem die Fischtheke im Supermarkt wird sehr vermisst.« (Meta Seibel)*

Übereinkunft bei allen Beteiligten besteht darin, dass auf jeden Fall wieder ein Supermarkt mit Vollsortiment in das neue Einkaufszentrum integriert werden soll. Manche wünschen sich auch Marktstände mit internationalen Spezialitäten, die die kulturelle Vielfalt im Stadtteil widerspiegeln.

*»Die Zeit der großen Kaufhäuser ist vorbei.« (Matthias Damm)*

Die Ansiedlung weiterer Geschäfte wird gewünscht. Viele denken über kleinteiligere Strukturen nach. Bekleidung, Spiel- und Sportwaren, Schreibwaren und auch Reformkost werden immer wieder genannt.

► **Ein Ort der Begegnung und Kommunikation**

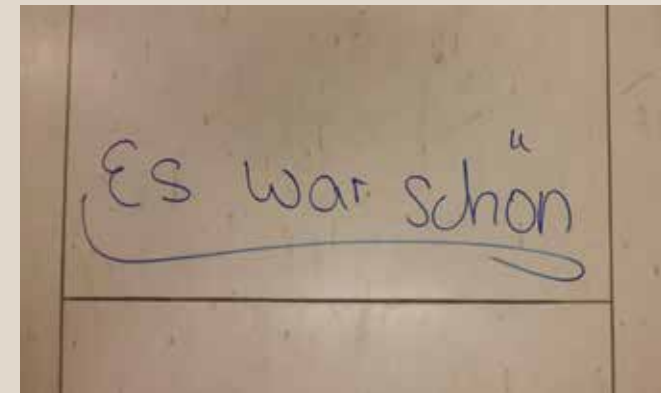
Wichtig ist aber auch, dass ein neues Einkaufszentrum Platz zum Verweilen, Ruhen, Begegnen und Flanieren bietet. Dies könnte beispielsweise bereits mit der Konzeption kleiner Kommunikationszonen mit senioren-

gerechten Sitzbänken in einem neuen Einkaufszentrum erreicht werden. Denn gerade ältere Südstädterinnen und Südstädter berichten immer wieder von ihren Ausflügen zum ehemaligen Schocken, bei denen sie nur mal zum »Gucken« und »auf ein Schwätzchen« hingegangen sind.

*»Viele Bekannte sind dort hingegangen, wenn sie sich einfach ein bisschen entspannen wollten.«*

In den Obergeschossen sollten Einrichtungen angesiedelt werden, die dem Stadtteil zugutekommen und eine Belebung des Ortes auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten gewährleisten. Genannt werden explizit Kunst und Kultur, Gastronomie und Sport bzw. ein Indoorspielplatz sowie Kinderbetreuungsmöglichkeiten.

*»Ich wünsche mir eine Stadt, in der die Dächer grün sind, dort Pflanzen wachsen und die Menschen sich gemeinsam um das Wachstum kümmern.«  
(Aktion Wunschblume)*





## Einkaufswelt Kaufhaus

*»Meine Mutter hat alle ein bis zwei Monate so einen richtig großen Großeinkauf im Horten gemacht. Da musste dann die ganze Familie mit. Im Konvoi waren wir mit drei bis vier Einkaufswägen im Supermarkt unterwegs und haben sie voll bis oben hin geladen. Und das Tolle war, damals gab es einen Lieferservice. Man hat seine Einkäufe an der Kasse durchgegeben, bezahlt und dann haben die das in Container gepackt. Ein, zwei Tage später kam der Laster von Horten bei uns zu Hause vorgefahren. Die Fahrer haben die acht, zehn bis zwölf Kisten reingeschleppt, die Hälfte in den Keller, die andere Hälfte in den 3. Stock.«*

*(»Ein Kaufhaus – viele Geschichten«:*

*Erzählwerkstatt zu Erinnerungen an Schocken/Merkur/ Horten/Kaufhof – Siggie Weckerle)*

## Impressum

### Herausgeber

Stadt Nürnberg, Wirtschaftsreferat  
Theresienstr. 9, 90403 Nürnberg

### Redaktion

Amt für Wohnen und Stadtentwicklung  
Hans-Joachim Schlöbl  
Christian Scholl

Rita von Frantzky, Fa. Bayerngrund  
Alexandra Schwab, Planungsgruppe Meyer-Schwab-Heckelsmüller GbR

### Grafische Umsetzung

schröders büro // nürnberg

### Abbildungsnachweis

S. 5: Stadtarchiv Nürnberg (A76\_RF\_45\_F1\_14, A40\_L\_4704\_24, A38\_F\_11\_8)

alle anderen Aufnahmen: Rita von Frantzky, Alexandra Schwab, André Zschaler, Nürnberg

**Druck** Hofmann Druck, Emmericher Str. 10, 90411 Nürnberg

**Auflage** 1000

**Erscheinungsdatum** April 2014

[www.wohnen.nuernberg.de](http://www.wohnen.nuernberg.de)





[www.wohnen.nuernberg.de](http://www.wohnen.nuernberg.de)

Amt für Wohnen und Stadtentwicklung