

| | | |
|---|------------------|---------------------------------------|
| Mitteilung | 4836/2017 | Fachbereich 1 Herr Hoffmann |
| Sachstand Standortmarketingkonzept | | |
| Folgenden Gremien zur Kenntnis: Stadtrat | | |

Information:

Mit nachstehendem Mail hat die SPD-Stadtratsfraktion darum gebeten, den Punkt „Sachstand zum Standortmarketingkonzept“ als Tagesordnungspunkt auf die Stadtratssitzung zu nehmen.

Von: Helmut R. Sondermann [<mailto:kontakt@praxis-sondermann.de>]

Gesendet: Samstag, 6. Mai 2017 16:57

An: Oberbürgermeister <Oberbuergemeister@Mayen.de>

Cc: Schönberg, Hans-Georg <schoenberg@freiewaehler-mayen.de>; Mauel, Bernhard <bernhard.mauel@web.de>; Dirk Meid <dimed69@web.de>; Lentes, Natascha <n.lentes@gmx.net>; Raab, Ekkehard <ekkehardraab@freenet.de>

Betreff: Marketingkonzept

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,

im Namen der SPD-Stadtratsfraktion bitte ich Sie, folgenden Punkt auf die Sitzung der nächsten Ratssitzung aufzunehmen und entsprechend zu berichten:

"Sachstandsbericht zur Umsetzung des im Jahre 2015 beschlossenen Standortmarketing-Konzeptes"

Hintergrund:

Das o.g. Konzept wurde 2015 im Stadtrat verabschiedet. Im Beschlussvorschlag hieß es richtigerweise, dass das Konzept gemeinsam von der imakomm AKADEMIE, der Verwaltung, Gewerbetreibenden, Ratsmitglieder sowie Bürgerinnen und Bürgern der Stadt erarbeitet wurde. Die Verwaltung wurde beauftragt, adäquate Maßnahmen zur Zielerreichung zu ergreifen, die vorgeschlagenen Finanzierungsmöglichkeiten (Standortmarketingfonds!) zu evaluieren und das Konzept jährlich fortzuschreiben.

Konkret wüssten wir gerne:

- Wurde das Konzept fortgeschrieben?
- Gibt es Zusagen für die Finanzierung des Standortmarketingsfonds?
- In welchem Stand befindet sich die Umsetzung der auf Seiten 6 - 9 genannten Ziele für den Wirtschaftsstandort, den Tourismusstandort, die Innenstadt und das Stadtmarketing.
- Wie ist der Stand der Umsetzung bzw. Planung der kurzfristigen, mittelfristigen und langfristigen Maßnahmen (Seite 11)

Wir hatten im Rat seinerzeit die Hoffnung ausgedrückt, dass dieses Konzept, anders als manche früheren Ausarbeitungen, nicht wieder nur Kosten und Arbeit verursacht, um anschließend in der Schublade zu verschwinden. Vor allem die aktive Teilnahme der Gewerbetreibenden und die Tatsache, dass das Konzept sehr präzise Handlungsempfehlungen bis hin zu konkreten Maßnahmen nennt, hatten diese Hoffnung bestärkt.

Nachdem nun zwei Jahre seit der Beschlussfassung vergangen sind, bitten wir um einen Sachstandsbericht, der die o.g. Fragen beantwortet.

Mit freundlichen Grüßen

*Helmut R. Sondermann
Vorsitzender SPD-Stadtratsfraktion*

Mit Mail vom 11.05.2017 erging nachstehende Antwort an Herrn Fraktionsvorsitzenden Sondermann und alle Ratsmitglieder, die gleichzeitig als Information zum Standortmarketingkonzept für diese Stadtratssitzung gilt.

Sehr geehrter Herr Sondermann,

gerne komme ich Ihrem Wunsch zum Bericht über das Standortmarketingkonzept in der nächsten Stadtratssitzung nach.

Die gestellten Fragen beantworte ich vorab wie folgt:

Eine förmliche Fortschreibung des Standortmarketingkonzeptes ist nicht erfolgt, weil wir hierfür noch keine umfassende Notwendigkeit erkennen konnten. Insofern haben wir uns zunächst auf die Umsetzung der im Konzept festgelegten Maßnahmen konzentriert. Im Übrigen haben wir –auch in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsbeirat- und teilweise mit Beschluss des Stadtrates verschiedene weitere Maßnahmen zur Verbesserung der Standortsituation definiert und zum Teil bereits umgesetzt bzw. in Angriff genommen worden. Hierzu gehören beispielsweise die Themen der Digitalisierung und die Teilsanierung der Marktstraße.

Im Rahmen der Einrichtung des Standortmarketingfonds sind die im Konzept vorgesehenen Beteiligten (MY-Gemeinschaft und Banken) bezüglich einer Beteiligung angesprochen bzw. angeschrieben worden. Grundsätzliche Bereitschaft zur Beteiligung in Abhängigkeit von zu definierenden größeren Maßnahmen im Rahmen des Standortmarketings wurde von diesen Beteiligten erklärt. Eine Einzahlung ist mit Ausnahme von Leistungen der Stadt (13.000 EUR) und der STEG (5.000 EUR) noch nicht erfolgt. Ausgaben wurden bereits beispielsweise für die Initiierung der LEAPs in Mayen geleistet.

Bezüglich der Visionen und Ziele, die auf den Seiten 6 – 9 als Ergebnisse aus den Workshops aufgenommen wurden, konnten bereits einige erfüllt werden. Beispielsweise die Ziele 1, 2, 7 auf den Seiten 6 und 7. Ein Teil dieser Ziele, die Wünsche/Vorstellungen aus den Workshops und somit einen „Ideenpool“ darstellen wird allerdings nicht erfüllbar sein. Insofern ergeben sich die nach und nach zur Umsetzung vorgesehenen Kernprojekte und weitere Maßnahmen aus den Seiten 29 ff des Konzeptes. Dort sind die Ziele 1, 2 und 7 erfüllt. Natürlich wird auch an diesen Themen weiter gearbeitet. Die Ziele 1, 4, 5, 7, 8 und 9 auf Seite 31 befinden sich beispielsweise in permanenter Prüfung und Umsetzung.

Verschiedene Maßnahmen konnten bereits durchgeführt werden. Dies sind beispielsweise:

- Kamingespräche Wirtschaft und Stadt in Form der bereits viermal durchgeführten Business-Lounge*
- Anreizsystem Leerstände durch das durch die STEG entwickelte Innenstadtförderprogramm mit Miet- und Renovierungszuschüssen*
- Verbesserung der Zugänglichkeit des Veranstaltungskalenders in Form der Online-Bereitstellung*

- Verbesserung bei den Radwegen
- Freies WLAN in der Innenstadt
- Erweiterung der Servicequalität durch Aufleben und Stärkung der Initiative Q-Stadt Mayen
- Dekoration/Plakatierung von Leerständen
- Einkaufs- und Erlebnisführer in Form der Mayen-App
- Passantenbefragung Vitale Innenstädte als Grundlage für eine Frequenzsteigerung und Stärken-/Schwächenanalyse
- Initiierung und Zusammentreffen des Expertenrates Leerstandsmanagement. Im November 2016 tagte der Expertenrat für Leerstandsmanagement zuletzt. Hier wurden verschiedene Modelle für die temporäre Belegung von Leerständen vorgeschlagen. Darüber hinaus soll die Sichtbarkeit der Leerstände spürbar verschönert werden. Hierzu befindet sich die Stadt Mayen im permanenten Dialog mit den Eigentümern.
- Verbund mit anderen touristischen Partnern – jüngstes Beispiel hierfür ist die Kooperation Elzerland
- Aufwertung innerstädtischer Lagen durch Bildung der LEAPs (in Vorbereitung)
- Aufwertungsquartiere nach LEAPG Rheinland-Pfalz: Die geplanten LEAPS Marktquartier und Brückentorquartier haben bezüglich der Zustimmung der Eigentümer zur Gründung das erste Quorum sowohl hinsichtlich der Eigentümer- als auch in Bezug auf die Flächenquote durchlaufen. Unklar ist die Umsetzung der Verpflichtung, rein wohnlich genutztes Eigentum aus der Abgabenverpflichtung gegenüber der Kommune herauszurechnen. Zur Klärung dieser Frage befindet sich die Stadt Mayen im Dialog mit dem rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministerium und der IHK Koblenz.
- Ausbau Vorplatz Ostbahnhof
- Bücheraustauschstelle durch Aufstellung eines RWE-Bücherschranks am neuen Rathaus
- Umsetzung eines Parkleitsystems
- Umsetzung des Parkraumbewirtschaftungskonzeptes
- Änderung von Innenstadt-Bebauungsplänen für barrierefreien Wohnraum im Erdgeschoss = Innenstadt als Wohnstandort
- Ausbau der innerstädtischen Veranstaltungen (725-Jahr-Feier, Ehrenamtstag)
- Erneuerung der Stadtmauer im Bereich Wasserpfortchen
- Erneuerung der Straßen Im Preul und Bäckerstraße
- Einrichtung eines Wasserspielplatzes auf dem Marktplatz
- Erweiterung Außengastronomie auf dem Marktplatz und somit weitere Belegung
- Wiederbelegung des Minigolfplatzes
- Ständige Zusammenarbeit mit der Kaufmannschaft – MY-Gemeinschaft
- Einwohnerbeteiligungen
- Verstärkte Firmenbesuche
- Ausweisung von weiteren Gewerbegebieten
- Ausweisung von weiteren Wohnbauflächen
- Verbesserung der Breitbandversorgung in der Kernstadt und den Stadtteilen Alzeim und Hausen
- Ausweitung „Bienenfreundliche Stadt“
- Verbesserung des Angebotes für Fahrradfahrer (Fahrradständer, Fahrradspuren)
- Erweiterung der Pauschalangebote der Tourist-Information
- Gezielte Anschreiben an mehr als 1.000 Busunternehmen (2x jährlich)
- Weihnachtsmarkt

All diese Dinge verdeutlichen, dass es sich nicht um ein „Schubladenkonzept“ handelt, auch wenn einige Maßnahmen nicht oder nur schwierig umzusetzen sind. Das Konzept hat aus unserer Sicht bewirkt, dass ein noch weitergehendes Denken und Handeln im Sinne des Standortmarketing für die Stadt Mayen gelebt wird. Die Zusammenarbeit aller beteiligten Akteure hat sich deutlich verbessert.

Über verschiedene Maßnahmen wurde bereits in der Vergangenheit im Stadtrat, insbesondere jedoch im Wirtschaftsbeirat, berichtet.

Mit freundlichen Grüßen

*Wolfgang Treis
Oberbürgermeister der Stadt Mayen*