

AWTIS am 08.05.2012

öffentliche Sitzung

TOP 4: Antrag der SPD-Fraktion „Konzept Innenstadt“

SPD-Fraktion

**im Rat der Stadt Helmstedt
Markt 1, 38350 Helmstedt**

Vorsitzender: Uwe Strümpel

Nordstr. 15

38350 Helmstedt

Tel. 05351 / 32134

Helmstedt, den 05.03.2012

**Stadt Helmstedt
z. Hd. Herrn Bürgermeister
Wittich Schobert**

Sehr geehrter Herr Bürgermeister, lieber Wittich !

Am kommenden Mittwoch findet eine Sitzung des Wirtschaftsausschusses mit Geschäftsbesuchen und anschließender Gesprächsrunde mit Vertretern des Einzelhandels statt.

In diesem Zusammenhang bringen wir den nachfolgenden Antrag zur Beratung und Beschlussfassung ein.

Die SPD – Fraktion beantragt:

1. Die Verwaltung wird aufgefordert, in Zusammenarbeit mit der Werbegemeinschaft „helmstedt aktuell / Stadtmarketing“, Vertretern aus Handel und Gastronomie sowie des Rates die Bausteine des im Anhang formulierten Konzeptes „Kaufhaus Innenstadt“ zu einem zu realisierenden Gesamtkonzept zu bündeln und umzusetzen.
2. Die Arbeit an diesem Konzept und dessen Umsetzung sollte durch einen „Arbeitskreis Innenstadt“, bestehend aus Vertretern der in (1) genannten Gruppierungen begleitet und unterstützt werden.
3. Die SPD-Fraktion begrüßt, dass im Haushalt die Mittel für die Arbeit eines Kaufhaus-Koordinators auf Honorarbasis bereitgestellt sind. Diese Stelle gilt es unverzüglich zu besetzen und in ihrer Arbeit zu unterstützen.
4. Die Verwaltung wird aufgefordert, die Einführung der in dem beigegeführten Konzept konkretisierten „Park-Card“ in einem Probeversuch zu testen.

gez. Uwe Strümpel
(Fraktionsvorsitzender)

Unsere Innenstadt erhalten und mit Leben erfüllen

- Eine Reihe von Geschäftsaufgaben (so z. B. die Firma Gerlach) hat gezeigt, dass trotz großer Bemühungen von Rat, Verwaltung, Handel und der Werbegemeinschaft „Helmstedt aktuell“ eine Neubelebung der Innenstadt noch nicht wirksam stattgefunden hat. Wir glauben jedoch, dass durch koordinierte und konzentrierte Maßnahmen auf unterschiedlichen Ebenen eine nachhaltige Neubelebung unserer Innenstadt erfolgen kann. Dazu gehört neben dem Projekt „Kaufhaus Innenstadt“ das Bemühen, das Wohnen in der Innenstadt neben Senioren auch attraktiv für junge Paare und Familien zu machen.
- Absolut vordringlich ist, dass das isolierte Nebeneinander im Handel (und auch der Gastronomie) unbedingt durch ein gemeinsames Miteinander in Form von einem „Kaufhaus Innenstadt“ abgelöst werden muss. „Kaufhaus Innenstadt“ bedeutet, ein Marketingkonzept in die Tat umzusetzen, das dieses gemeinsame Miteinander von Handel und Gastronomie in der Innenstadt organisiert und vermarktet. Nur so wird der Handel in der Innenstadt eine Chance haben, sich gegen die „grüne Wiese“ und die Einkaufszentren in Braunschweig, Wolfsburg und Magdeburg durchzusetzen. Dieses Miteinander in einem „Kaufhaus Innenstadt“ kommt nicht von selbst, es muss gegen widerstrebende und nicht immer einsichtige Interessen durchgesetzt werden. „Kaufhaus Innenstadt“ bedeutet, dass die Wirkung durch die koordinierte Gesamtaktivität wesentlich mehr ist als die Summe von einzelnen, aber isolierten Aktivitäten sein kann.

Ein zentraler Baustein im SPD-Konzept:
Mehr Attraktivität für den Kunden durch das **Kaufhaus Innenstadt**

„Bausteine“ für unser „**Kaufhaus Innenstadt**“ sind:

- Ein „Kaufhaus-Manager“ soll diesen Prozess des Miteinander durch persönliche Ansprache und „Fußarbeit“ organisieren und koordinieren; auf Honorarbasis in der Anlaufphase; danach selbsttragend durch Handel und Gastronomie
- Der zukünftige Bürgermeister muss das Gespräch mit Vermietern der 1a und 1b-Lagen suchen. Ziel: Reduzierung der Mieten, um Neueröffnungen eine Chance zu geben (insbesondere bei Leerständen), dann kann die Miete wieder steigen
- Unterstützung bei Neuansiedlung von Geschäften
- Einführung einer Park-Card (Mit dem Kauf einer solchen Park-Card erwirbt man sich das Recht, für einen bestimmten Zeitraum, z. B. von drei Monaten, auf gebührenpflichtigen Parkplätzen innerhalb der vorgegebenen Parkdauer zu parken.)
- Weiterlaufen der erfolgreichen Aktionen von „Ab in die Mitte“ (z.B. gemeinsame Events, bei denen die Einzelhändler die Hauptrolle spielen / sich präsentieren: Kaffee und Kuchen in Geschäften mit Kaffeehausmusik; Bürgeressen unter Beteiligung des Rates)
- Belegung der Plätze: Marktplatz: einmal im Monat Flohmarkt für Kinder; Heinrichsplatz: Spezialitätenmarkt – Weinmarkt – Antipastimarkt – Fischmarkt; Gröpern: Kunsthandwerkermarkt – Bauernmarkt; Juleumshof: einmal im Quartal Bücherflohmarkt
- Verlässliche, gemeinsame Öffnungszeiten
- Thematisierung der Universitätsgeschichte, „inszenierte“ Stadtführungen (schon vielfach von SPD durchgeführt)
- „Speaker’s Corner“ (und/oder auch poetry slam) in Neumärker oder auf dem Marktplatz
- Angebot der Woche / Angebot des Monats

- Intensivierung dieser Marketingmaßnahme im „Helmstedter Adventskalender“ (jeden Tag in der Adventszeit öffnet ein Geschäft seine „Tür“ mit einem attraktiven Sonderangebot)
- Verkehrsversuch einer Umkehrung der Magdeburger Straße, um den Verkehr aus Richtung Osten auf direktem Weg in die Innenstadt zu führen
- Werbemöglichkeit in der Innenstadt (elektronische Litfasssäule)
- Werberaum (in Leerstand) für Märkte und ebenso Werbemöglichkeit für „Kaufhaus Innenstadt“ in Märkten; Ausstellungsmöglichkeit für Helmstedter Künstler in Schaufenstern von Leerständen
- Prospektbeilage in Zeitung in regelmäßigen Abständen mit Info über Angebote, Kultur und Gastronomie
- Einbeziehung der Gastronomie in Konzept (verlangt Kooperation der Gastronomen)
- Jedes Kaufhaus braucht Toiletten: Wenn die beiden öffentlichen Toiletten am Markt und auf dem Holzberg geschlossen sind, sollten die Kunden die Möglichkeit erhalten, Restaurants und Cafes zum Toilettenbesuch aufsuchen zu dürfen. Damit können die entsprechenden Betriebe auch offensiv werben (Kundenservice, kundenfreundlich). In diesem Zusammenhang muss ebenfalls daran gedacht werden, auch Behinderten einen Toilettenbesuch zu ermöglichen.
- verstärkte Einbindung der Passage (darf kein isoliertes Eigenleben führen; schädlich für Passage und Innenstadt)
- regelmäßige Themenwochen (Handel, Kultur, Gastronomie)
- Intensivierung der regionalen Werbung
- Einbindung in Konzept „Helmstedt - Stadt der deutschen Einheit“ mit entsprechenden Hinweisen (Fotos, Texte, Denkmal) auf markante Plätze und Ereignisse (Trabbi-Invasion; Käufer-Ansturm; Geldtransport in Plastiktüte; Verknüpfung mit Museen und Tourismus-Projekten; z.B. „Grenzgänge“ im Lappwald)
- größtmögliche Angebotsfläche durch Edeka auf Braunschweiger Tor
- Edelhöfe: Erlebnis-Gaststätte und Wohnen, falls keine überzeugende Handels-Investition möglich
- Schließfächer; Regenschirmverleih
- Jeweils am ersten Samstag im Monat regelmäßige Stadtrallyes für Familien / Kinder (Start mit dem „Abblasen der Woche“ durch den Hausmann am Hausmannsturm, Sa; 12.00 Uhr). Preise gestiftet von Geschäften der Innenstadt
- Gemeinsamer Bringdienst der Geschäfte in der Innenstadt, z. B. für Senioren
- Im Winter: Schneemannbau-Wettbewerb; oder: gemeinsam einen Riesen-Schneemann bauen
- Verlegung des Wochenmarktes auf den Marktplatz (zunächst versuchsweise)
- Einkaufsführer (durch „Helmstedt aktuell“) konkretisiert das Angebot des „Kaufhauses“ mit seinen einzelnen „Abteilungen“
- Regelmäßige Durchführung eines Schaufensterwettbewerbes
- Fortsetzung und Verstärkung der Sanierungsbemühungen, insbesondere in den Bereichen Papenberg und Schuhstraße/Kybitzstraße (für Wohnen, Handel und Dienstleistungen)

Mit gemeinsamen Aktionen das
„Kaufhaus Innenstadt“ beleben

- Unterstützung der ausgezeichneten Bemühungen des „Forum Kybitzstraße-Schuhstraße e.V. mit dem Ziel, durch Öffnung des gesamten Quartiers und der Erschließung der Innenhöfe als „Oasen der Ruhe“ das Wohnen in der Innenstadt nachhaltig attraktiver zu machen.
- Der geplante Bau eines Fabrikverkaufszentrums an der Emmerstedter Straße hat den Druck auf alle Beteiligten erhöht, u. a. mit diesen „Bausteinen“ möglichst zügig und effektiv den „Bau“ eines „Kaufhauses Innenstadt“ zu realisieren. Nach dem Scheitern dieser Pläne wird es die SPD nicht zulassen, dass die Investoren an diesem Standort z. B. durch den Bau eines großen Einkaufszentrums zum Erfolg kommen werden. Eine „zweite Innenstadt“ darf es nicht geben.



So könnte die Park-Card aussehen:
Gültig für ein Quartal und mit Platz für Werbung

SPD-Idee

Flat-Rate für's Parken

Eigentlich ist es ganz einfach. Sie gehen in die Info am Markt, kaufen eine Park-Card und können dann für ein Vierteljahr kostenlos auf allen städtischen Parkplätzen parken. Natürlich darf die Höchstparkdauer von drei Stunden nicht überschritten werden, aber dafür muss man ja die Parkscheibe entsprechend einstellen.

Indem das Kennzeichen des Käufers auf der Karte notiert wird, soll sichergestellt werden, dass sie nicht übertragen werden kann. Die Karte soll dabei die bisherigen Parkschein-Automaten nicht ersetzen, sondern ergänzen.

So eine „Flat-Rate“ für's Parken hat eigentlich nur Vorteile:

- Das lästige Suchen nach Wechselgeld entfällt (herkömmliche Parkscheinautomaten ohne Rückgabemöglichkeit);
- Ebenso entfällt der als unbequem empfundene Weg zum Automaten;
- Die Käufer-Bindung an die Innenstadt wird verstärkt (wer eine solche Parkscheibe besitzt, möchte sie natürlich „ausnutzen“);
- Eine „attraktive“ Aufwertung der Helmstedt-Card, wenn die Stadt die Parkscheibe als Leistung mit einbringt;
- Bei entsprechendem Preis für die Parkscheibe kann das Projekt kostenneutral gestaltet werden
- An einer möglichen Werbung auf der Park-Card kann die Stadt sogar noch etwas verdienen;
- Die Park-Card ist eine Imageaufwertung für Helmstedt durch eine neue, kreative Idee.

Eigentlich ganz einfach. Die SPD-Idee findet daher auch große Zustimmung bei den anderen Parteien,