4. Maßnahmen

Mit dem vorliegenden Maßnahmenkonzept sehen wir die Chance durch koordiniertes Handeln den Standort nachhaltig zu stärken und den Wert unserer Immobilien zu steigern. Unser Programm umfasst die drei Investitionsfelder Standortmarketing, räumliches Erscheinungsbild und Standortmanagement. Es wird während der Laufzeit im Rahmen des durch die Satzung bestimmten Maßnahmen- und Finanzierungskonzepts weiter konkretisiert. Wir möchten an dieser Stelle erneut darauf verweisen, dass die geplanten Maßnahmen keinen Ersatz, sondern eine Ergänzung der städtischen Aufgaben darstellen.

Der Verein ISG Poststraße / Alte Freiheit e.V. wird der Aufgabenträger des Maßnahmenkonzeptes sein. Für die Umsetzung des Maßnahmenkonzeptes bedarf es einer zentralen Stelle eines Koordinators. Zu seinen Aufgaben gehören Tätigkeiten wie die Ausschreibung, Angebotseinholung und Begleitung von Konzepten sowie Bau-und Marketingmaßnahmen. Die Aufgaben des Koordinators sind unter Punkt 4.5 Standortmanagement (siehe Seite 24) näher erläutert.

4.1 Investitionsfeld 1: Standortmarketing

Voraussetzung für ein erfolgreiches Standortmarketing ist eine zielgerichtete Marketingstrategie. Dieses Investitionsfeld bezieht sich ausschließlich auf das Standortmarketing und dient nicht dafür, Stadtfeste und einzelhandelsbezogene Werbemaßnahmen im Geltungsbereich durchzuführen. Dies sehen wir weiterhin als Aufgabenbereich der Interessengemeinschaft des Einzelhandels in Elberfeld (IG1) an.

Ausarbeitung eines Markenkerns

Um die Grundlagen für ein gezieltes Standortmarketing zu schaffen, ist in der strategischen Ausrichtung der erste und wichtigste Schritt die Ausarbeitung eines Markenkerns. Der Markenkern ist die Basis für alle weiteren inhaltlichen und gestalterischen Handlungsstränge und der rote Faden für unsere gesamte externe Kommunikation.

Der Markenkern definiert die zentralen Eigenschaften mit denen das Gebiet künftig beworben wird. Dabei sollen Attribute wie neue Wertigkeiten, atmosphärische Qualitäten oder Alleinstellungsmerkmale (siehe Profilierungsziele, S. 13) herausgearbeitet werden, um in den Köpfen der Kunden eine klare Vorstellung des Standortes zu erzeugen.

Uns ist wichtig, dass bei der Ausarbeitung des Markenkerns zum Ausdruck kommt, dass der Standort sich auf ein höheres Niveau hin bewegt, um dem derzeit angeschlagenen Image des Bereiches entgegenzuwirken. Wir wollen sicherstellen, dass das neue Standortprofil durch eine aktive Öffentlichkeitsarbeit immer wieder neu ins Gespräch gebracht wird, um so in der Wahrnehmung der Kunden eine dauerhafte Marke des Standortes zu etablieren.

Die Ausarbeitung eines Markenkerns soll möglichst umfassend zusammen mit den ansässigen Eigentümern erarbeitet werden, da in Zukunft ihre Immoblien und die ISG-Aktivitäten die neue Marke verkörpern sollen.

Ausarbeitung eines Corporate Designs

Neben der Ausarbeitung eines Markenkerns wird es wichtig sein, die visuellen Kommunikationselemente des Marketings im Rahmen eines Corporate Designs auszuarbeiten. Das Corporate Design definiert formale Gestaltungsrichtlinien wie z. B. ein Logo, die Bildsprache, typografische und farbliche Merkmale oder Layoutvorgaben und wird die Grundlage für die Webpage, Broschüren, Plakate etc. sein. Es trägt zur Markenbildung des Standortes bei und erzeugt ein klares Profil mit Wiedererkennungswert.

Flächenmarketing

Um die zünkünftige Entwicklung des Standortes aktiv mitzugestalten und der Ansiedlung von Mindernutzungen und Leerstand entgegenzuwirken, möchten wir gemeinsam mit zahlreichen Netzpartnern ein Flächenmarketing für das Gebiet etablieren. Um dieser Zielsetzung nachzukommen, möchte die ISG die Angebots-und Nachfragestruktur im Einzelhandel, Dienstleistungs-und Gastronomiebereich analysieren und für den Standort ein spezielles Branchen und Nutzungsprofil erarbeiten. In einem Datenpool sollen die Informationen zu den Nutzflächen, dem Geschäftsbesatz, Wettbewerbssituation etc. zusammengetragen werden, um Aufschluss über Angebotslücken und Entwicklungspotenziale für jedes Objekt am Standort zu geben.

Vom Flächenmarketing werden die Akteure profitieren, die in den Vermietungsprozess eingebunden sind. Dazu gehören die Immobilieneigentümer, Objektverwalter, Makler, Mieter und Mietinteressenten. Im Rahmen der ISG werden sie Zugriff auf bessere Standortinformationen und Hilfestellungen z.B. gegenüber Behörden oder für die Leerstandspolitik erhalten.

Es wäre wünschenswert eine umfangreiche Markt- und Standortanalyse zu Anfang und zum Ende der ISG-Laufzeit am Standort durchzuführen, um die Wirksamtkeit und den Erfolg der ISG zu beobachten und zu bewerten. Hierbei könnte die ISG z. B. mit der Bergischen Universität Wuppertal und Studentenprojekten zusammenarbeiten, um Einsparpotentiale zu generieren.

Leerstandsaufwertung

Zur verbesserten Vermarktung des Leerstandes im Gebiet, bildet die Aufwertung leerstehender Ladenlokale eine zentrale Aufgabe des Flächenmarketings. Dies beinhaltet sowohl die optische Aufwertung des Leerstandes durch eine einheitliche, ansprechende Verklebung der Schaufenster, als auch die Realisierung von Zwischennutzungskonzepten für einzelne Leerstände. Dabei kann es sich um kommerzielle und nicht kommerzielle Konzepte handeln wie beispielswiese Pop-Up-Stores (kleine Läden auf Zeit), temporäre Ateliers oder kulturelle Veranstaltungen wie Theater und Lesungen.
Zwischennutzungskonzepte tragen zur Wiederbelebung des Standortes bei und bringen zumeist durch das persönliche Engagement der Zwischennutzer eine Aufwertung der Ladenflächen mit sich.

Aktive Ansiedlungsunterstützung

Eine attraktive Vermietung von Gewerbeflächen verlangt, dass Flächenanbieter und -nachfrager rechtzeitig voneinander wissen, zueinander finden und etwaigen rechtlichen Anforderungen genügen. Diese Voraussetzungen möchten wir helfen, zu erfüllen.
In der konkreten Umsetzung bedeutet dieses Arbeitsziel, dass die ISG eine Koordinationsrolle bei der Beratung und Unterstützung von Hauseigentümern und Standortinteressenten übernimmt. Dazu ist eine enge Zusammenarbeit mit einem Netzwerk geplant, in dem u.a. die Wirtschaftsförderung der Stadt Wup-

pertal, Kammern und Verbände sowie interessierte Makler mitwirken. Als Leistungen sind beispielsweise vorgesehen:

- Erstberatung zu Entwicklungsoptionen für einzelne Objekte und zu Ansiedlungslösungen
- Untersuchung des Verkaufsflächenangebotes, um zielgruppenorientiert nach Mietern für den Standort zu suchen
- Unterstützung in der Interessentenansprache und Investorenberatung

Öffentlichkeitsarbeit

Durch eine aktive Kommunikationsarbeit wollen wir das neue Standortprofil ins Gespräch bringen und sicher stellen, dass die o. g. Markenbildung sich zu einer dauerhaften Marke etabliert. Neben der Bewerbung des Standortes über die klassichen Medien wie durch Pressemeldungen und -berichte, Flyer oder Plakate, wollen wir den Standort vor allen Dingen multimedial bewerben. Die elektronischen Medien bieten uns die Möglichkeit den Standort tagesaktuell und kosteneffizient zu promoten und dabei vor allem die jüngeren Zielgruppen anzusprechen. Direkt im ersten Geltungsjahr soll eine Internetseite als Informationsplattform für den Standort aufgebaut werden. Darüber hinaus sollen auch Social-Media-Aktivitäten wie z. B. eine Facebookseite oder eine Angebots-App für den Smartphone-Einsatz durchdacht und ggf. in den Marketingaktivitäten eingebunden werden. In diesem Bereich wollen wir eng mit dem ansässigen Handel zusammenarbeiten.

Baustellenmarketing

Die von Seiten der Stadt Wuppertal geplante Erneuerung des Straßenbelages werden vor Ort zu temporären Baustellen führen. Wir möchten die Umbauarbeiten durch ein gezieltes Baustellenmarketing begleiten, um so zu verhindern, dass während dieser Zeit bei den Kunden und Händlern der Eindruck entsteht, der Standort sei nicht zu erreichen. Kunden, Händler und Zulieferer sollen rechtzeitig und umfassend über die Zeitabläufe der Umbauarbeiten und ggf. temporär veränderte Lauf- und Zulieferungswege informiert werden. Vor Ort beabsichtigen wir durch optisch ansprechende Verklebungen o. ä. die Baustellen aufzuwerten

4.2. Investitionsfeld 2: Räumliches Erscheinungsbild

Finanzieller Schwerpunkt des Maßnahmenkonzeptes ist die Aufwertung des öffentlichen Raumes. Die Neugestaltung des Freiraumes soll eine deutlich wahrnehmbare Niveauveränderung des Standortes in Richtung der formulierten Marke erkennen lassen und das Gebiet für Besucher und neue Unternehmen wieder attraktiv gestalten.

Für ein neues Erscheinungsbild des Gebietes ist die Erneuerung des Straßenpflasters von wichtiger Bedeutung. Vorbehaltlich der entsprechenden Entschlüsse, wird die Stadt Wuppertal diese Maßnahme realisieren. Wir wollen mit den bleibenden städtebaulichen Maßnahmen gestalterische Highlights zur Freiraumgestaltung beisteuern, die über den öffentlichen Standard und die Pflichtaufgaben der Stadt Wuppertal hinausgehen.

Alle Maßnahmen, die die Umgestaltung des öffentlichen Raumes betreffen, werden im Zuge der Umsetzung mit der Stadt Wuppertal abgestimmt.

Sauberkeit und Ordnung

Um ein dauerhaft einladendes Erscheinungsbild des Standortes zu sichern, müssen Ordnung und Sauberkeit garantiert sein. Wir wollen für den Standort einen Hausmeisterdienst einrichten, der regelmäßig vor Ort Sauberkeits- und Ordnungschecks durchführt. Zu seinen Aufgaben gehören Aktivitäten wie das Entfernen von Graffitis, die Beseitigung von Unkraut, die Reparatur von kleineren Schäden, aber auch saisonale Maßnahmen wie z. B. die Koordination eines zusätzlichen Winterdienstes.
Im Falle von umfangreicheren Problemen soll der Hausmeisterdienst mit den Eigentümern, Gewerbetreibenden und Anwohner in Kontakt treten und die entsprechenden städtischen Einrichtungen informieren, um für die zügige Beseitigung der Schäden zu sorgen.

Möblierungskonzept für den öffentlichen Raum

Ein attraktives Stadtmobiliar ist ein entscheidender Faktor, um die Verweilzeiten der Kunden im Gebiet zu verlängern. Dafür soll das vorhandene Mobiliar durch wenige akzentuierte Möblierungselemente ersetzt werden. Dies können z. B. Bänke, Informationstafeln, Mülleimer, aber auch eine Grundbeleuchtung sein, die über den öffentlichen Gestaltungsstandard hinaus geht.
Das Landschaftsarchitekturbüro FSWLA hat in einem Konzeptentwurf zur Freiraumplanung Vorschläge für die Möblierung im Gebiet ausgearbeitet. Das Konzept schlägt eine Grundbeleuchtung vor, die auf den schmalen Grundriss der Fußgängerzone zugeschnitten ist. Um den Straßenraum nicht durch Straßenlaternen zusätzlich zu verengen, werden die einzelnen Leuchten zwischen den Häuserdächern verspannt.
Für den Kerstenplatz sieht der Entwurf moderne Rundbänke vor, die den Besuchern des Platzes abseits der Gastronomiebetriebe Möglichkeiten zum Verweilen bieten.

Dieses Maßnahmenfeld setzt sich aus dem Entwurf, den baulichen Maßnahmen und den Planungskosten zusammen. In Abstimmung mit dem von der Stadt für die Straßenpflasterung beauftragten Freiraumplaner soll ein detaillierter Entwurf für ein Gestaltungs- und Möblierungskonzept ausgearbeitet werden. Dies soll direkt im ersten Geltungsjahr der ISG-Laufzeit geschehen. Die einzelnen Gestaltungs- und Möblierungselemente werden nach der Erneuerung der Straßenpflasterung am Standort angebracht. Nach Ende der ISG-Laufzeit wird auf Grundlage eines Gestattungsvertrages das Mobiliar ins Eigentum der Stadt Wuppertal übergehen.

Technische Ausstattung für Veranstaltungen

Im Laufe des Jahres finden am Standort Veranstaltungen wie z. B. der Elberfelder Cocktail statt. Um bei den Veranstaltungen unattraktive Lösungen der Stromversorgung wie Trafos und Kabelverkleidungen am Boden aus dem Straßenraum zu entfernen, wollen wir im gesamten ISG-Bereich moderne Strom- und Kabelanschlüsse bereitstellen. Die genauen technischen Anforderungen sollen nach Möglichkeit zusammen mit den ansässigen Händlern und der IG1 entwickelt werden.

Konzeption&Entwurf: Lichtkonzept für eine räumliche Inszenierung

Licht bzw. Lichtinstallationen haben immer eine besondere Ausstrahlungskraft und Wirkung auf die Besucher von Innenstädten. Wir möchten daher das Thema Licht zu einem erkennbaren Alleinstellungsmerkmal des Geltungsbereiches entwickeln. Diese Position umfasst nicht die Grundbeleuchtung, sondern bezieht sich auf ein inszenierendes, ergänzendes Lichtkonzept.

Den ISG-Bereich wollen wir durch die gezielte Platzierung von Licht im öffentlichen Raum wie beispielsweise an Kreuzungs- und Eingangsbereichen stimmungsvoll in Szene setzen. Die Illuminierung von vorhandenen Sichtachsen und Gebäuden an zentraler Stelle sollen das Gebiet räumlich gliedern und Bewegung im Raum abbilden. Das Büro Ueberholz hat einen ersten Konzeptentwurf für ein solches Lichtkonzept erarbeitet. Die unten angefügten Bilder zeigen wie Licht am Standort seine Wirkung entfalten kann.

Das Lichtkonzept sollte in Absprache mit dem Büro für die Fassadengestaltung und ansässigen Händlern entstehen, um größtmögliche Schnittstellen, Gemeinsamkeiten und Einsparpotenziale zu garantieren. Die Realisierung eines inszenierenden Lichtkonzeptes kann nur mit Einverständnis der betreffenden Eigentümer und der Stadt Wuppertal erfolgen.

Technische und elektronische Ausstattung des Lichtkonzeptes

Bei der technischen Instrumentierung des Lichtkonzeptes werden LED Leuchtmittel eingesetzt, die ein großes Spektrum an technischen Möglichkeiten besitzen und besonders im Betrieb energiesparend funktionieren. Die genaue technische Ausstattung ist dem zu erstellenden Entwurf zu entnehmen. Dieser Kostenpunkt umfasst auch die Montage der Leuchtmittel.

Energiekosten Lichtkonzept

Für die Laufzeit der ISG werden die Energiekosten aus den ISG-Abgaben finanziert. Über die Finanzierung der Energiekosten für die Zeit danach und über die Finanzierung der Instandhaltungskosten sind vertragliche Regelungen zwischen dem Verein und den Grundeigentümern zu schließen. Es ist in Abstimmung mit der Stadt Wuppertal vertraglich zu regeln, in wessen Eigentum die Leuchtkörper übergehen.

Gestaltungshandbuch zur architektonischen Imagebildung

Ein wichtiger Faktor für ein attraktives und atmosphärisch stimmiges Straßenbild ist die Qualität der Architektur im Raum. Daher streben wir als strategische Maßnahme die Entwicklung eines Gestaltungshandbuches zur architektonischen Imagebildung an.

Direkt im ersten Geltungsjahr der Laufzeit wird ein ausgewiesenes Büro zur Ausarbeitung eines Handbuchs beauftragt. Neben allgemeinen Gestaltungsvorschlägen wie der Darstellung von Fassadenreklame, soll das Büro sich mit jedem einzelnen Gebäude in Bezug auf Materialität, Farbgebung, Vordächer und die Außendarstellung von Läden- und Schaufenstern im Erdgeschossbereich auseinandersetzen. Das Handbuch arbeitet für jede Immobilie konkrete Entwürfe aus, die sowohl zeichernisch als auch digital wie bspw. in Form einer Photogrammetrie aufgearbeitet werden sollen. Die Daten und deren Nutzungsrechte werden jedem einzelnen Eigentümer zur freien Nutzung zur Verfügung gestellt.

Die ausgearbeiteten Entwürfe sind keine verbindlichen Vorgaben, sondern gelten als Empfehlungsvorschläge für die Eigentümer und müssen mit den öffentlich-rechtlichen Vorschriften im Einklang stehen. Das Handbuch kann bei privatwirtschaftlichen Sanierungen an Gebäuden, die außerhalb der ISG-Investitionen stehen, als gestalterische Referenz genutzt werden, aber auch von jedem einzelnen Eigentümer im Dialog mit Mietern als Argumentationshilfe zur Hand genommen werden, wenn es um die Gestaltung von Werbeflächen am Gebäude geht.

Die angefügten Bilder zeigen erste Entwürfe für die Gestaltung einzelner Fassaden, die vom Büro Schwitzke und Partner ausgearbeitet wurden.

4.5 Investitionsfeld 3: Standortmanagement

Sicherheit

Um die Besucherzahlen zu steigern und die Ansiedlung neuer Läden am Standort zu fördern, muss die Sicherheit im Gebiet gewährleistet sein. Direkt im ersten Geltungsjahr der ISG soll ein Sicherheitskonzept ausgearbeitet werden, das Maßnahmen zur Steigerung der Sicherheit am Standort aufzeigt. Dies umfasst Maßnahmen wie beispielsweise die Zusatzbeleuchtungen an besonders dunklen Stellen am Standort, Notrufstellen oder der Einsatz eines Sicherheitsdienst, der zu Randzeiten, an Wochenenden oder in dunklen Jahreszeiten verstärkt am Standort Präsenz zeigt. Hier ist nicht nur das aktive Zeitfenster des Einzelhandels in Blick zu nehmen. Der ISG-Bereich dient auch als Dienstleistungs- und Wohnstandort und wird morgens und abends als Verbindungsweg von Pendlern genutzt.
Das Sicherheitskonzept sollte nach Möglichkeit in enger Zusammenarbeit mit der Polizei und der Stadt Wuppertal ausgearbeitet werden, um Schnittstellen und Kooperationen zu fördern und Handlungsanleitungen für Notfälle zu erstellen.

ISG-Geschäftsstelle und Community Building (Innenmarketing)

Um die vorgenannten Aufgaben zu koordinieren und umzusetzen, ist eine Geschäftsstelle mit der entsprechenden Ausstattung nötig. Im ersten Geltungsjahr soll hierfür eine entsprechende Räumlichkeit gesucht werden, die nach Möglichkeit direkt im oder nahe des Geltungsbereiches liegt. Sie dient als Arbeitsplatz des ISG-Koordinators (siehe S. 16) und ist die zentrale Anlaufstelle für Eigentümer, Gewerbetreibende und Kunden, wenn es um Anliegen bezüglich der ISG bzw. des Standortes geht. Die Geschäftsstelle kann ebenfalls als Räumlichkeit für kleine Gesprächsgruppen, Vereinssitzungen u. ä. genutzt werden. Sie sollte gut sichtbar sein und ausgewiesene Sprechzeiten haben, um eine persönliche Kontaktaufnahme für Anlieger und Bürger zu ermöglichen. Diesem Maßnahmenfeld sind ebenfalls die laufenden Kosten wie Strom, Telefonanlagen sowie die Personalkosten zu Koordination & Management durch den Koordinator zugeordnet. Neben der Umsetzung der Maßnahmen soll der Koordinator vor allen Dingen den Dialog unter den Eigentümern und den ansässigen Gewerbemietern fördern. Dazu gehört eine intensive Informations- und Kommunikationsarbeit, die über die aktuellen Entwicklungen rund um den Standort berichtet. Hier wäre im Einzelnen an einen Newsletter für die Eigentümer, Informations- und Netzwerkveranstaltungen oder ein jährliches Eigentümerforum als Vollversammlung zu denken. Darüber hinaus ist der Koordinator der zentrale Ansprechpartner für die Grundeigentümer und vertritt die Interessen der ISG-Belange z.B. gegenüber der Stadt und Verbänden und repräsentiert die ISG in der Öffentlichkeit.

Hardware: Kostenloser WLAN-Zugang am Standort

Ein kostenloser WLAN-Zugang bietet den Besuchern nicht nur Komfort, sondern ist auch ein nicht zu unterschätzender Standortfaktor. Viele große Shoppingcenter und andere ISGs haben dies schon vorgemacht und können durch das Bereitstellen eines freien Internetzugangs vermehrte Besucherzahlen verzeichnen. Wir möchten am Standort einen freien WLAN-Zugang bereitstellen und hierfür direkt zu Anfang der Laufzeit ein Konzept erstellen und die entsprechende Hardware anbringen lassen.