

Der Oberbürgermeister

Landeshauptstadt Erfurt . Der Oberbürgermeister . 99111 Erfurt

Fraktion Mehrwertstadt
Fischmarkt 1
99084 Erfurt

Drucksache 1511/26; Anfrage nach § 9 Abs. 2 GeschO; „Pop-up-Store | F11“; öffentlich

Sehr geehrte Damen und Herren,

Erfurt,

Ihre Anfrage beantworte ich wie folgt:

1. Wie viele Anfragen gab es seit Bestehen des Pop-up-Stores für die Nutzung pro Jahr und wie vielen Interessierten musste jeweils abgesagt werden?

Der Pop-up-Store besteht seit 2018. Im „Gründungsjahr“ gab es zwei Anfragen von Interessierten, die auch beide den Store genutzt haben.

Für die Jahre 2019 bis 2026 stellen sich die Zahlen hinsichtlich der Anfragen und Absagen wie folgt dar:

2019	21 Anfragen, 7 tatsächliche Nutzer
2020	16 Anfragen, 11 tatsächliche Nutzer
2021	23 Anfragen, 9 tatsächliche Nutzer
2022	23 Anfragen, 13 tatsächliche Nutzer
2023	32 Anfragen, 20 tatsächliche Nutzer
2024	27 Anfragen, 16 tatsächliche Nutzer
2025	49 Anfragen, 17 tatsächliche Nutzer
2026	44 Anfragen, bis 09/2026 stehen 9 Nutzer fest

Im Durchschnitt musste seitens der Stadt pro Jahr 2 Interessierten abgesagt werden, da sie die Kriterien für die Anmietung des Pop-up-Stores nicht erfüllten. Weitere Gründe, warum eine Nutzung nicht zustande kam, waren insbesondere die Rücknahme der Bewerbung durch die Anfragenden, die Stornierung des bereits erstellten Mietvertrages durch den Mieter, kein passender Mietzeitraum und die damit verbundene Verschiebung der Anfrage ins Folgejahr.

2. Inwiefern passt die Einmietung der Sparkasse mit dem Projekt Money Vibes vom 13.04. bis 29.05.2026 zum Konzept des „Pop-up-Stores | F11“ und welche Prüfkriterien wurden für die Entscheidung zu Grunde gelegt?

Der Pop-up-Store ist mit seiner grundsätzlichen Ausrichtung ein Ort für Neugründungen, kreative Konzepte, junge Unternehmen und wechselnde Formate mit stadtesellschaftlichem Mehrwert. Dieses Profil wird durch einzelne zeitlich befristete Nutzungen nicht verändert.

Vor diesem Hintergrund ist auch die Präsenz der Sparkasse Mittelthüringen mit dem Projekt Money Vibes zu betrachten. Die Sparkasse ist nicht mit einem privaten Kreditinstitut im klassischen Sinne gleichzusetzen, sondern eine Anstalt des öffentlichen Rechts mit einem klaren öffentlichen Auftrag. Die Landeshauptstadt Erfurt ist zudem selbst Träger der Sparkasse Mittelthüringen.

Hinzu kommt, dass das von der Sparkasse eingereichte Konzept ausdrücklich auf die Ansprache junger Menschen ausgerichtet war. Ziel war es demnach, in einem zeitlich befristeten Format zu erproben, wie junge Zielgruppen in einer modernen, offenen und niedrigschwelligeren Umgebung besser erreicht werden können. Vorgesehen waren dabei nicht nur Beratungsgespräche, sondern auch Formate wie Themenabende, Workshops und ein Austausch auf Augenhöhe durch junge Beraterinnen, Berater und Auszubildende. Damit wies das Konzept über eine reine Produktpräsentation hinaus und knüpfte an Fragen der finanziellen Bildung, der Alltagskompetenz und der zielgruppengerechten Ansprache junger Menschen an.

Dies passte auch deshalb in den weiteren Rahmen, weil der öffentliche Auftrag der Sparkasse gerade nicht auf Gewinnerzielung im engeren Sinne reduziert ist. Zu ihren Aufgaben gehört es, die Bevölkerung und die regionale Wirtschaft mit geld- und kreditwirtschaftlichen Leistungen zu versorgen, Sparen und Vermögensbildung zu fördern sowie finanzielle Eigenvorsorge und Selbstverantwortung zu stärken. Dazu zählt ausdrücklich auch die Ansprache junger Menschen.

Die Nutzung des Pop-up-Stores durch die Sparkasse war zeitlich begrenzt und setzte das Konzept des Pop-up-Stores nicht außer Kraft. Bereits in der Vergangenheit haben auch andere punktuelle Präsentationen, etwa durch die Fachhochschule Erfurt oder den Landesfilmdienst Thüringen e. V., gezeigt, dass einzelne Formate die grundsätzliche Ausrichtung des Stores nicht infrage stellen. Vielmehr lebt das Format gerade davon, unterschiedliche, thematisch passende Nutzungen zeitweise zu ermöglichen, ohne seinen Kern zu verlieren.

Aus Sicht der Wirtschaftsförderung ist daher entscheidend, dass die Gesamtausrichtung des Pop-up-Stores gewahrt bleibt. Das war hier der Fall. Der Store bleibt ein flexibler Ort für neue Ideen, wechselnde Konzepte und unterschiedliche Zielgruppen. Die zeitlich befristete Präsenz der Sparkasse Mittelthüringen ist vor diesem Hintergrund als punktuelle Nutzung eines öffentlich-rechtlichen Partners mit regionalem und gesellschaftlichem Auftrag einzuordnen.

3. Weshalb wurde im Zuge der Einmietung gestattet, im „Pop-up-Store | F11“ im hinteren Bereich mehrere Wände dauerhaft lila zu streichen?

Im Rahmen der Nutzung des Pop-up-Stores wurden durch die Sparkasse (in Absprache mit dem Amt für Wirtschaftsförderung) verschiedene Renovierungsarbeiten durchgeführt, die für den Store eine immense Aufwertung bedeuten. So wurden u. a. alle Wände gestrichen, davon drei Wände lila, ein neuer hochwertiger Fußboden gelegt, die Podeste in den Schaufenstern weiß gestrichen und die Treppenstufen zu den hinteren Räumen mit dem zum Fußboden passenden Material verkleidet. Da einige Stellen an der vorher lila gestrichenen Wand verspachtelt werden

mussten, wurde diese Wand erneut gestrichen. Aus Nachhaltigkeitsgründen wurde vereinbart, dass die zwei lilafarbenen Wände im hinteren Bereich nicht geändert werden. Sollte es zukünftig Hinweise der Mieter geben zum negativen Einfluss der Farbgebung auf das zu erprobende Geschäftsmodell, wird das Amt für Wirtschaftsförderung für eine Nachbesserung sorgen.

Mit freundlichen Grüßen

A. Horn