



**Koblenz – Magnet am Deutschen Eck:**  
Die Stadt zum Bleiben.

## Anfrage

<b>Vorlage-Nr.:</b>	AF/0025/2013		<b>Datum:</b>	24.01.2013
<b>Verfasser:</b>	05-FDP-Ratsfraktion	<b>Az:</b>		
<b>Gremienweg:</b>				
<b>01.02.2013</b>	<b>Stadtrat</b>	<input type="checkbox"/> einstimmig	<input type="checkbox"/> mehrheitlich	<input type="checkbox"/> ohne BE
		<input type="checkbox"/> abgelehnt	<input type="checkbox"/> Kenntnis	<input type="checkbox"/> abgesetzt
		<input type="checkbox"/> verwiesen	<input type="checkbox"/> vertagt	<input type="checkbox"/> geändert
	TOP                      öffentlich	<input type="checkbox"/> Enthaltungen	<input type="checkbox"/> Gegenstimmen	
<b>Betreff:</b> Anfrage der FDP-Fraktion zu Leerständen in der Innenstadt				

„Stellen Sie sich vor, Sie sind Bürgermeister einer mittelgroßen Stadt. Der Einzelhandel dümpelt vor sich hin. Ein paar Geschäfte haben schon dicht gemacht. Und dann kommt ein Investor und sagt: ‚Wir retten Ihre City mit einem schönen Einkaufszentrum. Dann strömen die Kunden und Ihre ganze Innenstadt blüht wieder auf‘.“ So wurde der Film-Bericht angekündigt, der am Mittwoch, 23.01.2013 in der TV-Sendung „PlusMinus“ eine Analyse der Städte präsentierte, die mehr als 60 deutsche Städte untersuchte und feststellte, dass meist nur die Center selbst profitieren, die Innenstädte aber leiden. Laut dieser Analyse verlieren die gewachsenen Einkaufsstraßen durch die Neuansiedelung von Einkaufszentren an Kunden und Umsatz, die zu Geschäftsaufgaben und Leerständen der Flächen führen.

Die Rhein-Zeitung berichtete aktuell am 16.01. über das Leerstandmanagement der 13 ehemaligen Schlecker-Filialen im Koblenzer Stadtgebiet. Die Vermarktung gestaltet sich als schwierig, da in der Stadt noch weitaus mehr Ladenlokale leer stehen.

Durch das neue Einkaufszentrum auf dem Zentralplatz wurde die Einteilung der Innenstadt in 1a-Lagen, 1b-Lagen und 2er-Lagen verschoben. In einer Analyse der Koblenzer City bis 2014 wird durch die Errichtung des Einkaufszentrums eine Aufwertung der Straßen rund um den Zentralplatz prognostiziert. Gleichzeitig ist der Bereich der Altstadt durch die Einführung einer Fußgängerzone beeinflusst.

An der Vermarktung des Leerstand arbeiten in der Stadtverwaltung sowohl die Wirtschaftsförderung als auch die Stadtmarketing GmbH. Bei der Wirtschaftsförderung ist eine Projektkoordination für die Vermittlung von privaten Gewerbeobjekten angesiedelt. Das Ziel der Stadtmarketing GmbH ist es, die Attraktivität der Innenstadt zu steigern. Aktuell kann man sich mittels eines Einzelhandels-Informationssystem im Internet einen Überblick über die Leerstände in der Innenstadt verschaffen. An den leerstehenden Einheiten angebrachte QR-Codes sollen deren Vermarktung vorantreiben.

Die FDP-Fraktion fragt an,

1. ob in Anbetracht der oben geschilderten Innenstadtentwicklung eine Leerstandkonzeption existiert, an der neben der Wirtschaftsförderung und der Stadtmarketing GmbH auch die örtlichen Wirtschaftsorganisationen und Eigentümervereine mitwirken;
2. falls ein solches Konzept erarbeitet wird,
  - a. ob es bereits erste Ergebnisse gibt;
  - b. wann und wo darüber berichtet wird;
3. welche weiteren Handlungen die Verwaltung vornimmt, um dem Leerstand entgegen zu wirken?

  
Birgit Hoernchen  
Fraktionsvorsitzende