



ANTRAG

die SPD-Stadtratsfraktion stellt folgenden Eil-Antrag mit der Bitte um Aufnahme auf die Tagesordnung und Behandlung in der nächsten Stadtratssitzung am 28.01.2021.

5-Punkte Sofortprogramm zur Rettung der Bitburger Innenstadt

Die Ladenschließungen in der Bitburger Innenstadt mehren sich in dramatischem Tempo. Die Leerstandsentwicklung wurde als sich abzeichnender schleichender Prozess lange Zeit von Politik und Verwaltung nicht ernst genug genommen. Die Corona-Situation hat diesen Prozess beschleunigt. Da schneller Handlungsbedarf geboten ist, möge der Stadtrat für die kurzfristige Umsetzung in den kommenden Wochen folgendes 5-Punkte-Sofortprogramm beschließen:

1. Eine schriftliche *Händler-/Gastronomenbefragung* soll die aktuelle Situation beleuchten und die dringendsten Handlungsfelder aufzeigen.
2. *Themen-Arbeitsgruppen* zu den brennendsten Akutthemen, die sich aus der Händler-/Gastronomenbefragung ergeben, soll interdisziplinär besetzt eingerichtet werden (voraussichtliche Schwerpunktthemen: Leerstandsmanagement, Sofort-Liquiditätsmittel, Vermieterforum, Online-Marktplatz, Aufbau Stadtmarketing-Organisation)
3. Aus den Ergebnissen wird ein *Akut-Handlungsplan 2021* aufgestellt, welcher unverzüglich abgearbeitet wird.
4. Eine *Koordinierungsgruppe Citymanagement* mit Vertretern aus Politik, Händlern/Gastronomen, Verwaltung und Immobilieneigentümern soll bis zur endgültigen Konstituierung einer Stadtmarketingorganisation die akut anstehenden Maßnahmen koordinieren.
5. Eine langfristig angelegte Stadtmarketingstrategie inkl. Leitbild wird parallel erarbeitet.

Die Punkte 1-4 sollen bis zur Stadtratssitzung am 25.03. abgearbeitet sein, sodass spätestens mit Beginn des 2. Quartals die Umsetzung der Akut-Handlungsmaßnahmen erfolgt. Das Thema „Innenstadtentwicklung“ soll im Jahr 2021 auf die Tagesordnung jeder Stadtratssitzung gebracht werden, um den Ratsmitgliedern einen jeweils aktuellen Überblick über die Situation und laufenden Maßnahmen zu gewähren.

Ferner möge der Stadtrat bis Jahresende eine verbindliche Festlegung treffen, wie das Projekt Bit-Galerie politisch weiter verfolgt werden soll – unter Berücksichtigung der aktuellen Entwicklungen sowie der Rückmeldung aus der Händlerschaft. Örtliche Händler/Gastronomen sowie Immobilienbesitzer brauchen eine verlässliche Planungsgrundlage für Betriebs- und Investitionsentscheidungen.

Diese Akutmaßnahmen stehen nicht im Widerspruch zur perspektivisch zu erarbeitenden Langfriststrategie. Sie sollen sehr kurzfristig greifen, um schnell auf die aktuelle Lage zu reagieren. Somit kann parallel der Stadtmarketing-Strategieprozess ohne den akuten Handlungsdruck beauftragt und bis Jahresende in der notwendigen Gründlichkeit umgesetzt werden.

Begründung:

Die Ursachen für die Entwicklung sind lange bekannt: verstärkter Trend zum Online-Shopping sowie eine seit Jahren unsichere Situation in Bezug auf die Bit-Galerie. Diese Entwicklung wird nun durch die Corona-Pandemie in einem erschreckenden Maße beschleunigt. Es ist davon auszugehen, dass in wenigen Wochen 50% der Läden im Bereich der Fußgängerzone leer stehen werden - mit negativen Sogwirkungen für die restlichen Betriebe. Der schnelle Einstieg in einen Stadtmarketing- und Leitbildprozess ist wichtig. Die sich hieraus ergebenden Handlungsmaßnahmen werden allerdings für viele Betriebe zu spät kommen, wenn die Situation nicht durch kurzfristige Maßnahmen aufgefangen wird.

Begründung der Dringlichkeit

Die ersten Maßnahmen müssen sofort angepackt werden, bevor bei Gewerbetreibenden der Innenstadt weitere Entscheidungen zu Betriebsschließungen unumkehrbar getroffen sind und ein gefährlicher Kipp-Punkt für die Aufrechterhaltung einer lebendigen Innenstadt überschritten wird.

gez.

Heiko Jakobs

Stellv. Fraktionsvorsitzender

ANLAGE ZUM ANTRAG

A. IDEEN FÜR KURZ- UND MITTELFRISTIGE STADTMARKETING-MASSNAHMEN

Vorschläge der Mitglieder des SPD-Ortsvereins als inhaltlicher Beitrag für den weiteren kurz- und mittelfristigen Prozess

I. MITWIRKUNGSFORMATE

Wichtig ist, dass ein offener Prozess angestoßen wird, der alle Akteure einbindet und in die Pflicht nimmt – offen, transparent, ehrlich und lösungsorientiert.

Runder Tisch/Arbeitsgruppen

- Jedem Interessierten soll ermöglicht werden, am Prozess mitzuwirken
- Wichtig ist eine interdisziplinäre Zusammensetzung:
 - o Bürgermeister + Verwaltungsmitarbeiter
 - o kommunale Entscheidungsträger
 - o Geschäftsinhaber
 - o Ladenbesitzer (=Vermieter)
 - o beratende Experten, die bei der Ausgestaltung der Maßnahmen im Bedarfsfalle kostenfrei konsultiert werden können (Finanzexperten, Steuerberater, Marketingberater, Rechtsanwälte, IT-Experten)

Bürgerbeteiligung

Ideenwettbewerb starten (Was fehlt Euch in Bitburg? Welche Konzepte habt ihr mal gesehen/wären für Bitburg interessant?)

Vermieterforum

Die Inhaber der Bitburger Ladengeschäfte schießen sich solidarisch zusammen und vereinbaren ein Mietmoratorium. Zudem ein einheitliches Handhaben

- für kurzfristige Mietverhältnisse und Zwischennutzungen,
- für kostenfreie Anlaufmonate für Startups.

Als Gegenleistung erhalten die Vermieter aktive Unterstützung bei der langfristigen Vermietung durch das umfangreiche Maßnahmenpaket des Stadtmarketings sowie eine kostenfreie Einbindung in eine städtische öffentliche Online-Ladenlokal-Datenbank.

II. LEERSTANDSMANAGEMENT

a) Zwischennutzung

Durch kreative Zwischennutzungskonzepte muss vermieden werden, dass Straßenabschnitte verwaisten. Temporäre Nutzungskonzepte können sein:

- kostengünstige Vermietung an Markthändler, Kunsthandwerker, Direktvermarkter, Bürgerläden etc.
- Zwischennutzung durch Popup-Stores
- Coworking-Spaces, Innovation-Labs o.ä.

Unter Umständen könnte die Stadt leer stehende Läden anmieten und zum subventionierten Pachtzins anbieten.

b) Anwerben von langfristigen Mietern

Die Stadtmarketing-Organisation kümmert sich um die Gewinnung/Unterstützung von

- Startups mit interessanten Konzepten
- Handelsketten
- Outlets

c) Initiieren neuer Geschäftskonzepte

Unterstützung der Händler, neue und kooperative Wege zu wagen – ggf. auch in anderen Geschäftsräumen der Innenstadt, bspw.

- branchenübergreifende Geschäftskonzepte (z.B. Blumen-Cafe, Bücher-Bistro, Shoe&Deli-Laden)
- Shop-in-Shop-Konzepte

III. LIQUIDITÄTSÜBERBRÜCKUNG

Viele kleine Händler/Gastronomen benötigen kurz- und mittelfristige Liquiditätshilfen – auch, weil die staatlichen Coronahilfen sehr zeitverzögert ausgezahlt werden.

- Einrichtung und Bewerbung eines Fonds/einer Cityanleihe mit privatem Kapital (Bürger als Kleinkapitalgeber), um hierüber Finanzierungen/Beteiligungen zu organisieren oder Kontakte zu Kapitalsuchenden herzustellen.
- Unterstützung/Beratung bei Einführung neuer Liquiditätskonzepte („Unternehmensanleihen“, „Genuss-Scheine“) oder privater Fremdbeteiligung
- Prepaid-Karte im Betrieb, um kurzfristig Liquidität zu generieren. Der Geldbetrag könnte zu einem Anteil über den og. Fond abgesichert sein (da Käufer in der aktuellen Situation Gutscheinkäufe als Risiko betrachten)

Zusätzlich sollte den Händlern/Gastronomen die Möglichkeit geboten werden, auf Antrag die Gewerbesteuer für 12 Monate zu stunden.

IV. EINZELBETRIEBLICHE SPRECHSTUNDEN/BERATUNGEN

Der unter I. angesprochene Beraterpool bietet den Händlern/Gastronomen kostenlose Sprechstunden zu allgemeinen betrieblichen Fragen der Re-Strukturierung, Fremdfinanzierung durch den Investitionspool/Betriebsbeteiligungen, Neuausrichtung oder Digitalisierung. Zudem zeigen die Experten Fördermittel auf – wie bspw. der neue Landeszuschuss DigiBooster für Investitionen in der Digitalisierung im Betrieb.

V. GEMEINSAMES STAMMKUNDEN-BONUSSYSTEM

Systeme wie Paypal oder Deutschlandcard, über die Kunden Punkte mit jedem Einkauf sammeln, liegen seit Jahren im Trend. Ein solches System, alleinig bezogen auf die Umsätze in Bitburger Handel/Gastronomie (online + stationär), kann als Karte (*Bit-Card, Bit-Taler, Bit-Coin*) Kundenbindung erzeugen. Die eingesammelten Punkte können in exklusive Happenings eingelöst werden (Konzertabend, City-Barbeque-Abend, Candle-Light-Dinner in einem Laden, Miet-Auto für ein exklusives Wochenende) – oder als Spende für Bitburger Vereine, die Tafel u.a.

VI. GEMEINSCHAFTLICHE GUTSCHEIN-SYSTEME

Parallel zum bereits existierenden analogen Einkaufsgutschein, der aktuell etwas umständlich bestellt oder bei der Tourist-Info stationär erworben werden kann, kann ein einfach handhabbares Online-Gutscheinsystem mit Sofort-Ausdruck das Gutschein-Programm ergänzen.

Zusätzlich kann für Arbeitgeber ein Gutschein-System aufgebaut werden: Hierüber kann er seinen Mitarbeitern monatlich lohnsteuerfreie 44-Euro-Einkaufsgutscheine ausstellen, die ausschließlich bei Bitburger Händlern/Gastronomen eingelöst werden können.

VII. BITBURGER ONLINE-MARKTPLATZ

Gemeinsamer Online-Shop der Bitburger Gewerbetreibenden, inkl. attraktiven Firmenportraits (so wie im Frühjahr das Pilotprojekt Bitburg.Shopping). Die Shopping-Plattform ist integraler Bestandteil des gesamten Citymarketings – mit Infotainment, regelmäßigen Aktionen, Gewinnspielen sowie Anlaufstelle für die o.g. Gemeinschaftsgutscheine und das Bonussystem. Eine Bitburg-App rundet das System als mobile Lösung ab.

Weitere Leistungen/Angebote dieses Plattform-Konzeptes

- gemeinsame Auslieferung von Waren innerhalb Bitburgs
- kostenfreie Click&Collect-Abholparkplätze für Besteller
- Online-Live-Beratung

Wichtige Erfolgsparameter:

- digitale Schnittstellen zu eigenen Shop- und Warenwirtschaft-/Kassensystemen
- intensive Schulung der Teilnehmer
- permanente Werbung für die Plattform
- zentrales Kümmerer-Team

VIII. INNENSTADT ALS SOZIALER TREFFPUNKT

Die City muss künftig ihre Rolle als Treffpunkt stärker wahrnehmen – und nicht nur die Funktion des Konsums erfüllen). Hierzu muss die Atmosphäre „heimeliger“, freundlicher und barrierefrei gestaltet werden

- wettergeschützte Ruhe-/Rückzugsräume/Plätze
- mobile Grünoase auf dem Petersplatz (öffentlicher „Biergarten“)
- Fassadenbegrünungen
- Radstellplätze mit Ladestation

Der Ideenkatalog versteht sich als Inspirations- und Diskussionsbeitrag.

Zu den meisten dieser Ideen liegen Best-Practice-Beispiele vor. Hier können Ideen, die von den Arbeitsgruppen als interessant erachtet werden, am praktischen Beispiel angeschaut werden.

A. HÄNDLERBEFRAGUNG

Der anonyme Händler-/Gastronomenfragebogen sollte so konzipiert sein, dass er sowohl offene Feedbackmöglichkeiten bietet als auch über geschlossene Fragen Vergleiche und statistische Auswertungen ermöglicht. Es soll hierüber in erster Linie eine *schnelle* Stimmungsabfrage stattfinden.

Inhaltlich sollten u.a. folgende Themen abgefragt werden:

Aktuelle Lage

- Werden Sie Ihr Geschäft nach dem Lockdown wieder öffnen (ja/nein/vielleicht)?
- Wie hoch sind die Umsatzeinbußen der letzten 6 Monate in %?
- Wie hoch ist der geschätzte Liquiditätsbedarf für die kommenden 6 Monate?

Mieten

- Wie hoch ist ihr qm-Mietpreis?
- Wie schätzen Sie die Miethöhe für Ihre Ladenlokal ein (günstig – ok – hoch - zu hoch)
- Würde eine Mietminderung für xx Monate in Ihrer Situation helfen?

Meinung zur Bit-Galerie

- Wie bewerten Sie die geplante Bit-Galerie
 - a. für Ihr Geschäft (sehr gut --- neutral ---sehr gefährlich)
 - b. für die Stadt Bitburg sowie die Region
- Hat die Entscheidung Bit-Galerie Einfluss auf ihre akuten Investitions- oder Betriebserhaltungsentscheidung?

Weitere abzufragende Themen:

- Betreibt Unternehmen bereits E-Commerce?
- Interesse an einem Online-Marktplatz
- Interesse an aktiver Mitarbeit in Arbeitskreisen
- Offene Fragen zu:
 - a. Verbesserungsvorschläge Innenstadt-Flair
 - b. Was wären die akutesten Punkte, an denen
 - Stadt und Politik
 - Gewerbe(verein)arbeiten müssten?

Diese Punkte verstehen sich als erste Anregungen für den Fragebogen, der selbstverständlich inhaltlich und fragetechnisch weiter ausgearbeitet werden muss.