

Antwort auf Fraktionsanfragen	Geschäftsbereich	Stadtentwicklung, Bauen und Verkehr
	Ressort / Stadtbetrieb	Ressort 101 - Stadtentwicklung und Stadtplanung
	Bearbeiter/in Telefon (0202) Fax (0202) E-Mail	Thomas Schulte 563 5203 563 8595 thomas.schulte@stadt.wuppertal.de
	Datum:	15.03.2005
	Drucks.-Nr.:	VO/0347/05 öffentlich
Sitzung am	Gremium	Beschlussqualität
06.04.2005	Ausschuss für Wirtschaft, Stadtentwicklung und Stadtmarketing Vorberatung	
Bergische Initiative zur Bekämpfung von Leerständen in den Innenstädten		

Grund der Vorlage

Antrag der FDP-Fraktion vom 14.02.2005

„Bergische Initiative zur Bekämpfung von Leerständen in den Innenstädten“

Beschlussvorschlag

Die Ausführungen der Verwaltung werden zur Kenntnis genommen.

Einverständnisse

Entfällt

Unterschrift

Uebrick

Begründung

Die Problematik der Leerstände in den Geschäftslagen der Cities und Zentren stellt zweifelsfrei ein immer größer werdendes Problem dar. Die Ursachen hierfür sind vielschichtig und können nicht nur auf

- den demografischen Wandel,
- die Kaufzurückhaltung der Konsumenten und
- tendenziell sinkende Kaufkraft

zurückgeführt werden. Vielfach sind es die „Qualitäten“ des Standortes in architektonisch-gestalterischer und städtebaulicher Hinsicht, z. T. mangelnde Investitionsbereitschaft bzw. nicht mehr marktgerechte Rendite- und Mietpreisvorstellungen von Immobilieneigentümern, die den sogenannten „trading down“-Effekt für Geschäftslagen und Standorte einleiten und letztlich zu einem Verlust an Attraktivität und wirtschaftlicher Substanz führen.

Auch in den Wuppertaler Zentren stellen Leerstände ein zunehmendes Problem dar. Diese Situation wird jedoch von den Beteiligten (Eigentümer, Einzelhändler, Kunden u.a.) mit unterschiedlicher Intensität wahrgenommen. Aus den konkreten Erfahrungen des Ressorts Stadtentwicklung und Stadtplanung mit der Initiierung von Projekten zum Leerstand- und Geschäftflächenmanagement in Barmen lassen sich –durchaus verallgemeinernd- folgende Wirkungszusammenhänge, die wesentlich den Erfolg solcher Prozesse bestimmen, aufzeigen:

Mitwirkungsbereitschaft

Während Einzelhändler, Dienstleister und Werbegemeinschaften sowie Kammern, Verbände, Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing sich intensiv einbringen, ist die Mitwirkung der Eigentümer oft nur unter Schwierigkeiten zu erreichen. Dies ist ursächlich u.a. auf z. T. schwierige Eigentumsverhältnisse (Erbengemeinschaften, Eigentümergemeinschaften nach dem Wohnungseigentumsgesetz, u.a.), die Alterstruktur oder schlichtweg auf die Tatsache zurückzuführen, dass der Wohnsitz in einer anderen Region bzw. im Ausland liegt.

Grundlagen

Die Erarbeitung einer „gemeinsamen“ Basis, bestehend aus einer Situationsanalyse und -bewertung, unter Konzentration auf *die* relevanten Fakten und Daten zum Standort bzw. zur Geschäftslage, sowie -darauf aufbauend- der Entwicklung eines standortbezogenen Konzeptes i. V. mit der Darstellung von Entwicklungspotenzialen (Standortmarketing, Branchenmix u.a.) sollte am Beginn eines solchen Prozesses stehen. Ein „bloßes verwalten“ von ungenutzten Flächen auf Internetplattformen führt nicht zum gewünschten Erfolg.

Investitionsbereitschaft

Die Notwendigkeiten zielgerichteten Handels und Gegensteuerns wird von allen Beteiligten anerkannt. Allerdings sind die finanziellen Spielräume bei Einzelhändlern, Dienstleistern und Werbegemeinschaften gering. Sofern eine Abwägung über den Einsatz der finanziellen Mittel stattfindet wird diese i. d. R. zugunsten von Maßnahmen entschieden, denen unmittelbar ein positiver Einfluss auf den Geschäftsverlauf zugeschrieben werden kann (z. B. werbliche Maßnahmen, standortbezogene Aktionen u.a.). Auf Seiten der Eigentümer stellt sich die Investitionsbereitschaft erst dann ein, wenn die Immobilie über einen längeren Zeitraum nicht mehr vermietbar ist. Hinzu kommt, dass bei Neuvermietungen die Erträge i.d.R. rückläufig sind und damit die Finanzierbarkeit der erforderlichen Investitionen in Frage gestellt wird.

Die Initiierung und Steuerung solcher Prozesse kann nur auf der Grundlage informeller Kooperationsformen erfolgen und ist im wesentlichen von der Kommunikations- und

Mitwirkungsbereitschaft der Beteiligten abhängig. Die Aufgabe von Eigeninteresse zugunsten allgemeiner bzw. standortbezogener Belange und damit zugleich für einen erfolgreichen Verlauf des gesamten Prozesses stellt für alle Beteiligten eine hohe Herausforderung dar. Dennoch erscheint ein gezieltes Gegensteuern aus planerischer Sicht sinnvoll. Die Städte Solingen und Remscheid sind schriftlich um eine erste Einschätzung der Situation gebeten worden. Da beim Abfassen der Drucksache noch kein Rücklauf zu verzeichnen war, wird die Information in der Sitzung erfolgen.

Ein Förderzugang für derartige Prozesse ist über die „Förderrichtlinie Stadterneuerung-Förderung von Stadt- und Regionalmarketingkonzepten“ gegeben. Leerstandsmanagement bzw. die Konzeptentwicklung, Bestandsaufnahme und Moderation/ Mediation werden mit 60% gefördert, d.h. 40% der Kosten sind somit aus Eigenmitteln zu finanzieren.

Ob und inwieweit für 2005 Fördermittel bereitstehen, sollte auf der Grundlage einer in diesem Zusammenhang konkretisierten regionalen Initiative der Städte Wuppertal, Solingen und Remscheid beim zuständigen Ministerium geklärt werden.

Uebrick

Kosten und Finanzierung

Entfällt

Zeitplan

Entfällt