



über
Herrn Oberbürgermeister
Sven Gerich

14/15
a

über
Magistrat

und
Frau Stadtverordnetenvorsteherin
Christa Gabriel

an den Ausschuss für Frauen, Wirtschaft und Be-
schäftigung

Der Magistrat

Bürgermeister

Dr. Oliver Franz

9. Mai 2019

Innenstadt zukunftsfähig machen
Beschluss-Nr. 0028 vom 26. März 2019, (Vorlagen-Nr. 19-F-33-0004)

Innenstädte sind ein Kernbereich städtischen Lebens, hier finden Zusammensein, Begegnung, Einkaufen, Kultur, Wirtschaft, Gastronomie und vieles mehr einen Platz. Das gilt auch für Wiesbaden. In den vergangenen Jahren sind die Innenstädte jedoch von Umbruch geprägt. Durch Ansiedlung großer Einkaufs- und Handelszentren außerhalb der Innenstädte etwa zieht es viele Menschen weniger ins Zentrum. Die Möglichkeiten des Internets und der zeitlichen Ungebundenheit sowie des nahezu unbegrenzten Warenangebots tun ihr Übriges dazu. Die IFH Köln hat Ende Januar die dritte Auflage der Studie „Vitale Innenstädte“ veröffentlicht und kommt zu keinem guten Ergebnis. Die attraktivsten Innenstädte kommen auf eine in Schulnoten ausgedrückte Bewertung von 3+. Große Schritte nach vorn konnten dabei im Vergleich zu den letzten Auflagen der Studie (2014 und 2016) nicht ausgemacht werden. Die Landeshauptstadt Wiesbaden war zwar nicht Teilnehmerin der Studie, aber auch für Wiesbaden gilt die Herausforderung, dem Strukturwandel im Einzelhandel zu begegnen und eine Verödung der Innenstadt nicht nur zu verhindern, sondern die Innenstadt im Gegenteil attraktiver und erlebnisreicher zu machen. Erlebnis, Events und Gastronomie sind laut der Studie, die sich auf die Befragung von 59.000 Passanten stützt, das Mittel. Nicht zu unterschätzen ist dabei auch der Aspekt der Bequemlichkeit: einheitliche Öffnungszeiten, gute Erreichbarkeit und die Verfügbarkeit von Parkplätzen.

Der Magistrat wird gebeten,

1. sich die bundesweit beobachteten und damit auch auf Wiesbaden übertragbaren Erkenntnisse der Studie „Vitale Innenstädte“ 2018 und/oder der Vorgänger hinsichtlich der betrachteten Aspekte Ambiente, Einzelhandelsangebot, Gastronomie, Events, Convenience und Erlebnis zunutze zu machen und auf die Wiesbadener Situation zu übertragen; dabei sollen die Ergebnisse der GMA und der Diskussion mit Vertretern des Einzelhandels am 24.01.2018 (18-V-80-8001) ebenfalls berücksichtigt werden;
2. falls sich die Übertragbarkeit der Erkenntnisse als problematisch erweist, eine Sitzungsvorlage zur Durchführung einer Befragung von Passanten vorzulegen mit dem

Ziel, die Situation der Wiesbadener Innenstadt hinsichtlich der Stärken und Probleme bewerten zu können;

3. anknüpfend an Beschlusspunkt 1 und ggf. 2 in Zusammenarbeit mit dem Dialogforum: „AG Innenstadt“ zeitnah Ziele und Strategien für die Innenstadt zu entwickeln; dabei sollten die vorgeschlagenen Maßnahmen der Studie „Vitale Innenstädte“ umgesetzt werden und die bereits gewonnenen Erkenntnisse und Ideen des Dialogforums: „AG Innenstadt“ insbesondere in Bezug auf die Aspekte Belebung, Aufenthaltsqualität einbezogen werden;
4. die Kombination von stationärem und Online-Handel anzuregen, ggf. durch eine eigene Plattform, die dem Einzelhandel vor Ort ermöglicht, Produkte nicht nur im Ladenlokal in der (Innen-)Stadt anzubieten, sondern diese auch gleichzeitig online verfügbar-, bestell- und lieferbar zu machen. Eventuell ist ein Lieferservice im Verbund denkbar;
5. ein Konzept für ein kostenloses WLAN in der Innenstadt vorzulegen. Die geschätzten Kosten für die Installation und die laufenden Betriebskosten sind dabei zu ermitteln. Räumlich ist dabei der Bereich des historischen Fünfecks und zusätzlich die Fläche, welche im Westen durch die Oranienstraße, im Osten durch die Bahnhofstraße, im Norden durch die Rheinstraße und im Süden durch den 1. Ring begrenzt ist, zu untersuchen;
6. zu berichten, was der aktuelle Sachstand bei der Einrichtung der Position des City Managers und bei der Vorbereitung des von der Stadtverordnetenversammlung beschlossenen Hearings ist.

Zu 1.:

IFH-Studie „Vitale Innenstädte“ 2018 (an der Wiesbaden nicht teilgenommen hat). Sie wurde gekauft und den Stadtverordneten über das Amt der Stadtverordnetenversammlung zur Verfügung gestellt.

Zusammenfassung der Ergebnisse:

Die deutschen Innenstädte erhielten die Schulnote 3+, also weder gut noch schlecht. Positiv honoriert bzw. als wichtige Handlungsfelder wurden identifiziert: Vielfalt im Einzelhandel, Erreichbarkeit der Innenstadt und das Thema Parken. Nach wie vor kaufen 80 Prozent der Bevölkerung am liebsten stationär ein, doch sinkt der Anteil der Konsumenten, die ausschließlich in Geschäften vor Ort kaufen, rapide. Alle Altersgruppen besuchen die Innenstädte, Besuchsmotiv Nr. 1: Shopping; 60 Prozent der Innenstadtbesucher suchen maximal zwei Geschäfte auf und bleiben bis zu zwei Stunden.

Für den Handel stellt sich laut der Studie die Frage: Wie kann die Aufenthaltsdauer erhöht werden? Die Gesamtattraktivität einer Innenstadt wird durch verschiedene Aspekte unterschiedlich stark beeinflusst. Ambiente/Flair und das Einzelhandelsangebot haben den stärksten Einfluss auf die Attraktivitätsbewertung und sind zentrale Erfolgshebel. Hierbei spielen Gebäude/Fassaden eine wichtige Rolle. Beim Einzelhandelsangebot hat Fashion mit den Segmenten Bekleidung und Schuhe/Leder den stärksten Einfluss. Die Studie stellt die Frage, ob diese Aspekte überhaupt in einem wesentlichen Maße beeinflussbar sind. Erlebnis und Convenience sind weitere Themenfelder, die einfacher zu gestalten sind, z.B. Förderung von weiteren gastronomischen Angeboten und Events in der Innenstadt.

Gemäß der Studie sollte auch der Handel selbst aktiver werden: Cross-Channel-Services werden als Pflicht angesehen. Eine Strategie mit rein stationären Konzepten sei zum Schei-

tern verurteilt. Digitale Initiativen möglicherweise auch mit lokaler Identifikation oder auch Loyalty-Programme sollten installiert werden.

Zu 2.:

Die Ergebnisse der Studie fließen zusammen mit den Ergebnissen der schon zwischenzeitlich erfolgten eigenen Passantenbefragung. Hierzu wurden am 30. März 2019 und am 7. April 2019 (Ostermarkt/verkaufsoffener Sonntag) an mehreren Standorten in der Fußgängerzone Befragungen durchgeführt. Im Rahmen eines Zeitreihenvergleichs können die Ergebnisse mit früheren Passantenbefragungen verglichen und Entwicklungen abgelesen werden. 2019 wird außerdem das Wiesbadener Einzelhandelskonzept wie üblich in Fünf-Jahres-Turnus aktualisiert. Über diese Ergebnisse wird von Seiten des Dezernates II noch berichtet werden.

Zu 3:

Das mittlerweile vierte Dialogforum zur Steigerung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt hat am 27. Februar 2019 stattgefunden.

Identifizierte und zum Teil schon umgesetzte Maßnahmen aus dem Dialogforum bzw. der AG Belebung sind beispielsweise (nur Auswahl):

- Alkoholverbotszone und Waffenverbotszone,
- künftige Einrichtung einer Videoüberwachung,
- Betonpoller zum Schutz gegen Amokfahrten (Umsetzung der versenkbaren Poller liegt bei Dezernat V),
- Verstärkung Präsenz- und Präventivstreifen in der Innenstadt,
- Prüfung: Alternative zur Winterstubb auch im Sommer (Ausschreibung wird vorbereitet),
- kulturelle Angebote in der Fußgängerzone werden geprüft,
- einheitliche Öffnungszeiten im Handel werden angeregt,
- Rückschnitt der Bäume ist bereits zum Teil erfolgt,
- Patenschaften für Baumscheiben sind in Klärung.

Zu 4.:

Das Thema wurde schon mehrmals bei der Werbegemeinschaft „Wiesbaden Wunderbar“ besprochen. Bislang stand der Einzelhandel dem Thema „Lokale Plattform“ eher skeptisch gegenüber, insbesondere auch deshalb, weil die großen Filialisten und Kaufhäuser schon längst eigene Plattformen betreiben und sich nicht an lokalen Lösungen beteiligen werden. Das Thema wird erneut beim kommenden Einzelhandelsgespräch am 14. Mai 2019 aufgegriffen. Dieses Branchengespräch wird von Dez. II veranstaltet.

Zu 5.:

Von Seiten des Dezernates für Finanzen, Schule und Kultur ist zu diesem Punkt zu berichten, dass ein kostenloses, werbefreies, flächendeckendes und barrierefreies WLAN-Angebot im Bereich der Innenstadt sicherlich dazu geeignet ist, die Aufenthaltsqualität in der Fußgängerzone deutlich zu erhöhen. Die Einrichtung und der Betrieb sind jedoch auch mit erheblichen Aufwendungen verbunden. Die WiTCOM hat im Sommer 2017 ein Grobkonzept für das Gebiet Fußgängerzone mit dem Bereich um das Rathaus, für den Bereich Wilhelmstraße und den Vorplatzbereich um den Bahnhof erarbeitet. Die im Beschluss genannten übrigen Bereiche wurden in dieser Untersuchung nicht betrachtet. Nach diesem Konzept wäre es erforderlich, ca. alle 60 Meter einen Accesspoint (mit einer Kapazität von ca. 250 Nutzern je Accesspoint) zu installieren, um eine ausreichende Abdeckung zu erreichen. Die voraussichtlichen Kosten wurden im Rahmen einer Grobschätzung mit einmaligen Kosten in Höhe von 350.000 Euro und die jährlichen Betriebskosten mit 29.000 Euro beziffert. In diesen Kostenangaben sind noch keine Mehrwertsteuer und keine Energiekosten enthalten. Die exakten Kosten können nur im Rahmen einer umfangreichen Detailplanung ermittelt werden und können ab-

hängig von den infrastrukturellen Gegebenheiten stark schwanken. Das Dezernat für Finanzen, Schule und Kultur würde eine Bereitstellung von kostenfreiem WLAN in der Innenstadt begrüßen, bislang stehen im Haushalt jedoch keine Mittel in der erforderlichen Größenordnung zur Verfügung. Aktuell steht freies WLAN an 15 Standorten von Anlagen der Wall AG (z. B. Fahrgastunterstände, Plakatsäulen) in der Innenstadt zur Verfügung.

Zu 6.:

Die Aufgaben des Citymanagers wurden im 4. Dialogforum diskutiert und auch beim Einzelhandelsgespräch mit den anwesenden Händlern und Vertretern aus dem Gewerbeimmobilienbereich besprochen. Die Stellenbeschreibung befindet sich in der Anlage zur Kenntnis.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Müller', written in a cursive style.

Anlage



Im Dezernat des Bürgermeisters der Landeshauptstadt Wiesbaden ist die Stelle eines City-Managers/Managerin im Referat für Wirtschaft und Beschäftigung neu zu besetzen. Sie agieren an der Schnittstelle zwischen Einzelhandel, Verwaltung, Politik und Verbänden mit der Zielsetzung, die Attraktivität der Innenstadt und insbesondere der Wiesbadener Fußgängerzone zu steigern. Als City-Manager/Managerin sind Sie erster Ansprechpartner/Ansprechpartnerin für alle Anliegen der Gewerbetreibenden vor Ort und entwickeln die Wiesbadener Innenstadt unter Einbeziehung aller Akteure zu einem zukunftsfähigen Einkaufs- und Wirtschaftsstandort weiter.

City-Manager/City-Managerin

Ihre Aufgaben

- Impulsgeber und Vermittler für die Profilierung und Weiterentwicklung der Wiesbadener Innenstadt/Fußgängerzone
- Aufbau und Pflege von Netzwerken sowie Kontaktpflege zu Unternehmen, Verbänden, Kammern und der Stadtverwaltung am Wirtschaftsstandort Wiesbaden
- Kommunikationsschnittstelle zwischen Stadt, Einzelhandel, Immobilieneigentümern sowie der Werbegemeinschaft „Wiesbaden Wunderbar“
- Beratungs- und Unterstützungsfunktion für die in der Fußgängerzone ansässigen Gewerbetreibenden
- Entwicklung, Planung und Durchführung von Veranstaltungsformaten in Kooperation mit weiteren Akteuren
- Gewerbe- und Leerstandsmanagement für die Fußgängerzone sowie Entwicklung von Konzepten für Zwischen- und Nachnutzung von Immobilien
- tätigkeitsbezogene Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Ihr Profil

- abgeschlossenes Hochschulstudium in einer Fachrichtung, die zur Wahrnehmung der genannten Aufgaben befähigt
- Erfahrung im Bereich Wirtschaftsförderung, Beratungsdienstleistungen oder Stadtmarketing ist von Vorteil
- Grundkenntnisse urbaner Strukturen und Funktionszusammenhänge, Verständnis für handelsspezifische, immobilienwirtschaftliche, stadtplanerische und stadtgesellschaftliche Zusammenhänge sind von Vorteil
- Erfahrung im Konflikt-, Moderations- und Projektmanagement ist von Vorteil
- Erfahrung im Umgang mit Gremien einer Kommunalverwaltung ist von Vorteil
- sicheres und selbstbewusstes Auftreten, Überzeugungskraft und Beharrlichkeit, Kontaktfreude und Belastbarkeit, Teamfähigkeit und unternehmerisches Denken
- überdurchschnittliches Engagement, Verantwortungsbereitschaft und zeitliche Flexibilität
- herausragende kommunikative und konzeptionelle Fähigkeiten



Unser Angebot

Die Tätigkeit ist mit Dienst außerhalb der üblichen Arbeitszeiten verbunden.

Sie können unsere umfassenden Leistungen zur Gesundheitserhaltung und -förderung in Anspruch nehmen. Außerdem haben Sie die Möglichkeit, über unser Job-Ticket die öffentlichen Verkehrsmittel des Verkehrsverbundes Rhein-Main zu nutzen.

Bei Vorliegen der beamtenrechtlichen Voraussetzungen kann die Stelle nach Besoldungsgruppe A 13 h.D. (HBesG) besetzt werden. Eine Besetzung als Angestellter nach E13 TVÖD ist ebenfalls möglich.

In dieser Besoldungsgruppe sind Frauen unterrepräsentiert. Wir freuen uns daher besonders über die Bewerbung von Frauen. Schwerbehinderte Menschen werden bei gleicher Eignung bevorzugt berücksichtigt.

Für weiterführende Informationen steht Ihnen Herr Hoffmann (0611/31- 7885) gerne zur Verfügung.

Sie fühlen sich angesprochen? Bewerben Sie sich jetzt und schicken Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen schnell und unkompliziert bis zum über unser Online-Bewerbungsmanagementsystem über den Button „Jetzt bewerben“.