



Antrag

Vorlage: AT/0092/2022		Datum: 11.07.2022	
Verfasser:	01-Ratsfraktion CDU	Az.:	
Betreff:			
Antrag der CDU-Ratsfraktion: Erarbeitung eines Konzepts zum Erhalt und zur Stärkung einer attraktiven, wirtschaftsstarke und liebenswerten Koblenzer Innenstadt			
Gremienweg:			
21.07.2022	Stadtrat	<input type="checkbox"/> einstimmig	<input type="checkbox"/> mehrheitl.
		<input type="checkbox"/> abgelehnt	<input type="checkbox"/> Kenntnis
		<input type="checkbox"/> verwiesen	<input type="checkbox"/> vertagt
		<input type="checkbox"/> Enthaltungen	<input type="checkbox"/> Gegenstimmen
	TOP	öffentlich	

Beschlussentwurf:

Der Stadtrat beschließt:

Die Verwaltung wird beauftragt, ein Konzept zum Erhalt und zur Stärkung einer attraktiven, wirtschaftsstarke und liebenswerten Koblenzer Innenstadt zu entwickeln und im Wirtschaftsförderungsausschuss vorzustellen.

Auf der Grundlage dieses Konzepts soll in Zusammenarbeit mit allen relevanten Akteuren (Politik, Verwaltung, Gewerbetreibende und deren Interessenvertretungen sowie weiteren Akteuren wie z.B. aus den Bereichen Gastronomie, Kunst- und Kultureinrichtungen, Tourismus) eine tragfähige Strategie sowie konkrete Maßnahmen, Arbeitsverteilung und Finanzierung erarbeitet werden.

Die nachfolgende Aufzählung von Thesen, Ideen und Maßnahmen, die sowohl Aufgabenstellungen für die Kommune als auch die gewerbliche Wirtschaft beinhalten, ist nicht als abschließend anzusehen, sondern soll lediglich als Impulsgebung und Leitplankensetzung für die Erstellung des Konzeptes zu verstehen sein:

- Die Innenstadt der Zukunft wird multifunktionaler strukturiert sein als bisher. Sie ist geprägt von Handel, Gastgewerbe, Begegnung, Kommunikation, Kunst und Kultur, Wohnen, Aufenthaltsqualitäten, Digitalisierung, Sicherheit, Sauberkeit und Ordnung und vielem mehr.
- Um die Attraktivität der Innenstädte langfristig zu erhalten, bedarf es der Ansiedlung alternativer, möglichst frequenzstarker Nutzungsarten. Eine wirtschaftlich starke Innenstadt wird auch zukünftig nicht auf einen attraktiven Einzelhandel als wichtigen Frequenzbringer verzichten können, doch der Handel wird diese Funktion nicht mehr alleine übernehmen können. Daher ist ein multifunktionaler Nutzungsmix anzustreben, der die klassischen Einzelhandelsnutzungen um innovative gastronomische Angebote und frequenzstarke Dienstleistungs-, Kultur- sowie Freizeitangebote ergänzt. Auch das Thema „Wohnen in der Innenstadt“ gewinnt immer mehr an Relevanz.

Vor diesem Hintergrund sollten u.a. folgende Anregungen in die Erstellung eines Konzeptes mit einbezogen werden:

- Schaffung innerstädtischen Wohnraums, u.a. durch Stadtumbau: Immer mehr Menschen zieht es heute in die Innenstädte, um deren Angebote fußläufig erreichen und am „urbanen Flair“ teilhaben zu können.

- Ansiedlung von Kunst und Kultur, z.B. in Form einer Kultur- und Markthalle.
- Schaffung eines innerstädtischen Erlebnisraumes: Begegnung, persönliche Kommunikation, Einkaufserlebnis mit großer Beratungsqualität und vor allem urbanes Flair kann der Onlinehandel nicht bieten.
- Ansprechende, einladende Gestaltung des öffentlichen Raumes. Neben dem Dienstleistungs-, Kommunikations- und Erlebnischarakter, gehört zu einer attraktiven und zukunftsfähigen Innenstadt auch ein Ambiente, das zum Verweilen einlädt. Wichtige Elemente sind die Schaffung bzw. der Ausbau von Barrierefreiheit, altersgerechten Ruhezeiten, Spielplätzen, Anlaufstellen für Kinderbetreuung und die Begrünung des öffentlichen Raums.
- Berücksichtigung der 2017 vom Bund unter Beteiligung des DIHK verabschiedeten Smart City Charta und der dort festgelegten Leitlinien und Handlungsempfehlungen.
- Ausbau einer zukunftsfähigen digitalen Infrastruktur – mobil und stationär – auf der Basis von Glasfaser sowie Aufbau offener Plattformen zur Vernetzung verschiedener Themenbereiche und insbesondere die Bereitstellung leistungsstarker und flächendeckender WLAN-Netze.
- Betreibt eine Kommune das innerstädtische W-LAN-System, hat sie die Hoheit über die Besucherlenkung, kann die Startseite bestimmen und dort die Innenstadt abbilden, indem sie beispielsweise digitale Touristenführer, Eventkalender oder Shopping- Guides in das Angebot integriert.
- Reale Orte die digital nicht erlebbar sind, werden zukünftig von der stetig wachsenden Gruppe der Smart Natives deutlich weniger frequentiert werden.
- Stationäres Warenangebot mit Online-Angeboten ergänzen oder erweitern.
- Ausbau der Online-Präsenz im Bereich e-Commerce und soziale Medien; Schaffung von Abholstationen bzw. Abholstationen, (emissionsfreie) Auslieferung im Stadtgebiet etc.
- Leerstandsmanagement: Stadt soll über einen befristeten Zeitraum Ladenflächen (vergünstigt) anmieten, um sie an neue Handelsformate bzw. kreative Nutzungen befristet weiterzuvermieten. Durch Leerstand bedingte „tote Schaufenster“ können damit vermieden und das Image eines vitalen und interessanten Zentrums erhalten werden. Bestenfalls soll durch einen solchen „Verfügungsfonds Anmietung“ eine langfristige Nutzungsperspektive für die verfügbaren Ladenflächen entstehen.
- Durchführung eines halbjährlichen anlasslosen verkaufsoffenen Sonntags, unterstützt durch kostenlosen oder vergünstigten ÖPNV. Bspw. könnte den Menschen aus der Region angeboten werden, zum Preis einer Wabe nach Koblenz zu fahren. Die möglichen Modalitäten sollen mit dem Verkehrsverbund Rhein- Mosel erörtert werden.

Begründung:

Innenstädte mussten sich schon immer an veränderte wirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen anpassen und dafür Transformationsprozessen unterziehen.

Im Einzelhandel beispielsweise, der traditionell der zentrale Frequenzbringer für moderne Innenstädte ist, hat sich die Zahl der inhabergeführten Fachgeschäfte aufgrund des Strukturwandels in der

Branche stark verringert. Sie wurden meist durch national oder international tätige Filialunternehmen ersetzt. Wo diese Anpassungsprozesse nicht oder nur teilweise glückten, sank die Konkurrenzfähigkeit des gewachsenen Facheinzelhandels, was mit zunehmenden Leerständen verbunden ist. Diese Situation wird oft schlagwortartig als „Banalisierung des Angebots“ und „Innenstadtverödung“ charakterisiert.

Dieser Trend wurde dadurch verstärkt, dass dem stationären Einzelhandel durch einen seit zwei Jahrzehnten dynamisch wachsenden Onlinehandel eine Konkurrenz neuer Qualität entstanden ist, die durch die Coronapandemie noch einmal ganz drastisch erhöht wurde.

Noch prekärer wird diese äußerst schwierige Situation der Innenstädte durch die starke Zunahme von großflächigem Einzelhandel im suburbanen Raum, zumeist auf der sogenannten „Grünen Wiese“ wie aktuell durch das FOC Montabaur.

Diese Entwicklung fordert die bisherige Rolle des stationären Einzelhandels als zentraler innerstädtischer Frequenzbringer zunehmend heraus. So stellt sich auch in Koblenz die Frage, wie wir - Politik, Verwaltung, Gewerbetreibende und deren Interessenvertretungen sowie andere Akteure wie z.B. aus den Bereichen Gastronomie, Tourismus, Kunst- und Kultureinrichtungen - gemeinsam tragfähige Entwicklungsperspektiven für die Innenstädte in unserer Region entwickeln und die notwendigen Maßnahmen umsetzen können.

Mit dem vorliegenden Antrag soll der Impuls für die Entwicklung eines Konzeptes und den gemeinsamen Ideenaustausch für den langfristigen Erhalt einer attraktiven, wirtschaftsstarke und lebenswerten Innenstadt in Koblenz gegeben werden.

Auswirkungen auf den Klimaschutz: