



Az.: 1

Rotenburg (Wümme), 28.05.2021

A n t r a g N r . : 0 9 5 4 / 2 0 1 6 - 2 0 2 1

Gremien	Datum	TOP	beschlossen	Bemerkungen
Rat	19.11.2020			
Wirtschaftsförderungs- und Fremdenverkehrsausschuss	16.06.2021			
Verwaltungsausschuss				
Rat				

Förderung von Pop-Up-Stores durch die Stadt Rotenburg; Antrag der FDP vom 11.11.2020

Beschlussvorschlag:

Der Rat der Stadt Rotenburg (Wümme) beschließt, den Antrag der FDP-Fraktion vom 11.11.2020 abzulehnen.

Stattdessen sollen die für das laufende Haushaltsjahr eingestellten Mittel zur Unterstützung von Pop-Up-Stores dafür eingesetzt werden, auf Antrag Zuschüsse für eine attraktive Gestaltung leerer Schaufenster im Innenstadtbereich zu gewähren.

Begründung:

Die Beseitigung/Verhinderung von Leerständen in Innenstädten ist in mehreren Kommunen in der zurückliegenden Zeit diskutiert worden. Die daraus resultierenden Lösungsansätze waren abhängig von der Größe und dem Betroffenheitsgrad der Kommunen unterschiedlich.

In der Regel erfordern derartige Projekte neben einem nicht unerheblichen finanziellen Engagement ein auf Dauer angelegtes Zusammenspiel mehrerer Beteiligter wie z.B. Verbände, Banken, Wirtschaftsförderung und Interessengemeinschaften örtlicher Gewerbetreibender.

Bevor eine Entscheidung zur Förderung von Pop-Up-Stores getroffen wird, ist zunächst die Begrifflichkeit zu klären.

Pop-up-Stores sind temporäre Ladeneinheiten, sogenannte Kurzzeitleäden, die oft unangekündigt an ungewöhnlichen Orten "aufpoppen" und nach kurzer Zeit wieder verschwinden. Die Stores machen sich insbesondere das Prinzip der künstlichen Verknappung zunutze, um für ihre Kunden attraktiv zu sein. Sie bieten demjenigen, der sie zufällig entdeckt, ebenso wie demjenigen, der sie gezielt aufsucht, spektakulär inszenierte Produkte und ein unvergessliches Einkaufserlebnis. Die Stores appellieren gezielt an die Neugier ihrer Zielgruppe, wecken ihren "Jagdinstinkt" und sorgen dafür, dass die Kunden ihre Erlebnisse weitererzählen. Im Vergleich zu dauerhaften Ladenbaukonzepten resultiert die zeitlich begrenzte Öffnung des Stores außerdem in überschaubaren Kosten, da langfristige Mietverträge wegfallen und häufig auf eine aufwendige Store-Ausstattung verzichtet wird.

Der Antrag der FDP-Fraktion ist erkennbar darauf gerichtet, über das Instrument eines Pop-Up-Stores Interessenten längerfristig an die Rotenburger Innenstadt zu binden, verfolgt somit einen

anderen Ansatz.

Leerstände in der Innenstadt entwickeln sich dann, wenn Ladenlokale von der Lage, vom Zuschnitt, wegen mangelnder Barrierefreiheit, vom Erscheinungsbild, der Ausstattung und/oder vom Mietpreis her nicht (mehr) wettbewerbsfähig und attraktiv sind.

Zudem werden die Objekte auch nicht offensiv vermarktet. Von den Leerständen im Innenstadtbereich der Stadt Rotenburg wird lediglich ein Objekt in den einschlägigen Immobilienplattformen im Internet offeriert. Hierbei handelt sich um ein leerstehendes Ladenlokal in der Großen Straße, für das bei einer Größe von 45 m² aufgeteilt in drei Räume, eine Nettokaltmiete von 700,00 € zzgl. Nebenkosten verlangt wird. Durch Anmietung eines derartigen Objektes mit kaution, Maklercourtage sowie der Kosten für die Minimalausstattung eines Ladengeschäftes wäre das Budget binnen Jahresfrist verauslagt, ohne das hieraus nennenswerte Impulse für die Innenstadt zu erwarten sind.

Sofern sich Vermieter derartiger Objekte auch auf kürzere Mietvertragslaufzeiten einließen, stünden diese grundsätzlich auch ohne Förderung für Pop-Up-Stores zur Verfügung. Diese Bereitschaft ist bei den Vermietern aber bislang nicht erkennbar.

Wenn die Stadt bei derartigen Projekten in den Markt eingreifen soll, indem sie Eigentümer wenig attraktiver Objekte bei der Vermietung unterstützt oder gar Bürgschaften bzw. Teile nicht marktgerechter Mieten übernimmt, halte ich das für problematisch. Dies gilt ebenso für die Bezuschussung von Umbaumaßnahmen.

Bei dem Wunsch nach der Nutzung leerstehender Ladenlokale dürften für die Stadt die Beseitigung der negativen Auswirkungen des Leerstands auf das Stadtbild im Vordergrund stehen. Dem ließe sich aber auf einem anderen Weg begegnen, der die Eigentümer nicht aus der Pflicht lässt, selbst Aktivitäten zu ergreifen bzw. voranzutreiben.

Aktuell zeigen sich die Leerstände entweder durch heruntergezogene Rollos, Papierverkleidungen oder durch den ungehinderten Blick in die unrenovierten und verlassenen Räumlichkeiten. Dies ist wenig attraktiv und belastet das Stadtbild erheblich.

Diesbezüglich könnte zum Beispiel durch eine entsprechende Folierung der Schaufensterscheiben mit Darstellungen von Verkaufsräumen oder Auslagen, das Gesamtbild des Objektes wesentlich verbessert werden. Oder es könnten Schaufensterflächen Künstlern, Vereinen oder Gewerbetreibenden zu Werbezecken zur Verfügung gestellt werden. Dies wirkt sich ebenfalls positiv auf das Stadtbild aus.

Darüber hinaus sollte bei der Gewährung eines Zuschusses eine Informationsfläche z.B. in DIN A4 im Schaufenster verpflichtend sein, auf der die Grunddaten für Mietinteressenten wie Fläche, Ausstattung, Preis und Ansprechpartner zu erkennen sind. Diese Daten könnten ebenfalls als flankierende Maßnahme in das in Überarbeitung befindliche Geschäftskataster auf der Homepage der Stadt übernommen werden.

Durch diese Maßnahmen könnte mit den im Haushalt zur Verfügung stehenden Mitteln einfach aber effektiv ein Beitrag zur Attraktivitätssteigerung im Innenstadtbereich geleistet werden.

Andreas Weber