

- Mitteilung -

Federführender Bereich			Beteiligte Bereiche			
Stadtplanung			80/ Wirtschaftsförderung			
Vorlage für Ausschuss für Stadtentwicklung, Bau und Umweltschutz <u>Betrifft:</u> (ggf. Anlagen bezeichnen) Regionale 2010 [i3] - Initiative Integrierte Innenstadtentwicklung Sachstandsbericht						
Namenszeichen des federführenden Bereichs			Namenszeichen Beteiligte Bereiche			
Sachbearbeiter/in	Leiter/in	Datum	80/ Wirtschaftsförderung			
		19.08.2009				
Namenszeichen						
Verwaltungsdirektor/in	Fachdezernent	Kämmerer	Bürgermeister			
Bearbeitungsvermerk						

STADT WESSELING

Der Bürgermeister

Vorlagen-Nr.: 139/2009

Sachbearbeiter/in: Silke Rheinschmidt
Datum: 19.08.2009

öffentlich

nichtöffentlich

Beratungsfolge:

Ausschuss für Stadtentwicklung, Bau und Umweltschutz

Betreff:

Regionale 2010
[i3] - Initiative Integrierte Innenstadtentwicklung
Sachstandsbericht

Beschlussentwurf:

Der Ausschuss für Stadtentwicklung, Bau und Umweltschutz nimmt den Sachstand der Stadtmarketing-Aktionen des Projektes [i3] – Initiative Integrierte Innenstadtentwicklung zur Kenntnis.

Sachdarstellung:

Die Entwicklung, Neugestaltung und Belebung der Innenstadt ist eine der zentralen Aufgaben Wesselings im Rahmen der Regionale 2010. Zu diesem Zweck hat der Rat in seiner Sitzung am 11.3.2008 das Projekt [i3] – „Initiative Integrierte Innenstadtentwicklung“ beschlossen. Durch den Prozess [i3] soll die Entwicklung der Innenstadt gemeinsam mit ihren Akteuren und Nutzern – den Bürgern, Immobilienbesitzern, Dienstleistern, Einzelhändlern und Gastronomen – vorangetrieben werden. Weder ein reiner Umbau der Innenstadt noch ein alleiniges Stadtmarketing oder die Förderung des Einzelhandels können die Innenstadt allein aufwerten. Nur die Kombination von städtebaulicher Umgestaltung, Einbeziehung verkehrlicher Aspekte, Einzelhandelsförderung und Stadtmarketing kann die Grundlage für eine schrittweise Verbesserung und Attraktivierung der Innenstadt schaffen.

Um diese komplexen Aufgaben zu bearbeiten, wurde eine Arbeitsgemeinschaft aus den Büros Planersocietät, Dortmund und Büro Frauns, Münster beauftragt.

Zu den wichtigsten Bausteinen des [i3]-Prozesses und den Aufgaben der Arbeitsgemeinschaft gehörten:

- Bündelung und Schärfung der bisherigen Untersuchungen zur Innenstadt
- Weiterentwicklung der städtebaulichen Planung zu einer zusammenhängenden städtebaulichen Gesamtkonzeption / Abstimmung der planerischen Konzepte und Entwürfe für Bahnhofsbereich, Rheinufer und Fußgängerzone
- Entwicklung und Begleitung von Aktionen mit dem Einzelhandel und den Immobilieneigentümern zur Belebung der Innenstadt

Das Büro Frauns betreute dabei gemeinsam mit den Bereichen Stadtplanung und Wirtschaftsförderung die Stadtmarketing-Aktionen. Die Betreuung der Akteure wie bspw. der Einzelhändler durch das Büro Frauns und die Verwaltung war sehr arbeits- und abstimmungsintensiv. Der Verein „Wesseling Wirtschaft und Handel“ (ein Zusammenschluss von Unternehmen des Handels, des Handwerks und der Dienstleistungsbetriebe in Wesseling, ehemals PRO Wesseling) wurde dabei in die Aktionen mit einbezogen.

Der Ausschuss für Stadtentwicklung, Bau und Umweltschutz wird nun aktuell darüber informiert, welche Veranstaltungen, Projekte und Maßnahmen bislang zusammen mit dem Einzelhandel und den Immobilieneigentümern durchgeführt wurden sowie welche weitere Vorgehensweise angedacht ist.

PraxisForum Handel + Wirtschaft

Seit dem Juni 2008 haben drei Veranstaltungen mit Einzelhändlern, Dienstleistern und Gastronomen aus der Innenstadt stattgefunden. Zu den PraxisForen wurden jeweils rund 140 Gewerbetreibende eingeladen, teilgenommen haben jeweils etwa 30 Vertreter.

Das 1. PraxisForum am 5.6.2008 hatte zum Ziel, die wesentliche Intention des [i3]-Prozesses zu präsentieren sowie Ideen von Seiten des Büros Frauns für mögliche gemeinsame Projekte vorzustellen.

Beim 2. PraxisForum am 21.8.2008 wurden konkrete gemeinsame Aktionen und Maßnahmen mit den Einzelhändlern, Dienstleistern und Gastronomen vereinbart und Projektgruppen gebildet, die an der Umsetzung der Projekte weiterarbeiteten.

Im 3. PraxisForum am 9.3.2009 standen zum einen der Rückblick und die Resonanz auf die schon umgesetzten Aktionen im Vordergrund, zum anderen wurden weitere Projektideen gesammelt.

PraxisForum Immobilien

Neben den PraxisForen für die Einzelhändlerschaft fanden auch zwei Veranstaltungen mit Immobilieneigentümern und -maklern statt, da deren Einfluss auf das Erscheinungsbild und die Funktion der Innenstadt sehr groß ist. Beide Veranstaltungen wurden von je ca. 25 Personen besucht, insgesamt wurden zu jedem Treffen rund 100 Eigentümer und Makler eingeladen.

Beim 1. PraxisForum Immobilien am 15.9.2008 wurden schon bestehende Projekte wie die Gewerbe- und Immobiliendatenbank der Stadt Wesseling vorgestellt sowie Ideen für weitere mögliche Maßnahmen und Projekte gesammelt.

Das zweite Treffen mit den Immobilieneigentümern fand am 31.3.2009 statt. Dort wurden zum einen die Planungen zum Umbau der Fußgängerzone vorgestellt, zum anderen nochmals mögliche Projekte vorgeschlagen.

Servicebefragung

Unter den Händlern, Dienstleistern und Gastronomen in der Innenstadt wurde im Oktober 2008 eine Fragebogenaktion durchgeführt. Es wurden rund 140 Unternehmen angeschrieben, die Rücklaufquote lag bei 36%. Inhaltlicher Schwerpunkt der Befragung war das Serviceangebot sowie das Erscheinungsbild der Geschäfte. Die Ergebnisse der Erhebung geben einen Überblick über die bereits heute vorhandenen Serviceangebote. Zugleich wird deutlich, dass durchaus noch Potentiale für einen Ausbau der angebotenen Leistungen bestehen, insbesondere bei Serviceangeboten zur Familienfreundlichkeit, bei touristischen Aspekten sowie bei geschäftsübergreifenden Kooperationen.

Workshop Schaufenstergestaltung

Die Gestaltung der Schaufenster ist von erheblicher Bedeutung für das Erscheinungsbild der Innenstadt. Aus diesem Grund wurde im November 2008 ein Workshop mit einer professionellen Schauwerbegestalterin veranstaltet, um den Gewerbetreibenden Tipps zur Verbesserung des Erscheinungsbildes ihrer Ladenlokale zu geben. Rund 30 Händlern nahmen das für sie kostenlose Angebot an.

Weihnachtsaktionen

In der Vorweihnachtszeit 2008 wurden mit intensiver Begleitung der Stadtverwaltung zwei Aktionen zur gemeinschaftlichen Verkaufswerbung des Handels, der Dienstleister und Gastronomen in der Innenstadt durchgeführt.

- **„Wesseling Geschenkkideen“:**

Bei den „Wesseling Geschenkkideen“ stellten 28 Wesseling Unternehmen ihre persönlichen Weihnachtsgeschenktipps vor, in dem sie jeweils ein Produkt aus ihrem Sortiment präsentierten. Die Geschenkkideen wurden in einem leerstehenden Ladenlokal in der Innenstadt präsentiert, das durch eine Schauwerbegestalterin mit den Produkten weihnachtlich dekoriert wurde. Die Kunden hatten somit die Möglichkeit, eine gebündelte Präsentation mit Geschenktipps von lokalen Unternehmen zu sehen.

- **„Wesseling Super Advent“:**

Beim „Wesseling Super Advent“ gab es im Dezember 2008 jeden Tag in einem der teilnehmenden innerstädtischen Unternehmen mindestens ein besonderes Angebot, welches über Plakate und Anzeigenwerbung verbreitet wurde. Individuelle Aktionen der Einzelhändler, Dienstleister und Gastronomen (Rabattaktionen, weihnachtliche Kinderüberraschungen, Happy Hour Aktionen etc.) wurden so unter einem gemeinsamen Dach vermarktet. Es beteiligten sich 25 Unternehmen.

Gesicht zeigen – Lust auf Leistung

Die Marketing-Aktion „Gesicht zeigen - Lust auf Leistung“ besteht aus Portraitfotos der Unternehmer-Persönlichkeiten der Innenstadt, welche auf großformatigen Bannern in den jeweiligen Schaufenstern präsentiert wurden. Mit der Gemeinschaftsaktion wurden die Menschen herausgestellt, die für eine funktionierende Innenstadt unerlässlich sind: die Geschäftsinhaber, Mitarbeiter und Gewerbetreibenden. Die Idee zu der Aktion entstand im PraxisForum Handel+Wirtschaft, dazu bildete sich eine Projektgruppe, in der fünf Gewerbetreibende an der Umsetzung der Aktion mitarbeiteten.

Die Plakate wurden im Mai und Juni 2009 in den Schaufenstern präsentiert. Die Fotoaufnahmen dafür wurden von zwei ortsansässigen Fotografen gemacht. Es beteiligten sich insgesamt 33 Unternehmen an der Aktion.

Weitere geplante Aktionen

Als eine weitere Marketing-Idee ist im PraxisForum Handel+Wirtschaft im März 2009 ein geschäftsübergreifender „Wesseling-Gutschein“ vorgeschlagen worden. Dazu hat sich eine Projektgruppe aus Gewerbetreibenden gebildet, die sich bislang einmal getroffen hat. Mittlerweile hat sich der Verein „Wesseling Wirtschaft und Handel“ als Träger des Gutscheines selbst ins Spiel gebracht und möchte den Gutschein nun eigenhändig umsetzen. Der „Wesseling-Gutschein“ soll von Kunden an mehreren Ausgabestellen erworben werden können und dann in allen teilnehmenden Geschäften eingelöst werden können.

Mit den Immobilieneigentümern und Maklern wurden beim PraxisForum Immobilien im März 2009 zwei erste realisierbare Maßnahmen angedacht. Zum einen wurde ein Standortexposé zur Vermarktung des Standortes Wesseling diskutiert, zum anderen die einheitliche Kennzeichnung und Aufwertung leer stehender Ladenlokale. Vier Makler haben ihr Interesse für die Projekte angemeldet. Ein erstes Treffen der Projektgruppen ist im September 2009 vorgesehen.

Ausblick:

Im Rahmen des [i3]-Prozesses wurden in verschiedener Weise Initiativen und Maßnahmen angestoßen und umgesetzt, die die Stärkung und Attraktivierung des Handelsstandortes Innenstadt zum Ziel haben. Wichtig ist, dass die nun begonnenen Initiativen weitergeführt werden. Dabei ist es jedoch aus Sicht der Stadtverwaltung unerlässlich, dass sich der Verein „Wesseling Wirtschaft und Handel“ (ehemals PRO Wesseling) stärker in den Stadtmarketing-Prozess einbringt.

Das mit der Betreuung der Marketing-Aktionen beauftragte externe Büro hat eine gutachterliche Einschätzung zu den Strukturen vor Ort angefertigt, welche der Vorlage beigelegt ist.

Die Verwaltung teilt die Auffassung des Büros Frauns, dass eine erfolgreiche Weiterführung der durch den [i3]-Prozess angestoßenen Aktionen nur durch eine enge Zusammenarbeit und Aufgabenteilung zwischen dem Verein „Wesseling Wirtschaft und Handel“ (WWuH) den Einzelhändlern und der Stadt erfolgen kann. Basierend darauf hat die Verwaltung ein Konzept erarbeitet, wie gemeinsam mit dem Verein und den Geschäftsleuten der Innenstadt eine Organisationsstruktur geschaffen werden kann, um den Prozess erfolgreich weiterzuführen. Diese Arbeit muss auf einer verbindlichen und regelmäßigen Basis ablaufen. Der Aufbau von Parallelstrukturen zu „Wesseling Wirtschaft und Handel“ sollte in jedem Falle vermieden werden. Von Seiten der Verwaltung wird daher vorgeschlagen, eine Art Stadtmarketing-Gremium innerhalb der Struktur von WWuH zu installieren oder zumindest eng an den Verein zu binden.

Dieses Gremium sollte aus einem Vorsitzenden und 3 – 5 weiteren Gremiumsmitgliedern bestehen. Der Vorsitz sollte durch den Vereinsvorstand von WWuH besetzt werden. Ebenfalls sollte ein Mitglied der Verwaltung, beispielsweise aus dem Bereich Wirtschaftsförderung, als Beisitzer dem Gremium angehören. Die übrigen Gremiumsmitglieder sollten mit Geschäftsleuten besetzt werden, die jeweils mit ihrem Geschäftsstandort einen Bereich der Innenstadt vertreten (z.B. An Sankt Germanus, Flach-Fengler-Straße, Bahnhofstraße) und von den benachbarten Geschäftsleuten als Interessensvertreter akzeptiert werden. Damit wäre ein Gremiumsmitglied immer als ständiger Ansprechpartner vor Ort. Der Gremiumsvorsitzende würde in seiner Funktion als Vereinsvorstand die übrigen Mitglieder von WWuH außerhalb der Innenstadt entsprechend vertreten und über die Arbeit informieren. Damit wären innerhalb des Gremiums sowohl die Interessen des Vereins als auch die der Geschäftsleute der Innenstadt gewahrt und bestmöglich vertreten. Durch einen städtischen Vertreter als Beisitzer des Gremiums wäre die Stadt ebenfalls eng eingebunden und würde in beratender Funktion mitwirken. Diese Rolle wäre unabhängig von einem finanziellen Engagement. Ein solches Gremium sollte eng in die Vereinsstruktur von Wesseling Wirtschaft und Handel eingebunden sein. Dazu gäbe es zwei Möglichkeiten: Zum einen könnte ein Stadtmarketing-Gremium innerhalb des Vereins als gesonderter Arbeitskreis eingerichtet werden. Wesentlich effektiver wäre es jedoch, den Vereinsvorstand gemäß dem Konzept umzustrukturieren. Dies würde jedoch voraussichtlich eine Änderung der Vereinsatzung erfordern.

Sowohl der Verein Wesseling Wirtschaft und Handel als auch die innerstädtischen Geschäftsleute können von einem Stadtmarketing-Gremium profitieren. Für den Verein stiege die Akzeptanz unter den Geschäftsleuten durch eine Konzentration auf innerstädtische Aktivitäten und es könnte ebenfalls ein Zuwachs an Mitgliedern erwartet werden. Die Geschäftsleute könnten durch eine regelmäßige, effizient organisierte und gut kommunizierte Arbeit an innerstädtischen Aktionen von einer langfristigen Aufwertung ihres Geschäftsumfeldes profitieren. In jedem Falle würde die im [i3]-Prozess angestoßene Arbeit, vor allem die Stärkung des innerstädtischen Handels, auf eine gemeinsame und regelmäßige Basis gehoben und könnte so eine positive mittel- bis langfristige Entwicklung innerhalb der Innenstadt bewirken.

Dieses Konzept kann aus der Verwaltung lediglich als Vorschlag an die Vereinsführung herangetragen werden. Für dessen Umsetzung ist es unverzichtbar, dass der Verein sich stärker als bisher an dem Innenstadtentwicklungsprozess beteiligt.

Zukünftige Gespräche mit der Vereinsspitze sowie Geschäftsleuten aus der Innenstadt müssten klären, inwiefern die Beteiligten an der Umsetzung dieses Vorschlags interessiert und grundsätzlich bereit sind, daran mitzuwirken. Aus Sicht der Verwaltung wäre diese Organisation ein notwendiger Schritt, um die während des [i3] Prozesses begonnene Arbeit auch mittelfristig erfolgreich weiterzuführen.