



Münster Marketing

16.02.2021

**Ihr/e Ansprechpartner/in:**

Frau Spinnen

Telefon: 492-2700

spinnen@stadt-muenster.de

## Öffentliche **Berichtsvorlage**

Betrifft

Beschluss des Hauptausschusses vom 10.02.2021 nach § 60 Abs. 2 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen zum Fonds zur Stärkung des Einzelhandels

Beratungsfolge

17.02.2021 Betriebsausschuss Münster Marketing Bericht

### **Bericht:**

Der Hauptausschuss hat in seiner Sitzung am 10.02.2021 auf der Grundlage des Antrages der CDU-Fraktion Nr. A-R/0011/2021 „Fonds zur Stärkung des Einzelhandels,“ und des vorgelegten gemeinsamen Änderungsantrages der CDU-Fraktion, der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen/GAL, der SPD-Fraktion, der FDP-Fraktion und der Ratsgruppe Volt folgenden Beschluss gefasst:

1. Die Verwaltung wird beauftragt, Fördermittel aus dem Förderprogramm „Sofortprogramm Innenstadt – 30 Millionen Euro für die Stabilisierung der Innenstädte und Zentren in Nordrhein-Westfalen“ zu beantragen. Aus Haushaltsresten wird ein Fonds aufgelegt, der dafür bestimmt ist, Aktionen des lokalen Einzelhandels zur Wiederbelebung nach dem Lockdown zu unterstützen. Eine mögliche weitere finanzielle Beteiligung der Stadt wird im Rahmen der Haushaltsberatung geprüft.
2. Für diesen Fonds sollen zusätzlich Fördermittel des Landes und des Bundes sowie Spenden von Wirtschaft und Banken eingeholt werden, die diesen Fonds noch weiter füllen sollen.
3. Über die Vergabe der Mittel entscheidet Münster Marketing in Abstimmung mit führenden Einzelhandelsverbänden. Es sollen Projekte bevorzugt werden, die örtliche Künstler oder Kunstausbildungseinrichtungen in Aktionen des Einzelhandels in besonderem Maße einbeziehen.
4. Dabei sind die Innenstadt als auch die Stadtteile gleichermaßen zu berücksichtigen.

Dieser Beschluss verfolgt das Ziel, die kritische Situation der Innenstadt durch die akuten und sicher auch mittel- bis langfristigen Strukturveränderungen im Einzelhandel abzufedern und den Transformationsprozess der Innenstadt so zu begleiten, dass Münster auch in Zukunft über ein lebendiges, attraktives Stadtzentrum verfügt.

### Situation der Innenstadt

Die Pandemie hat die strukturellen Probleme des Innenstadt-Einzelhandels deutschlandweit extrem beschleunigt und führt in der Folge zu einer besorgniserregenden Schwächung der Innenstädte. Es ist davon auszugehen, dass anders als in der Gastronomie und in Teilen des touristischen Gewerbes der Einzelhandel nicht zu der gewohnten Dominanz zurückkehren wird. Eine so gravierende Strukturveränderung in den Innenstädten ist auch in normalen Zeiten keine leichte Aufgabe und es braucht Zeit, bis sich neue Angebote und ein anderer Nutzungsmix etabliert haben, den die Bewohner/innen und die Gäste der Stadt als so attraktiv empfinden, dass sie die Innenstadt regelmäßig und selbstverständlich besuchen.

Die Pandemie stellt uns nun auch in Münster, einer Stadt, die für ihre attraktive Innenstadt mit überregionaler Strahlkraft und einem besonderen Einzelhandelsangebot bekannt ist, vor enorme Herausforderungen. Zahlreiche Geschäftsaufgaben sind schon jetzt im Stadtzentrum sichtbar. Die Frage nach Nachfolgenutzungen stellt sich drängend und die Sorge vor sog. Down-Trading-Prozessen (Qualitätsverlust der Einzelhandelslagen durch Ansiedlung sog. Billigangebote wie z. B. „Ein-Euro-Läden“) wächst.

### Unterstützung in der Krise

Die Verwaltung arbeitet mit dem Citymanagement bei Münster Marketing seit Jahren systematisch mit den Innenstadtakteuren aus Handel, Gastronomie und Immobilieneigentümern und gemeinsam mit den beiden wichtigen Bündnissen Initiative starke Innenstadt (ISI) Münster e.V. und Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG) Bahnhofsviertel Münster e.V. an einer stetigen Steigerung der Innenstadtattraktivität. Diese gelebte und gewachsene Kooperation hilft uns gerade jetzt sehr; sie macht abgestimmtes Agieren in der Krise leichter und effizient.

So werden schon seit Beginn des ersten Lockdowns intensive Gespräche mit dem Handel, der Gastronomie und den Eigentümern geführt, die sich alle der Aufgabe stellen wollen, den bevorstehenden Wandel in der Innenstadt gemeinsam zu bewältigen und vor allem mit zu gestalten. Gemeinsam arbeiten die Wirtschaftsförderung, die Planungsverwaltung und das Amt für Mobilität und Tiefbau unter der Moderation von Münster Marketing mit den privaten Partnern daran, Strukturen für den Innenstadtwandel aufzubauen und ganz gezielt in vielen Einzelmoderationen Lösungen für Leerstände zu finden, Eigentümer zu beraten und konkrete Unterstützung zu gewähren.

Diese Arbeit soll kurz- und langfristig in die Form eines Zentrenmanagements überführt werden: Das Land hat aus dem Corona-Sofortprogramm dafür 99.000 Euro bereitgestellt. Die Arbeiten daran haben bereits begonnen und werden in Kürze in konzentrierter Form mit Hilfe externer Unterstützung in feste Strukturen überführt, von denen die Stadt auch langfristig profitiert.

### Das Handlungsprogramm

Während der Strukturwandel in der Innenstadt ein langfristiger Prozess ist und noch viele Jahre dauern wird, verlangt die pandemiebedingte Akutsituation rasches Handeln. Der Transformationsprozess der Innenstadt als ganzer erfordert daher Maßnahmen mit unterschiedlicher Zeitperspektive: Er braucht Maßnahmen und Projekte, die kurzfristig wirken, er benötigt Experimentier- und Ausprobierphasen mit mittelfristiger Umsetzungsperspektive und er braucht langfristig wirksame Konzepte und Entwicklungsperspektiven. Dazu gehören auch Fragen der Mobilität in der Innenstadt.

Zu den Akutmaßnahmen gehören z. B. die Fenstergestaltung leerstehender Erdgeschosse, kleinere Projekte aus dem Kulturbereich, schnelle Zwischennutzungslösungen, die Etablierung geeigneter Moderationsformate zwischen den Eigentümern und potentiellen Nutzern. Dazu gehören auch weitere Unterstützungsmaßnahmen für die Gastronomie - besonders die Außengastronomie - sowie Veranstaltungen, die Frequenz in die Stadt bringen. Ebenfalls kurzfristig zu realisieren, aber durchaus mit mittelfristiger Perspektive, sind jetzt geeignete Kampagnen und Projekte zur Stärkung des Besucher-

und Gästeaufkommens im Übernachtungs- und Tagestourismus und der Verbesserung der Sichtbarkeit der Münster-Qualitäten in der digitalen Kommunikation.

Zu den mittelfristigen Maßnahmen gehört der geplante Aufbau eines Zentrenmanagements (s. o.). Dieses sollte auf einer aussagekräftigen Datenbasis entwickelt werden, die u.a. das derzeitige Nutzungsangebot in den einzelnen Straßen und Quartieren beschreibt und Entwicklungsperspektiven darstellt. Das Zentrenmanagement arbeitet u.a. an Übergangslösungen für Ladennutzungen, an der Schaffung von Ausprobierlagen für kleinere oder neue Geschäftsmodelle, an der Profilierung einzelner Quartiere und Straßen gemeinsam mit den dort ansässigen Akteuren oder an der Platzierung gut frequentierter und leicht zugänglicher kultureller Angebote in der Innenstadt.

All diese Maßnahmen und Projekte werden nur dann ihre Wirkung erzielen können, wenn sie in eine gemeinsam erarbeitete Entwicklungsperspektive für die Innenstadt integriert sind. Hier stehen die Perspektiven für die Weiterentwicklung des öffentlichen Raums im Vordergrund, die Vergrößerung der Nutzungsmöglichkeiten und die Erhöhung der Nutzungsvielfalt auch durch Gewinnung von mehr Stadtraum für die Menschen. Auch dazu sind mit dem Zukunftsprozess die Vorarbeiten geleistet. In wenigen Wochen werden dessen Ergebnisse in ein Innenstadtentwicklungskonzept (INSEK) überführt, das gemeinsam mit der Bürgerschaft und den Innenstadtakteuren konkrete Maßnahmen für die nächsten Jahre definiert und die erforderliche Basis für einen Anspruch auf Städtebauförderungsmitel bildet (Ratsbeschluss vom 26.08.2020). Mit dem Entwicklungsprozess zum Martiniviertel, den der Rat ebenfalls bereits beschlossen hat (Ratsbeschluss 09.10.2019), ist bereits ein konkretes Vorhaben zur Zukunftsentwicklung der Innenstadt definiert.

#### Instrumente zur Unterstützung des Strukturwandels: Innenstadtfonds

Um vor allem bei den kurz- und mittelfristigen Problemstellungen agil und gezielt handeln und unterstützen zu können, ist ein flexibles Budget erforderlich, das unkompliziert eingesetzt und aktiviert werden kann und mehrjährig zur Verfügung steht. Der vorgeschlagene Fonds ist dafür ein geeignetes Modell, er soll im Jahr 2021 dahingehend untersucht werden, ob und wie die Unterstützung zur Wiederbelebung des Einzelhandels mit den Fondsmitteln gelingt. Gleichzeitig ist die weitere Entwicklung der Corona-Pandemie und ihre Auswirkung auf den Einzelhandel in Münster in den Blick zu nehmen.

Das „Sofortprogramm Innenstadt“, mit dem das Land NRW Kommunen bei der Stabilisierung ihrer Innenstädte unterstützt, hat zum Aufbau eines Zentrenmanagements bereits eine Förderung zugesagt (s. o.). Aus diesem Förderprogramm des Landes ist eine Co-Finanzierung eines offenen Innenstadtfonds nicht möglich. Gefördert werden nur gezielte einzelne Maßnahmen wie z. B. die Anmietung leerstehender Objekte oder bauliche Veränderungen zur Veränderung von Handelslagen oder Handelsobjekten.

Nachfragen beim Land NRW haben zudem ergeben, dass leider auch das Instrument des Verfügungsfonds, für das sich Münster beworben hatte und das hier schon eingeführt ist, für diesen Zweck nicht geeignet ist. Es lässt nur eine Förderung investiver Maßnahmen zu und verlangt zudem eine 50 %-Finanzierung aus privaten Mitteln (Handel, Innenstadtakteure, ISI, ISG...), die zurzeit sicher nicht von denen zu akquirieren sind, die der Unterstützung bedürfen. Die Finanzierung solcher Maßnahmen kann daher nur aus laufenden Mitteln ermöglicht werden und ist entsprechend begrenzt.

Der Eigenbetrieb Münster Marketing wird für das erste Jahr (2021) aus nicht ausgeschöpften Finanzmitteln, etwa für das Turnier der Sieger und anderer geplanter und nicht durchgeführter Veranstaltungen in der Lage sein, 80.000 Euro als Grundlage für den Fonds bereit zu stellen. Die restlichen Erträge aus 2020 fließen zunächst in die Rücklage und sind für die Durchführung von geplanten Veranstaltungen und Projekten verbindlich eingeplant - etwa von Reallaboren an der Hörsterstraße, die Etablierung eines Abendmarktes und regelmäßigen Kommunikations- und Beteiligungsformaten zur Zukunft der Innenstadt. Diese Veranstaltungen sind gezielte Kommunikationsmaßnahmen zur Stärkung der Innenstadt und leisten damit wichtige Beiträge zur Grundidee des Innenstadtfonds, können aber nicht als freie Mittel in diesen überführt werden.

Die Förderung von Zwischennutzungen oder die Unterstützung für interessante, nicht etablierte Geschäftskonzepte oder innovative Gründungen, für die mehrjährig größere Summen bereitgestellt werden müssten, wird mit diesem Budget allerdings kaum möglich sein. Auch größere touristische Kampagnen oder zusätzliche überregionale Marketingmaßnahmen lassen sich mit den herkömmlichen Budgets kaum realisieren; die Fortsetzung der erfolgreichen Tourismuskampagne „DeinMünsterlandMoment“ gemeinsam mit dem Münsterland e. V., die im letzten Jahr gestartet ist und Münsters urban/ländliche Qualitäten gerade jetzt im innerdeutschen Tourismus fördern soll, wird derzeit in etwas reduzierter Form vorbereitet.

I. V.

gez. Denstorff  
Stadtbaurat

**Anlagen:**

Anträge an den Rat

Fonds zur Stärkung des Einzelhandels (Antrag der CDU-Fraktion an den Rat A-/0011/2021 vom 02.02.2021 und Änderungsantrag vom 10.02.2021)