

Stadt Dinslaken Die Bürgermeisterin	
Nr. 1451	
Beratungsfolge	TOP
Ausschuss für Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung	22.04.2009
Finanz- und Liegenschaftsausschuss	27.04.2009
Hauptausschuss	27.04.2009
Stadtrat	28.04.2009
für öffentliche Sitzung	Datum: 24.02.2009 bearbeitet von: Jörg Dehm Dezernat II
Betreff: Zentrenmanagement für Dinslaken	
Finanzielle Auswirkungen: Mittel stehen zur Verfügung: ja	

Beschlussvorschlag

Der StEWi/FiLA/HA nimmt das Konzept zur Realisierung eines Zentrenmanagements für Dinslaken zur Kenntnis und empfiehlt/Rat beschließt

1. die entsprechenden finanziellen Mittel bereitzustellen und
2. beauftragt Verwaltung und DINAMIT GmbH mit der weiteren Umsetzung.

In Vertretung

Sabine Weiss

Jörg Dehm
Stadtkämmerer

I. Sachliche Darstellung

Seit geraumer Zeit sind Rat und Verwaltung bemüht, die Rahmenbedingungen für die Dinslakener Innenstadt und die Ortsteilzentren als Handelsstandorte zu verbessern.

Dies vor folgendem Hintergrund:

Seit 2002 verzeichnet Dinslaken eine rückläufige Einzelhandelsentwicklung: die Anzahl der Betriebe hat sich um 7 % verringert, die Verkaufsfläche ist um 6 % geschrumpft, der reale Umsatzverlust beträgt 12 %.

Die Kaufkraftbindung (Gegenüberstellung von bereinigtem Umsatz und Kaufkraft der Bevölkerung der Stadt Dinslaken) beträgt aktuell 71 %

Die Einzelhandelszentralität (Gegenüberstellung von Umsatz im Einzelhandel zu Kaufkraft der Bevölkerung in der Stadt Dinslaken) beträgt aktuell nur noch **87 %**.

Fazit: Dinslaken konnte seine Marktposition im regionalen Wettbewerb nicht halten.

Die Innenstadtentwicklung wird daher derzeit im investiven Bereich durch die Stadt Dinslaken maßgeblich vorangetrieben. In die Dinslakener Innenstadt soll ein Einkaufszentrum integriert werden, welches sinnvolle Ergänzungen zum Dinslakener Einzelhandelsangebot vorhalten soll. Laut GMA-Gutachten ist eine verstärkte Vermarktung Dinslakens als Einkaufsstadt zwingend erforderlich. Zum Erfolg des Einkaufscenters und der gesamten „Einkaufsstadt“ muss es gelingen, Kaufkraft aus der Region für Dinslaken zu binden. Eine positive Entwicklung wird daher nur durch eine deutliche Ausweitung der Marketingaktivitäten für den Einzelhandelsstandort Dinslaken ermöglicht.

Die Dinslakener Innenstadt muss zu einem attraktiven Einkaufs- und Erlebnisraum entwickelt werden, der im interkommunalen Wettbewerb wahrgenommen wird. Die Stärken der Dinslakener Innenstadt und der übrigen Handelslagen sollen besser herausgestellt werden. Um die Stadtpotenziale besser zu nutzen und zu vermarkten, ist die Etablierung eines „Zentrenmanagements“ für Dinslaken erforderlich.

Dabei basiert „Zentrenmanagement“ auf einer verbindlichen Standortkooperation zwischen der Stadt Dinslaken, der DINAMIT GmbH, den Immobilieneigentümern und Einzelhändlern und weiteren lokalen Akteuren und ist ein integrativer, umsetzungsorientierter Kommunikationsprozess zur Stärkung der Innenstadt.

Hierzu haben in den vergangenen Monaten einige Gespräche mit Händlern und Eigentümern der Innenstadt unter Beteiligung der Werbegemeinschaft Innenstadt, des Einzelhandelsverbandes Niederrhein und der Sparkasse Dinslaken-Voerde-Hünxe stattgefunden. Ergebnis ist die Verabredung, ein Zentrenmanagement für Dinslaken partnerschaftlich aufzubauen.

Dabei ist die Finanzierung des „Zentrenmanagements“ für Dinslaken in Form einer Public-Private-Partnership angedacht. Ein BusinessPlan für das Dinslakener „Zentrenmanagement“ (siehe Anla-

ge1) und ein Info-Flyer (Anlage 2) sind bereits erstellt worden. Der voraussichtliche Aufwand wird auf 95 T€ für ein volles Jahr geschätzt. Hiervon sollen 60 T€ durch Händler, Dienstleister und Eigentümer aufgebracht, die Stadt Dinslaken würde sich über die DINAMIT GmbH mit 35 T€ p.a. beteiligen.

„Zentren- (oder auch City-)management“ ist ein Geschäftsfeld innerhalb des ganzheitlichen Stadtmarketings. Während sich Stadtmarketing mit der Vermarktung der Stadt im Ganzen und der kooperativen Stadtentwicklung mit lokalen Partnern aus Wirtschaft, Kultur und anderen Bereichen beschäftigt, ist das „Zentrenmanagement“ insbesondere auf die Handelslagen in einer Stadt ausgerichtet. Hier steht der Ausbau der Stadt zur „Einkaufsstadt“ im Vordergrund. Ein Zentrenmanagement sollte dabei immer eingebunden sein in die gesamte Vermarktungsstrategie der Stadt.

Zentrenmanagement umfasst folgende Handlungsfelder:

- Lebendige Innenstadt: Projekte zur Aufwertung der Innenstadt wie Lichtinszenierung, jahreszeitliche Bepflanzung
- Geschäftslagenprofilierung: Entwicklung von kleinen Quartieren in der Innenstadt mit spezifischem Einzelhandel, um regelmäßige Passantenfrequenz zu generieren, ggf. Etablierung einer Immobilien- und Standortgemeinschaft
- Ladenlokalmanagement, kombiniert mit Leerstandsmanagement: Optimale Vermarktung der Gewerbeobjekte in den Handelslagen, Kundenbindung durch Servicequalität, Förderung einer diversifizierten Angebotsstruktur
- Marketingstrategie für die Einkaufslagen: – Image- und Anzeigenkampagnen

Dinslaken benötigt ein professionelles „Zentrenmanagement“, um sich erfolgreich im interkommunalen Wettbewerb behaupten zu können. Mit der Umsetzung dieses Konzepts ist eine große Chance für Dinslaken verbunden, die Stadt zu stärken und Dinslaken im Städtewettbewerb positiv zu positionieren.

Um auf arbeitsfähigen Strukturen aufbauen zu können, soll das Zentrenmanagement zunächst bei der DINAMIT GmbH angesiedelt werden. Über die dauerhafte organisatorische Anbindung des Zentrenmanagements sollte in Abstimmung mit den Kooperationspartnern nach einer Anlaufphase von einem Jahr diskutiert werden.

Stadtmarketing und die Pflege des Images der Stadt Dinslaken, insbesondere die Stärkung des Dinslakener Einzelhandels, sind laut § 2 des Gesellschaftsvertrages der DINAMIT GmbH Gegenstand des Unternehmens.

Dies vor dem Hintergrund, möglichst bald in die Umsetzung von Maßnahmen gehen zu können. Die oben angesprochene bauliche Erweiterung auf dem Hans-Böckler-Platz, die voraussichtlich in 2010 in die Realisierung geht, bringt zunächst durch den temporären Wegfall der Parkplätze und Einschränkungen bei der Verkehrsführungen weitere Belastungen für den Handelsstandort Innenstadt mit sich, die durch ein dann eingeführtes Zentrenmanagement kompensiert werden sollen.

Herauszustellen ist, dass das Zentrenmanagement nicht nur für die Innenstadt, sondern selbstverständlich auch für den Einzelhandel in den Stadt- und Ortsteilzentren positive Impulse setzen soll.

II. Finanzielle Auswirkungen

Der städtische Zuschuss an die DINAMIT GmbH wird für das Haushaltsjahr 2009 um 17,5 T€ erhöht. Die Mittel werden durch den Kämmerer für 2009 überplanmäßig bereitgestellt.

Für die kommenden Haushaltsjahre werden 35 T€ p.a. zusätzlich zum Zuschuss an die DINAMIT GmbH eingeplant.