

Vorlage Nr. I/187/2020
für den Magistrat

Anzahl Anlagen: 1

Maßnahmen zur Stärkung der Bremerhavener Innenstadt in Folge der Corona-Krise Hier: Aufbau eines Ladenflächenmanagements

A Problem

In Folge der Corona-Krise ist im Bereich der Innenstadt (Abgrenzung s. Anlage 1) eine verschärfte Leerstandsproblematik zu befürchten. In der jüngsten Vergangenheit wurde, um einzelnen Leerständen kreativ zu begegnen und die Fußgängerzone in der Innenstadt aufzuwerten, durch die Städtische Wohnungsgesellschaft STÄWOG seit Dezember 2016 die Pop-up-Kiez-Kampagne „Springflut Bremerhaven“ initiiert, um Zwischennutzenden, Betreibenden von Pop-up-Stores, Kreativen, Do-it-yourself-Initiativen oder Events einen Raum zu geben. Auf dem neuen Pop-up-Kiez in der Bürgermeister-Smidt-Straße wird in fünf nah beieinanderliegenden Ladengeschäften in ständigem Wechsel Überraschendes zu erleben und zu kaufen geboten.

Schon in jüngerer Vergangenheit hat verändertes Einkaufsverhalten, die fehlende Anziehungskraft mancher Geschäfte, die Ansiedlung großflächigen Einzelhandels in den Randlagen und digitale Geschäftsmodelle (z. B. Onlinehandel) den innerstädtischen Einzelhandel in Bremerhaven unter Druck gesetzt. Der allgemeine Qualitätsverlust im Handelsbesatz und die schwindende Vielfalt des Einzelhandels befördern eine Abwärtsspirale, die durch die Corona-Pandemie beschleunigt wird, da ein Teil des Einzelhandelsumsatzes, der während des Shutdowns an den Onlinehandel abgegeben wurde, droht, voraussichtlich dauerhaft für den stationären Einzelhandel verloren zu gehen. Die Lockerungen der Schutzmaßnahmen lassen jetzt zwar wieder einen Kundenbetrieb zu, allein aufgrund der Abstandsregeln ist aber nur ein geringerer Kundenbesatz möglich. Zudem ist vor dem Hintergrund der Einkommenseinbußen und der Maskenpflicht bundesweit eine deutliche Kaufzurückhaltung zu verzeichnen.

Die Umsatzausfälle aus dem Shutdown, die wegen der vorliegenden Rahmenbedingungen auch noch länger zu erwartenden Umsatzeinbußen und die gleichzeitig höheren Kosten für die Umsetzung der Hygienevorschriften bedeuten gerade für die inhabergeführten Geschäfte aufgrund häufig geringer Rücklagen, fehlender technischer Ressourcen und Know-how eine besondere Herausforderung.

Auch wenn für die Bremerhavener Innenstadt aktuell noch keine ausgeprägte Leerstandsproblematik attestiert werden kann, gilt es die bisherigen Aktivitäten zur Vermietung und Vermarktung von Ladenlokalen zu koordinieren und zu ergänzen. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund zu befürchtender pandemiebedingter Auswirkungen zu forcieren.

B Lösung

In der Bremerhavener Innenstadt hat nach wie vor der Einzelhandel eine bedeutende Leitfunktion. Die Unternehmen versorgen die Stadt und ihre Verflechtungsbereiche, stärken die oberzentrale Funktion, prägen das Bild in der Innenstadt, üben eine starke Anziehungskraft auf Tagesgäste aus, machen die Stadt zum Erlebnis und sind Anlass, die Innenstadt zu besuchen. Es gilt daher, die Stellung des städtischen Einzelhandels zu stärken und auf den durch die Pandemie beschleunigten Strukturwandel in der Bremerhavener Innenstadt kurzfristig mit verschiedenen Maßnahmen zu reagieren.

Eine dieser Maßnahmen ist der Aufbau eines Ladenflächenmanagements, das in der Abteilung Stadtmarketing der Erlebnis Bremerhaven GmbH angesiedelt werden soll. Mit dem Ladenflächenmanagement kann die Akquise und Ansiedlung weiterer Einzelhandelsbetriebe, Dienstleistungsunternehmen und Gastronomiebetreibenden in der Innenstadt gemäß einem integrierten Einzelhandelskonzept gezielt gesteuert und begleitet werden. Vakante Flächen können in dem Software-Tool SYNERGIS dargestellt und eine proaktive Eigentümeransprache und ggf. auch eine eigene Immobilienbörse mit allen immobilienwirtschaftlich relevanten Daten oder zumindest die Insertion der Leerstände auf den überregionalen Immobilienportalen vorgenommen werden. Ein Meldetool für Leerstand sollte ebenfalls etabliert und ggf. Konzepte zur Umwandlung von Gewerbeimmobilien in Wohnraum oder andere Nutzungsformen erarbeitet werden.

Darüber hinaus sollte die Installation eines „Veränderungs-Managements“ für Eigentumsparteien/Gewerbetreibende, die Nachfolgerinnen/Nachfolger oder Nachmieterinnen/Nachmieter suchen, Bestandteil des Ladenflächenmanagements sein.

Zur Ansprache von möglichen Investorinnen und Investoren bedarf es der Entwicklung einer medialen Aufbereitung mit fundierten Kennzahlen und Frequenzmessungen. Wenn die Datengrundlage dafür nicht ausreichend ist, wäre z. B. auch die Anschaffung oder das Leasing einer digitalen Zählanlage an ausgewählten Standorten zu überlegen.

Grundsätzlich ist eine enge Zusammenarbeit mit den Agierenden der örtlichen Immobilienwirtschaft sowie den Eigentumsparteien zwingend nötig. Hier sollte die städtische Ansprechpartnerin/der Ansprechpartner eine vermittelnde Rolle einnehmen, um z. B. benötigte Flächenzuschnitte und Zwischennutzungskonzepte für Leerstandsimmobilien je nach Bedarf zu ermöglichen. Darauf aufbauend können dann gezielt ansiedlungsinteressierte Einzelhändlerinnen/Einzelhändler und Investorinnen/Investoren angesprochen und akquiriert werden.

Zur Unterstützung der Erstellung des vorgenannten Ladenflächenmanagements wird bei der Erlebnis Bremerhaven GmbH eine Werkstudierenden-Stelle für 18 Monate eingerichtet.

Die für die Einrichtung des zuvor beschriebenen Ladenflächenmanagements kalkulierten Kosten belaufen sich insgesamt auf rd. 50.000 €, die sich wie folgt aufteilen:

Personalkosten Werkstudierende/Werkstudierender	18.000 €
Frequenzzählsystem (6 Standorte, inkl. Montage und Software)	10.000 €
Digitale Immobilienbörse mit Leerstandsmelder	15.000 €
Mediale Imageaufbereitung	7.000 €

Für die Finanzierung wird ein entsprechender Antrag an den Bremen-Fonds gestellt. Zeitliche Verzögerungen können die Innenstadt Bremerhavens nachhaltig beschädigen. Die drängenden Probleme verbieten es, auf eine vermutlich frühestens nach der Sommerpause zu erwartende Entscheidung des Landes zu warten, zumal für eine mögliche Ablehnung der Finanzierung auch eine Lösung herbeigeführt werden muss. Es soll daher eine **Zwischenfinanzierung** aus den von der BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH für die Stadt treuhänderisch verwalteten Grundstückerlösen erfolgen.

C Alternativen

Es wird kein Ladenflächenmanagement eingerichtet, um die negativen Folgen des pandemiebedingt beschleunigten Strukturwandels in der Bremerhavener Innenstadt aufzufangen. Von dieser Alternative ist abzuraten, da es dann an einer gezielt gesteuerten und begleiteten Ansiedlung weiterer Einzelhandels- oder Dienstleistungsbetriebe in der Innenstadt fehlt und damit – pandemiebedingt - von einer Verschärfung der Leerstandsproblematik auszugehen ist.

D Auswirkungen des Beschlussvorschlages

Für die Erstellung des Ladenflächenmanagements fallen Kosten in Höhe von 50.000 € an, die aus den von der BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH für die Stadt treuhänderisch verwalteten Grundstückerlösen zwischenfinanziert werden.

Es sind keine weiteren Auswirkungen nach § 8 Abs. 3 GOMag ersichtlich.

E Beteiligung/Abstimmung

EBG, BIS.

F Öffentlichkeitsarbeit/Veröffentlichung nach dem BremIFG

Gegen eine Veröffentlichung nach dem BremIFG bestehen keine Bedenken.

G Beschlussvorschlag

Der Magistrat bittet die Erlebnis Bremerhaven GmbH ein Ladenflächenmanagement aufzubauen.

Die Kosten für das Ladenflächenmanagement in Höhe von 50.000 € werden aus den von der BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH für die Stadt treuhänderisch verwalteten Grundstück Erlösen zwischenfinanziert.

Grantz
Oberbürgermeister

Anlage: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt