



Stadt Kamen

Der Bürgermeister

Vorlage

Nr. 125/2002

Fachbereich Wirtschaftsförderung, Liegenschaften,
Stadtmarketing

vom: 19.06.2002

Beschlussvorlage

öffentlich

nichtöffentlich

TOP-Nr.	Beratungsfolge
	Haupt- und Finanzausschuss

Bezeichnung des TOP

Innenstadtmarketing-Konzept "Kamen City 2010"

Beschlussvorschlag:

1. Der Haupt- und Finanzausschuss stimmt dem unter Sachverhalt und Begründung dargestellten Gesamtkonzept für das zukünftige Innenstadtmarketing zu.
2. Der Haupt- und Finanzausschuss stimmt dem Leitbild, wie im GMA-Bericht ausgeführt, zu.
3. Die Verwaltung wird beauftragt, durch ein Fachunternehmen einen Leitslogan entwickeln zu lassen. Die notwendigen Haushaltsmittel werden im Haushaltsjahr 2003 zur Verfügung gestellt.

Sachverhalt und Begründung (einschl. finanzielle Möglichkeit der Verwirklichung):

1.1. Ausgangslage / Abschlussbericht GMA (siehe Anlage)

Am 13.12.01 stellte die beauftragte Firma GMA, Frau Sobotta, die vorläufigen Ergebnisse zum Innenstadt-Marketing-Konzept „Kamen City 2010“ dem Rat vor. Aufgabe der eingesetzten Arbeitsgruppe war es, aufbauend auf den Überlegungen zur Wohnumfeldverbesserung „Nördlicher Stadtkern/Willy-Brandt-Platz“ unter Moderation der GMA ein Innenstadt-Marketing-Konzept für die City von Kamen zu entwickeln.

Im Sommer 1999 nahm die Projektgruppe ihre Arbeit auf, in der diejenigen Personen und Gruppen eingebunden wurden, die von der Umgestaltung betroffen sind bzw. darauf Einfluss nehmen können. Zielsetzung war die Erarbeitung konkreter Entwicklungsmaßnahmen auf der Grundlage der Wohnumfeldmaßnahme.

Mitwirkende der Projektgruppe waren Vertreter aus Politik, Verwaltung, Kamener Handel und Gastgewerbe, der Haus-, Wohnungs- und Grundstückseigentümer sowie regionaler Verbände.

Der Handlungsbedarf zur Attraktivierung der Innenstadt wurde von dieser Arbeitsgruppe herausgearbeitet. Die zugrundeliegende PASD-Studie konzentriert sich auf den städtebaulichen / gestalterischen Bereich; der darüber hinausgehende Handlungsbedarf bezieht sich auf die Erreichbarkeit der Kamener Innenstadt, das Thema Handel und Versorgung, die Kultur-, Sport-, und Freizeitangebote, die Gastronomie, das Beherbergungsgewerbe, die touristischen Potenziale, den Bereich Wohnen und das Image der Kamener City.

Im Rahmen einer Leitbilddiskussion und eines Leitbildentwurfes wurden die konkreten Ziele für die einzelnen Handlungsfelder erarbeitet. Ausgelegt wurden die Handlungsempfehlungen bis zum Jahre 2010.

Nach den Empfehlungen der Projektgruppe soll auf bestimmte PASD-Maßnahmen verzichtet werden, wie z.B. den Neubau eines Geschäftshauses auf dem Willy-Brandt-Platz, den Bau einer freigestellten Marktpassage in der Adenauerstraße und die Verlegung der Tiefgaragenzufahrt. Zum Teil wurden einige der damaligen Empfehlungen des PASD-Büros durch praktische Entwicklungen eingeholt. Dies betrifft insbesondere die Neugestaltung der Pavillons auf dem Willy-Brandt-Platz. Unverändert sollen große Teile der Kamener City neu gepflastert und begrünt werden, um die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum zu verbessern.

Die Projektgruppe hat darüber hinaus weiteren Handlungsbedarf gesehen, um die Kamener City besser als bisher im regionalen Wettbewerb zu positionieren. Hier geht es insbesondere um die Kaufkraftbindung im Einzelhandel aber auch um die Heranziehung von Kunden z.B. für Veranstaltungsangebote und die Gastronomie.

Stärken der City sind:

Kostenlose Parkplätze, das Stadtbild in seiner Vielfalt mit dem Brunnen, der Einzelhandelsbesatz, die Gastronomie (speziell Außengastronomie) und die Verfügbarkeit von Veranstaltungsplätzen.

Von der GMA wird angeregt, die Stärken der City als Profilierungschance zu nutzen und eine Werbeagentur zu beauftragen, aus dem erarbeiteten Leitbild einen griffigen Werbeslogan/Leitslogan entwickeln zu lassen. Die Projektgruppe hat sich dieser Empfehlung angeschlossen.

Daneben ist eine Vielzahl von Maßnahmen notwendig, um eine Verbesserung der gesamten Situation der Innenstadt herbeizuführen wie beispielsweise eine Ergänzung des Parkhinweissystemes, eine Stärkung des Einzelhandelsbesatzes durch Abbau der Angebotslücken und möglichst Ergänzung durch weitere/n Magnetbetrieb/e, ein verbessertes Erscheinungsbild der Geschäfte und ein Ausbau der Veranstaltungsplätze und -stätten als weitere Treffpunkte zum Ausbau der Kommunikationsfunktion, Überprüfung und Modifikation der Veranstaltungskonzepte und eine bessere Ausnutzung der touristischen Potenziale.

Seitens der GMA wird empfohlen, zunächst die Ausführung- und Gestaltungsplanung für die Wohnumfeldmaßnahme vorzunehmen und ein Baustellenmarketing zu installieren. Parallel dazu sollen im Hinblick auf die privaten Anschlussinvestitionen Beratungsleistungen für die Eigentümer und Gewerbetreibenden angeboten werden. Die bisherige Zusammenarbeit von öffentlichen und privaten Akteuren in der Stadt Kamen sollte weiterhin bestehen bleiben.

Seitens der Verwaltung wurde zugesagt,

- einen Vorschlag über die weitere Zusammenarbeit der öffentlichen und privaten Akteure zu erarbeiten,
- zur Umsetzung der Wohnumfeldverbesserungsmaßnahme, die entsprechenden Mittel bereitzustellen und im Jahre 2002 die Gestaltungsplanung für den gesamten Innenstadtbereich in Auftrag zu geben und
- in drei Bauabschnitten in den Jahren 2003 – 2005 die städtebauliche Neugestaltung vorzunehmen.

1.2 Zukünftige Aufgabenfelder

Die Zusammenarbeit der öffentlichen und privaten Akteure soll weiterhin erfolgen. Es wird vorgeschlagen die bestehende Projektgruppe als zukünftige **Lenkungsgruppe**, die den weiteren Prozeß steuert, einzusetzen.

Das erarbeitete **Leitbild** sollte im politischen Konsens abgestimmt und als Grundlage für den weiteren Entwicklungsprozeß genutzt werden.

Unter Federführung des Fachbereiches 61 soll die **Gestaltungsplanung** für die Wohnumfeldmaßnahme im Rahmen eines Wettbewerbes vergeben werden. Das Wettbewerbsverfahren wird zur Zeit von der Verwaltung vorbereitet. Der Entwurf des Wettbewerbssiegers wird frühzeitig im Rahmen einer Bürgerinformation vorgestellt werden, um am Ende eine konsensfähige Planung realisieren zu können.

Für die erarbeiteten Maßnahmen im Rahmen der als **entwicklungsbedürftigen Handlungsfelder** angesehenen Erreichbarkeit, Handel und Versorgung, Kultur, Freizeit, Sport, Gastronomie, Beherbergung, Tourismus, Wohnen, Werbung und Image ist ein Abstimmungs- und Umsetzungskonzept zu entwickeln.

1.3 Realisierungsmaßnahmen

1.3.1 Leitbild

Der Leitbildentwurf kann, wenn er mit politischem Konsens versehen ist, als Grundlage für die weitere Vorgehensweise und Bewertung im Innenstadt-Marketing dienen. Der von der Projektgruppe entwickelte Entwurf wurde bereits in allen Fraktionen beraten und abgestimmt. Auch dem Heimat- und Verkehrsverein HVV und der Kamener Interessengemeinschaft KIG wurde der Entwurf zur Überarbeitung und Ergänzung vorgelegt.

Seitens der Verwaltung wird vorgeschlagen, ein Fachunternehmen mit der Entwicklung eines griffigen Leitslogans zu beauftragen. Die Vorschläge und Ergebnisse sind in der Lenkungsgruppe zu diskutieren und abzustimmen.

1.3.2 Ausführung der Wohnumfeldmaßnahme

Siehe hierzu Ausführungen unter Punkt 1.2.

1.3.3 Ausführung des Maßnahmenkataloges (siehe Abschlussbericht GMA in der Anlage)

Der erarbeitete, umfangreiche Maßnahmenkatalog gliedert sich nach Handlungsfeldern. Die Maßnahmen sind bereits nach Priorität, zeitlicher Durchführung und Zuständigkeit bewertet.

Von Seiten der Verwaltung wird vorgeschlagen, zusätzlich zu der Lenkungsgruppe drei weitere Arbeitskreise einzurichten, die die umfassenden Bereiche

- a) Verkehr,
- b) Kultur und Veranstaltungen,
- c) Gewerbe und Einzelhandel abdecken.

Die im GMA-Abschlussbericht herausgestellten Handlungsfelder:

- Städtebau /Stadtgestaltung
- Erreichbarkeit
- Handel- und Versorgung
- Kultur, Freizeit, Sport (einschl. Veranstaltungen)
- Gastronomie, Beherbergung, Tourismus
- Wohnen
- Werbung und Image

können den Arbeitsgruppen und der Lenkungsgruppe direkt wie folgt zugeordnet werden.

zu a) Lenkungsgruppe:

- alle Maßnahmen bzgl. Städtebau/Stadtgestaltung im Rahmen der Wohnumfeldmaßnahme
- Werbung und Image / Leitbildentwicklung / Entwicklung Leitslogan
- Wohnen (direkter Zusammenhang mit der Wohnumfeldmaßnahme nördl. Stadtkern Willy-Brandt-Platz durch Erhöhung der Wohnqualität)

zu b) Arbeitsgruppe Verkehr: Maßnahmen zur Verbesserung der Erreichbarkeit

zu c) Arbeitsgruppe Kultur / Veranstaltungen:
Maßnahmen der Handlungsfelder Kultur, Freizeit, Sport, Veranstaltungen, Gastronomie, Beherbergung, Tourismus

zu d) Arbeitsgruppe Gewerbe/Einzelhandel
Maßnahmen der Handlungsfelder Einzelhandel, Gewerbe, Versorgung

1.3.4 Organisationsstruktur

1.3.4.1. Bürgerinformation

Durch eine umfassende Informationsarbeit sollen die Bürger in den Gestaltungsprozess einbezogen werden.

1.3.4.2 Lenkungsgruppe

In der Lenkungsgruppe werden:

- Zielvorgaben und Grundsatzentscheidungen diskutiert,
- das Leitbild überprüft und gegebenenfalls modifiziert,
- ein Leitslogan abgestimmt (Entwicklung des Leitslogans durch eine Werbeagentur),
- die Handlungsfelder Werbung, Image und Wohnen abgestimmt und
- für das Handlungsfeld Städtebau, Stadtgestaltung die notwendigen Grundsatzentscheidungen diskutiert und abgestimmt.

Teilnehmer der neuen Lenkungsgruppe werden die bisherigen Mitglieder der Projektgruppe. Für die bisherige Vertreterin der Gastronomie wird ein vom Wirteverein zu benennendes Mitglied zur Teilnahme eingeladen.

Die Moderation durch die Unternehmung GMA war zeitlich befristet bis zum Vorliegen des Abschlussberichtes mit dem vorläufigen Maßnahmenplan. Die Vorsitz- oder Leitungsfunktion sollte wie bisher vom Bürgermeister bzw. im Vertretungsfall von dem 1. Beigeordneten wahrgenommen werden.

Die Koordination kann wie bisher durch den FB 23 erfolgen.

1.3.4.3 Arbeitsgruppe Verkehr

Die Erreichbarkeit der Kamener Innenstadt wurde in der Leitbilddiskussion als besondere Stärke herausgestellt. Vorgeschlagen werden im Abschlussbericht Maßnahmen zur verbesserten Beschilderung der Parkplätze und der Wegeführung in die City vom Bahnhof, die Umgestaltung des Bahnhofs, die bessere Verknüpfung von Bahn- und Busangeboten, die Ergänzung von Radwegen, die attraktivere Gestaltung der Zugänge zu den Tiefgaragen und das Ordnen der Parkplatzsituation im Bereich Schulstr. / Wiemeling / Kirchstraße und in den Blockinnenbereichen. Von der GMA wurde eine zügige Umsetzung dieser Themenfelder empfohlen, um eine Profilierung gegenüber konkurrierenden Standorten zu erzielen.

Vorschlag zur Zusammensetzung der Arbeitsgruppe:

- *Vorsitz und Koordination:* Verwaltung FB 30
- Verwaltung FB 60.1
- Verwaltung FB 61
- Feuerwehr
- Polizei
- Vertreter des Handels/HVV
- Ortsvorsteher
- VKU
- bei Bedarf: DB / ZRL (Zweckverband Ruhr-Lippe)

1.3.4.4 Arbeitsgruppe Kultur, Sport, Veranstaltungen

Zu der Arbeitsgruppe zählen die Handlungsfelder Kultur, Freizeit, Sport, Veranstaltungen, Gastronomie, Beherbergung und Tourismus.

Veranstaltungen wurden als Stärke im Rahmen der Leitbilddiskussion thematisiert, wobei eine Überprüfung vorhandener Platzräume und die Entwicklung eines Kamenspezifischen Veranstaltungskonzeptes im Vordergrund stehen sollte, um sich

durch neue inhaltliche und räumlich flexible Veranstaltungsbausteine von bisherigen Aktivitäten und Konkurrenzveranstaltungen abzuheben.

Die Citygastronomie ist ein wichtiger Imageträger der Kamener City. Gemeinschaftsaktionen der Wirte und ihre Mitwirkung bei Veranstaltungen sollten als Imageträger weiterhin genutzt werden.

Der Bereich, der ebenfalls eng mit der Gastronomie zusammenhängt ist der touristische Bereich. Die touristischen Potenziale sollten besser ausgenutzt werden in enger Abstimmung mit der Stadt Kamen, dem HVV, der geplanten Tourismusagentur des Kreises Unna und dem Verbund der Ruhrgebietsstädte als touristischer Region.

Es wird angeregt, die genannten Handlungsfelder, die in einem sehr komplexen Zusammenhang stehen, in einer Arbeitsgruppe zu behandeln.

Für die Besetzung der Arbeitsgruppe wird vorgeschlagen:

- *Vorsitz und Koordination:* Verwaltung FB 40
- Verwaltung FB 50.1
- Verwaltung FB 23 (Veranstaltungen/Fremdenverkehr/Tourismus)
- Verwaltung 02 (Seniorenbetreuung)
- Stadtsportbund
- Stadtjugendring
- HVV / KIG
- Wirteverein
- Kamener Stadthalle
- Künstlerbund Schieferturm e.V.
- BBK Berufsverband Bildender Künstler, Standort Kamen

1.3.4.5 Arbeitsgruppe Einzelhandel / Gewerbe

Die Wohnumfeldmaßnahme wird die Aufenthaltsqualität und Einkaufsatmosphäre in der Innenstadt positiv beeinflussen. Um diese Effekte optimal zu nutzen, ist eine Einbindung des Einzelhandels in die Umgestaltungsphase notwendig. Durch eigene Aktivitäten des Einzelhandels sollten die Erfolge der Wohnumfeldmaßnahme erhöht werden. Dies könnten z. B. sein:

- die Erstellung von Einzelhandelsuntersuchungen mit dem Ziel Empfehlungen zu erarbeiten bzgl. der Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes bzw. weiterer Magnetbetriebe,
- die Organisation eines Flächenmanagements, welches die optimale Nutzung verfügbarer Ladeneinheiten sicherstellt und / oder
- die Bereitstellung von Gestaltungsvorgaben und -empfehlungen für Betriebe, die Fassaden-, Eingangsbereiche, Schaufenster usw. der veränderten Gestaltung des öffentlichen Raumes optimal anpassen wollen.

Insbesondere durch gemeinsame Aktivitäten und verstärkte Kundenbindungsmaßnahmen können sich weitere Handlungsfelder ergeben, die die Wohnumfeldmaßnahme in ihrer Attraktivitätssteigerung unterstützen.

Auf Grund der genannten Aufgaben wird folgende Besetzung der Arbeitsgruppe vorgeschlagen:

- *Vorsitz und Koordination:* Verwaltung FB 23

- Verwaltung FB 61
- Verwaltung FB 60.2
- HVV
- Kamener Einzelhändler (vom HVV zu benennen)
- Interessenvertreter der Kreishandwerkerschaft/Handwerkskammer Dortmund
- Interessenvertreter der Apotheker
- Interessenvertreter der Rechtsanwälte
- Interessenvertreter der Ärzte
- Interessenvertreter der Architekten (Bund Deutscher Baumeister, Sektion Unna)
- IHK zu Dortmund

1.3.4.6 Verwaltungsinterner Arbeitskreis

Die inhaltliche Vor- und Nachbereitung der Arbeitgruppensitzungen erfolgt durch einen verwaltungsinternen Arbeitskreis unter Federführung des FB 23, bei Angelegenheiten zur geplanten Wohnumfeldverbesserungsmaßnahme unter Federführung des FB 61 und jeweils mit Beteiligung der Fachbereiche 10 (Pressesprecher), 30, 40, 50, 60, 61 und 70.

1.3.4.7 Koordinierungsstelle

Die Koordination wird in die Zuständigkeit des Fachbereiches 23 - Wirtschaftsförderung, Liegenschaften und Stadtmarketing - übertragen. Die Koordinierungsstelle hat im wesentlichen Dienstleistungsfunktion und die Aufgabe, das Projekt bzw. die Maßnahmen kontinuierlich zu begleiten und weiter zu entwickeln. Sie hat die Ideen, die in der stadtinternen Vorbereitungsgruppe und in den lokalen Arbeitskreisen diskutiert und entwickelt werden, weiterzuverfolgen und bis zur Realisierung zu begleiten. Weiterhin hat sie die Aufgabe, die Verbindung zwischen der stadtinternen Vorbereitungsgruppe, den Arbeitsgruppen und der Lenkungsgruppe herzustellen, zu unterstützen und die Diskussion zielführend vorzubereiten.

Die Umsetzung der Vorschläge und Ideen aus den Arbeitsgruppen bzw. der Lenkungsgruppe in eine konkrete Planung für einzelne Maßnahmen erfolgt je nach Vereinbarung durch die zuständigen Fachbereiche der Verwaltung.

Die Koordinierungsstelle hat im Zusammenwirken mit den beschriebenen Ebenen (stadtinterne Arbeitsgruppe, gemischte Arbeitsgruppen, Lenkungsgruppe, Verwaltung, Politische Entscheidungsgremien) folgende Funktion zu erfüllen:

Planung und Organisation

- Zuarbeit und Unterstützung der lokalen Arbeitsgruppen
- Ideenentwicklung
- Anstoßen der weiteren Detailplanungen
- Organisatorische Vorbereitung und Nachbereitung der Sitzung der Arbeitsgruppen und der Lenkungsgruppe
- Organisation evtl. lokaler Werkstätten/Workshops u. ä.
- Beauftragung von Gutachten im Bedarfsfall
- Steuerung des gesamten Planungs- und Realisierungsprozesses
- Vergabe und Entwicklung von Planungsprozessen

Kommunikation

- Marketing/Öffentlichkeitsarbeit (Koordination mit Pressesprecher; Auftritt Internet,)
- Rückkopplung mit der Verwaltung und den lokalen Arbeitsgruppen
- Berichte an die Verwaltungsleitung und die Lenkungsgruppe

Finanzierung

- evtl. Anträge zur finanziellen Förderung vorbereiten
- Sponsoring/Akquisition
- evtl. Finanzabwicklung

Abzusehen ist, dass die Arbeitskreise Kultur/Veranstaltungen und Einzelhandel / Gewerbe bis zum Abschluß der Arbeiten bestehen bleiben sollten, um die gemeinsame Arbeit zur positiven Entwicklung der Stadt durch den Zusammenschluß der unterschiedlichsten Akteure aus Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit zu gewährleisten. Aufgabe der Koordinierungsstelle sollte es langfristig sein, Strukturen zu installieren, die einen kontinuierlichen interaktiven, handlungsorientierten Stadtmarketingprozess ermöglichen.

Die Koordinationsfunktionen sollten möglichst zentral gehandhabt werden (Bündelung), um unnötige weitere Koordinations- und Abstimmungsprozesse zu vermeiden.

2. Finanzielle Möglichkeiten der Verwirklichung

Im Haushaltsjahr 2002 fallen die Kosten für die Ausführungs- und Gestaltungsplanungen an. Die notwendigen Mittel stehen unter der Haushaltsstelle 610.95135 - Umsetzung der WuV „Nördl. Stadtkern / Willy-Brandt-Platz“ - bereit. Der Gesamtausgabebedarf für die Maßnahme wird auf 2.732.000 € festgelegt.

Im Haushaltsjahr 2002 stehen für die Entwicklung eines Leitslogan keine finanziellen Mittel zur Verfügung. Die Verwaltung schlägt vor, die notwendigen Haushaltsmittel im nächsten Jahr bereitzustellen und ein geeignetes Fachbüro zu beauftragen.

Für die Kosten, die durch die Sitzungen der Arbeitskreise und der Lenkungsgruppe entstehen, stehen Haushaltsmittel unter der Haushaltsstelle 790.57000 – Stadtmarketing - zur Verfügung.