Bürgerantrag 08/2016

STADTMARKETING JÜLICH E.V.

Historische Festungsstadt – Moderne Forschungsstadt

E-mail: verein@stadtmarketing-juelich.de
Internet: www.stadtmarketing-juelich.de

STADTMARKETING JÜLICH E.V. · Postfach 2170 · 52403 Jülich

Stadt Jülich
Bürgermeister
Neues Rathaus
Große Rurstraße 17
52428 Jülich

EINGEGANGEN
12. SEP. 2016
Erled. 30

Jülich, den 9.9.16

Antrag zur Erstellung eines Entwicklungskonzeptes für die Jülicher Innenstadt

Sehr geehrter Herr Bürgermeister,

unser Vereinsvorstand hat sich intensiv mit der Situation in der Jülicher Innenstadt beschäftigt. Daraus resultiert der vorliegende Antrag, der auch von unserem Kuratorium gutgeheißen wurde.

Antrag:
Die Stadt Jülich möge einen Arbeitskreis gründen, der ein Entwicklungskonzept für die Jülicher Innenstadt erstellt und Maßnahmen zu dessen Umsetzung definiert. Ziel muss kurzfristig die Belebung der Innenstadt sein,
mittelfristig eine Perspektive für Bewohner, Gewerbetreibende und Tagesbesucher aufzeigen und
langfristig Aufgaben für die Innenstadt zu definieren, um die Vitalität zu erhalten.

Warum?

- Die Attraktivität Jülichs als Einkaufsstadt schwindet mit den Folgen Frequenzverlust, trading down und Leerstandsmehrung. Auch wenn dies ein generelles Problem von Mittelzentren sein mag, muss auch in Jülich gehandelt werden und mit individuellen Maßnahmen darauf reagiert werden.
- Die „Belebung der Innenstadt" ist in aller Munde, z.B. bei der Ratswahl 2014 und der BM-Wahl 2015 - aber meist ohne strategische oder konkrete Aussagen. Die Aufgabe drängt aber.
- Das meistdiskutierte Thema in diesem Zusammenhang ist das fast dogmatische Festhalten am Argument „Autos auf dem Marktplatz!?" - sowohl pro als auch contra, jeweils häufig mit einem Gewicht, als würde der Unterschied Fluch oder Segen sein. Darüber gehen andere Argumente verloren und Lösungen werden nicht gesucht. Das daraus resultierende Tabu können wir uns nicht länger leisten.
- Mit der Bebauung des Walramplatzes steht eine große Entscheidung - die größte seit Jahren - an, die häufig losgelöst von den anderen Problemen gesehen wird oder wiederum selber als Lösung der Probleme beschrieben wird. Ähnliches ist bei einem Neubau des Rathauses mit Einzelhandelsangebot zu erwarten. Deshalb müssen Konsequenzen konzeptionell beraten werden.

Vorsitzender Kuratorium
Uwe Willner
Tel. 0 24 61 / 34 35 40

Vorsitzender Stadtmarketing Jülich e.V.
Wolfgang Hommel
Tel. 0 24 61 / 93 78 12
Fax 0 24 61 / 93 78 77

Bankverbindung
Sparkasse Düren
BLZ 395 501 10
Konto-Nr. 1 037 860

Eingetragen beim
Amtsgericht Jülich
VR 20700

- Einzelkonzepte, wie das Einzelhandelskonzept, sind für sich allein genommen nicht ausreichend. Jülich braucht einen Gesamtansatz. Jede Bewegung ist besser als schleichendes Ausbluten.
- Dieses Gesamtkonzept muss z.B. Stadtentwicklung (bezogen auf Einzelhandelskunden, Dienstleistungsempfänger) und Konzepte zum Umgang mit dem Jülicher Erbe der Idealstadt der Renaissance (Denkmalpflegeplan, Tourismus als Wirtschaftsfaktor) berücksichtigen, aber auch die demographischen Entwicklung.

Gemeinsame Bestandsaufnahme und Bewertung:
Die **Rahmenbedingungen** sind vielfach beschrieben, man sollte sie in einem Konzept nochmals benennen, wenn möglich quantifizieren und bewerten. Wesentlich für das Gelingen wird sein, dass sich möglichst viele Akteure aus Politik, Verwaltung, Vereinen, Wirtschaft und Kunden auf dieses Konzept verständigen. Nur so wird bei der Umsetzung geschlossen an einem Strang gezogen.

Beschreibung der Problematik
- **Einzelhandel:** Verringerung der Fachgeschäfte, Lücken im Branchenmix, Rückgang der Investitionen, weniger inhabergeführte individuelle Geschäfte mit traditioneller Kundenbindung, mehrere Entscheidungen über Nachfolge oder Weiterführung von Geschäften stehen an.
- **Dienstleistungsbetriebe:** Mehr Betriebe in Ladenlokalen, ohne Nutzung von Schaufenstern, wenig Laufkundschaft und keine Attraktivitätssteigerung.
- **Gastronomie:** Restaurantanzahl rückläufig, „Qualitätsspitze" fehlt, Imbiss im Zentrum Mangelware, klassischer Biergarten wird vermisst, Kneipensterben
- **Immobilien:** Häuser sind meistens ca. 60 Jahre alt, Ausstattung und Größe der Wohnung nur teilweise modernen Anforderungen genügend, geringe Miethöhe erzielbar, daher viele Sozialhilfewohnungen,
  Ladenlokale häufig zu klein, ohne ausreichende Deckenhöhe, für moderne Anforderungen schlecht geschnitten.
- **Innenstadtmöblierung:** Bodenbelag kaputt oder löchrig, Bänke etc. langweilig, Lampen und damit Markt etc. abends zu dunkel.
- **Verkehrsanbindung:** mit ÖPNV etc. mit finanzierbarem Mitteleinsatz kaum verbesserbar; Parkplatzsituation entspannt, große Parkplätze im Prinzip gut verteilt, aber Walramplatz in Gefahr der Bebauung, Parkdeck Kurfürstenstraße geschlossen - ohne erkennbare Perspektive

Teile eines Konzeptes für die Innenstadt:
- Entscheidung über die **zukünftige Nutzungspräferenz:**
  - vorrangig (Einzel)-Bedarfsdeckung (Handel, Gastro, Ärzte, Verwaltung) = schnellrein und schnell wieder weg

  <u>oder</u>
  - Erlebnisqualität mit längerer Verweildauer und Aufenthaltsqualität,

  davon hängt ab:
  - Innenstadt mit Fußgängerzone, „shared space" <u>oder</u> Autoverkehr

- **Zielgruppen:** Familien, Senioren, Jugendliche, „Twens" im Vordergrund? Hauptzielgruppe ausmachen und Betriebstypen, Sortimente, Angebote passend fördern
- **Serviceangebote** im digitalen Zeitalter daraufhin entwickeln (bringen, deponieren, betreuen...)

- **Wirtschaftsfaktor Tourismus** vor dem Hintergrund des Erbes der Idealstadtanlage der Renaissance: "Pasqualinische Altstadt", Zitadelle und Schloss stellen ein deutschlandweit kulturhistorisches Alleinstellungsmerkmal allerersten Ranges dar. Erstens muss man es erhalten, zweitens muss man es präsentieren. D.h. es wird ein städtebauliches Konzept benötigt (von der Denkmalbereichssatzung zum Denkmalpflegeplan) und eine professionelles Vermarktungskonzept erstellt.
- **Veranstaltungsprogramm:** Wochenendevents gibt es genug - Belebung für „alle Tage“ ist nötig, vor allem rings um den Marktplatz. Kreishausgastronomie wird das nicht erbringen: Nutzung des Platzes mit Gastronomie etc. außerhalb der Wochenmarktzeiten notwendig. Wochenmarkt erhalten.
- Optimierung der **Erreichbarkeit** zu Fuß, mit Fahrrad, Auto und ÖPNV

Aus diesem Themenspektrum ergeben sich auch die Teilnehmer einer Arbeitsgruppe.

<u>Wege zu einem Konzept::</u>
<u>1. Schritt</u>
Beschluss des Stadtrates, eine Arbeitsgruppe einzusetzen, um eine langfristige Konzeption für die Innenstadt zu beraten.

<u>2. Schritt:</u>
Einsetzen einer Arbeitsgruppe unter Leitung des Bürgermeisters mit folgenden Aufgaben,

- Bestandsaufnahme und Analyse (intern oder extern)
- Expertise einholen, durch best-practice-Erfahrungen, Besuche und Gespräche
- Konsensfähige Ziele definieren (Zeithorizont)
- Kommunikation mit allen betroffenen Gruppen (auch Immobilienbesitzern)
- Leerstandsmanagement bzw. -vermeidung!
- Maßnahmenkatalog erstellen
- Kostenrahmen erkennen
- Zuständigkeiten festlegen

<u>Arbeitsweise:</u>
Der Arbeitskreis
- sollte auf zwei Jahre angelegt sein
- sollte monatlich tagen, ggf. auch als Exkursion oder mit öffentlichem Vortrag
- moderiert werden
- einem politischen Gremium zuarbeiten, entweder dem KWS-Ausschuss oder dem Lenkungskreis Stadtmarketing
- von einer Verwaltungseinheit betreut werden
- aus folgenden Gruppen bestehen, die ständig oder punktuell einbezogen werden:
    - Bürgermeister und Verwaltungsstellen nach Bedarf
    - Fraktionsvertreter
    - Vereinsvertreter:
        - Werbegemeinschaft Jülich
        - Stadtmarketing Jülich e.V.
        - Straßengemeinschaft Kleine Rurstraße/ Grünstr.
        - Interessengemeinschaft Galeria
        - Förderverein Festung Zitadelle Jülich
        - Jülicher Geschichtsverein
        - Haus und Grund e.V.
        - Gesundheitsverbund Jülicher Land
    - Firmenvertreter, Hausbesitzer, Immobilienmakler

Externe Ratgeber:

- IHK, Einzelhandelsverband, Handelsforschungsinstitut, BBE, Cima
- Städteplaner
- Zukunftsforscher zu den Themen, Freizeit, digitale Angebote, Gastronomie

An Honorarkosten kann sich Stadtmarketing Jülich e.V. beteiligen.

Ziel: des Antrages

Lösungen für die Vitalität der Innenstadt erarbeiten, Zukunftsfähigkeit beweisen und Zuversicht ausstrahlen.

Mit freundlichen Grüßen

Wolfgang Hommel