ZENTRENMANAGEMENT

Von der Idee bis zur Umsetzung

© Gundula Vogel/pixabay.com

ZENTRENMANAGEMENT

Von der Idee bis zur Umsetzung

INHALT

1 **Einführung und Ziele der Handreichung** 6

2 **Theorie** 8

Begriffsdefinitionen 8

Das 9-K Citymanagementmodell 10

3 **Finanzierung und Förderung** 11

4 **Frage- und Problemstellungen, Erkenntnisinteresse** 12

5 **Praxis: Zentrenmanagement-Modelle im Vergleich** 14

Modell 1: Ansiedlung bei der Wirtschaftsförderung 14

Mülheim an der Ruhr

Modell 2: Integration in die Verwaltungsstruktur der Kommune 18

Emsdetten

Modell 3: Organisation durch die Unterstützung eines Stadtentwicklungsbüros 22

Kaarst

Modell 4: Ansiedlung in der Marketing GmbH 26

Lengerich

Modell 5: Organisation durch einen Verein 30

Münster

Vergleich der vier Modelle 33

6 **Fazit** 34

7 **Glossar** 36

8 **Anhang** 38

9 **Literaturhinweise** 54

Impressum 55

1 EINFÜHRUNG UND ZIELE DER HANDREICHUNG

In vielen Städten deutschlandweit lassen sich die gleichen innerstädtischen Trends und Entwicklungen beobachten. Nun hat die Corona-Pandemie diese Situation verschärft und die zukünftige Entwicklung unserer Innenstädte noch mehr in den Fokus der Debatte gerückt als bisher ohnehin schon. Die Zahl der Leerstände nimmt insbesondere in kleineren Städten, welche mit den großen Ballungszentren konkurrieren, zu. Häufige Gründe hierfür ist eine fehlende Frequenz bei überdimensionierten Verkaufsflächen, eine unattraktive Gestaltung von Geschäftsräumen bzw. fehlende Aufenthaltsqualität in den Straßen und auf öffentlichen Plätzen, Nahversorgungs- und Fachmarktzentren außerhalb der Innenstädte sowie eine zunehmend wirtschaftlich schwierige Situation bedingt durch verändertes Konsumverhalten seit dem Corona Lock-Down. Eine große Rolle spielt auch der Online-Handel, der für einen Rückgang der Kund*innen in den Innenstädten verantwortlich gemacht wird. Prognosen sind hier kaum möglich, insgesamt ist die Tendenz jedoch steigend. Viele kleine, inhabergeführte Geschäfte und Gastronomen kämpfen um ihre Existenz, ebenfalls große Filialen wie Karstadt/Kaufhof müssen derzeit 22 Geschäfte in NRW schließen.

In den letzten Jahren lässt sich hingegen ein Flächenzuwachs von Geschäften verzeichnen, die sich außerhalb der zentralen Innenstadt befinden. Beispielsweise durch die Errichtung von Outlet-Centern, Einkaufspassagen, SB-Warenhäusern oder Fachmarktzentren.
Zudem steigen die Ansprüche der Kund*innen: gefordert werden beste Erreichbarkeit, leichte Orientierung, Wohlfühlatmosphäre und Aufenthaltsqualität. Die Menschen möchten in die Innenstädte kommen, um eine hohe Angebotsvielfalt aus den Bereichen Kultur und Freizeit, Gastronomie und Handel vorzufinden. Der Stadtbesuch und somit auch der Einkauf sollen ein „Erlebnis“ werden. Der Konsum als solcher steht oft nicht mehr im Vordergrund (,,Die erlebbare Stadt“).

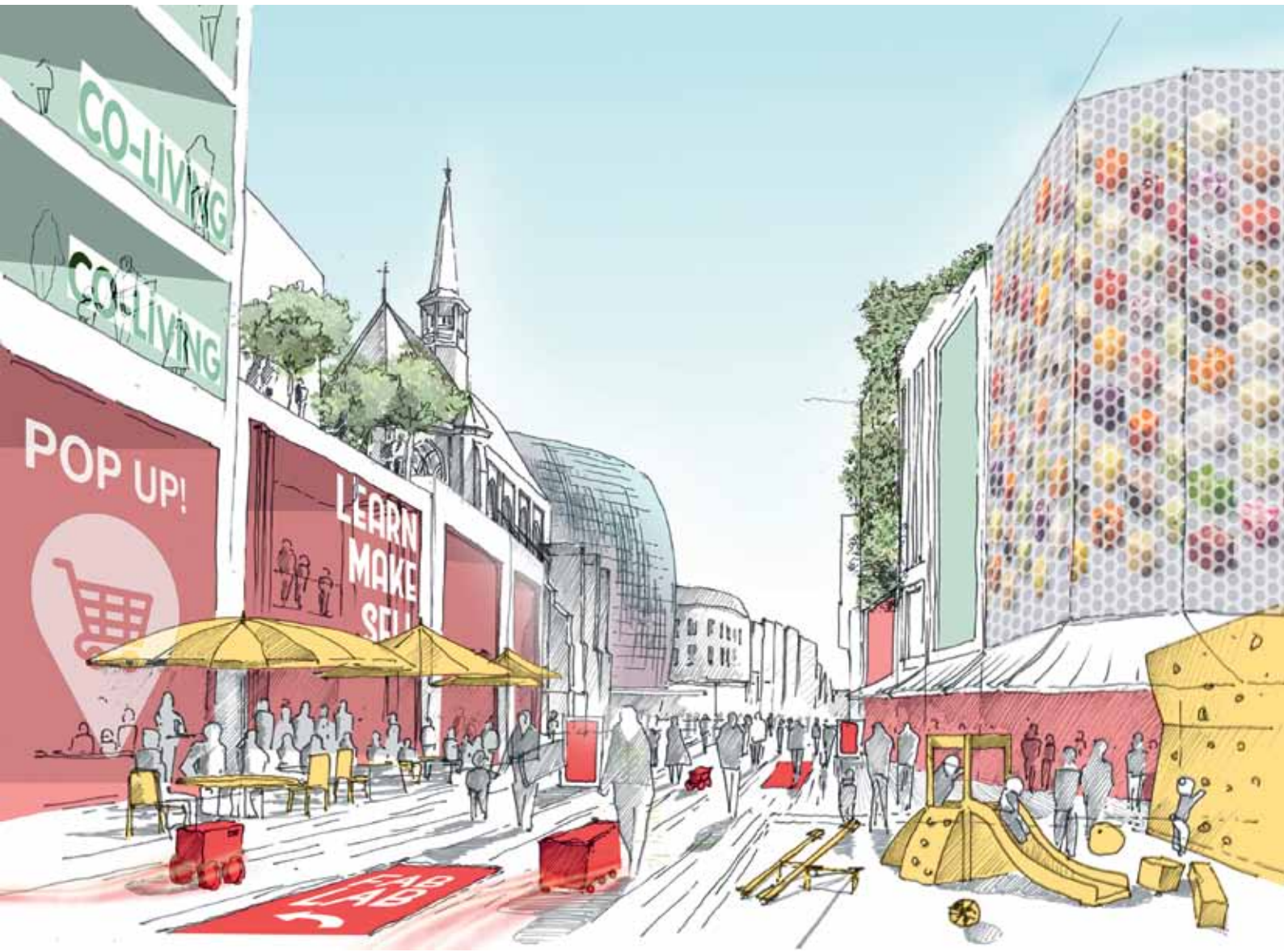
Neben dem Strukturwandel im Handel durch neue Technologien sowie einem veränderten Konsumverhalten ist die Innenstadt ebenfalls von gesellschaftlichen Entwicklungen geprägt. Hier ist zunächst der demografische Wandel zu nennen. Die Gesellschaft wird weniger, älter, bunter und internationaler, was zu Veränderungen der Kundschaft und im Konsumverhalten führt. Eine nachlassende Loyalität zu den „Stamm“-Geschäften, eine gestiegene Preisaffinität sowie eine ,,Krise der Mittelschicht“ lassen die Schere zwischen „läuft gut“ und „läuft gar nicht“ weiter auseinandergehen.

Um diese sich seit Jahren abzeichnenden ,,Verödungsprozesse“ in den Innenstädten entgegenzuwirken, werden in vielen Kommunen deutschlandweit sogenannte Zentrenmanagements eingerichtet. Hierdurch sollen unter anderem wichtige Impulse zur wirtschaftlichen und stadtstrukturellen Stärkung der Zentren geschaffen werden, um die Innenstadt weiterzuentwickeln. Dies bezieht sich auf den Einzelhandel sowie Kultur-, Freizeit- und Gastronomieangebote. Die Vernetzung von Akteuren und die Weiterentwicklung der Nutzungsangebote ist eine zentrale Aufgabe des Zentrenmanagements.

Die Förderung und Finanzierung der Maßnahme kann über verschiedene Wege erfolgen, wie beispielsweise Bund-Länder-Förderprogramme, Sponsoring, öffentliche Zuschüsse oder Einnahmen durch Mitgliedsbeiträge.

Ziele der Handreichung

Das Ziel dieser Handreichung zum Thema „Zentrenmanagement" ist die Bereitstellung von Beispielen und Ideen aus der Praxis für andere Kommunen sowie für Zentrenmanager*innen. Auf der Grundlage einer theoretischen Hinführung in das Thema werden fünf Modelle des Zentrenmanagements aus verschiedenen Mitgliedskommunen des Netzwerk Innenstadt NRW vorgestellt und miteinander verglichen. In diesem Zusammenhang werden realistische Einschätzungen zu den Stärken und Schwächen der jeweiligen Modelle getroffen. Schließlich bieten wir als Geschäftsstelle des Netzwerk Innenstadt NRW, mit dieser Handreichung eine hilfreiche Unterstützung für Kommunen (in und außerhalb von NRW) an, die aktiv die Entwicklung ihrer Innenstädte begleiten und verändern möchten.



© Zukunftsvision *Schildergasse* aus *retail in transition* von caspar.Architekten | www.caspar.archi

2

THEORIE - BEGRIFFSDEFINTIONEN

Kommunen, die den innerstädtischen Raum beleben und verbessern möchten, beschäftigen sich häufig mit einem zentrenbasierten Quartiersmanagement, das im Folgenden genauer erläutert und definiert wird:

Im Rahmen der nachhaltigen Stadtentwicklung werden integrierte und kooperative Ansätze verfolgt. Hierbei spielt die Zusammenarbeit von öffentlicher Hand, privaten Akteuren und Bürgerschaft eine zentrale Rolle. Die Umsetzung der Ansätze erfordert ein umfassendes Management. Das Zentrenmanagement ist ein strategisches Praxisinstrument der Stadtentwicklung zur Entwicklung und Umsetzung lokaler Ideen zur Verbesserung der Lebenssituation im jeweiligen Stadtzentrum. Es agiert im Auftrag der Kommune und in Abstimmung mit allen relevanten Partnern und dient der Planung und Steuerung des Entwicklungsprozesses in der Innenstadt. Der Anspruch eines solchen Managements besteht darin, die verschiedenen Akteure aus den Bereichen der Verwaltung, der lokalen Politik, der privaten Wirtschaft, der lokalen Vereine und der nicht organisierten Bewohner*innen zusammenzuführen. Die Zielsetzung des Zentrenmanagements ist eine Integration und Vernetzung der unterschiedlichen Aspekte von Wirtschaftsförderung, sozialer Befähigung und baulicher Zentrenentwicklung.

© LEEROY Agency/pixabay.com

Für das Zentrenmanagement werden bundesweit unterschiedliche Begrifflichkeiten verwendet: Zentrenmanagement, Stadtteilmanagement, Citymanagement, Straßenmanagement, Magistralenmanagement, Kernbereichsmanagement oder Gebietsentwickler- und Quartiersmanagement. Diese Begriffe sind größtenteils Synonyme, können sich jedoch teilweise in der Bedeutung variieren. Im Folgenden wird konkret zwischen Quartiers- und Zentrenmanagement unterschieden, insbesondere im Zusammenhang mit den Städtebauförderprogrammen „Soziale Stadt“ und „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ ist zwischen diesen Formen des Zentrenmanagements zu differenzieren.

▶ Quartiersmanagement

Das Quartiersmanagement oder auch Stadtteilmanagement beschäftigt sich vor allem mit einem bestimmten Bezirk, Quartier oder Stadtteil einer Stadt. Hier geht es unter anderem um eine quartiersbezogene Bündelung von Fachwissen und finanziellen Ressourcen mit dem Ziel, eine integrierte Quartiersentwicklung zu erreichen. Vor allem das Bund-Länder-Programm „Soziale Stadt“, in dem es um die Förderung von Stadtteilen mit besonderem Entwicklungs- und Erneuerungsbedarf geht, hat damit das Instrument des Quartiersmanagements als wichtigen Bestandteil in den Fokus gerückt. In diesem Zusammenhang ist vor allem die Kommunikation, Koordinierung und Kooperation zwischen Verwaltungs- und Quartiersebene elementar, um mit lokalen Akteuren in Kontakt zu kommen sowie die Aktivierung und Beteiligung der Quartiersbevölkerung und anderer lokaler Akteuren wie Vertreter*innen von (Aus-)Bildungseinrichtungen oder der (lokalen) Wirtschaft zu organisieren. Das Quartiersmanagement fungiert hierbei als Scharnier zwischen Bewohnerschaft bzw. Quartier und Kommune, als Mobilisator von Bewohnerengagement, als Möglichkeit der Beteiligung im Quartier und als Impulsgeber für nachbarschaftliche Aktivitäten.

© Gundula Vogel/pixabay.com

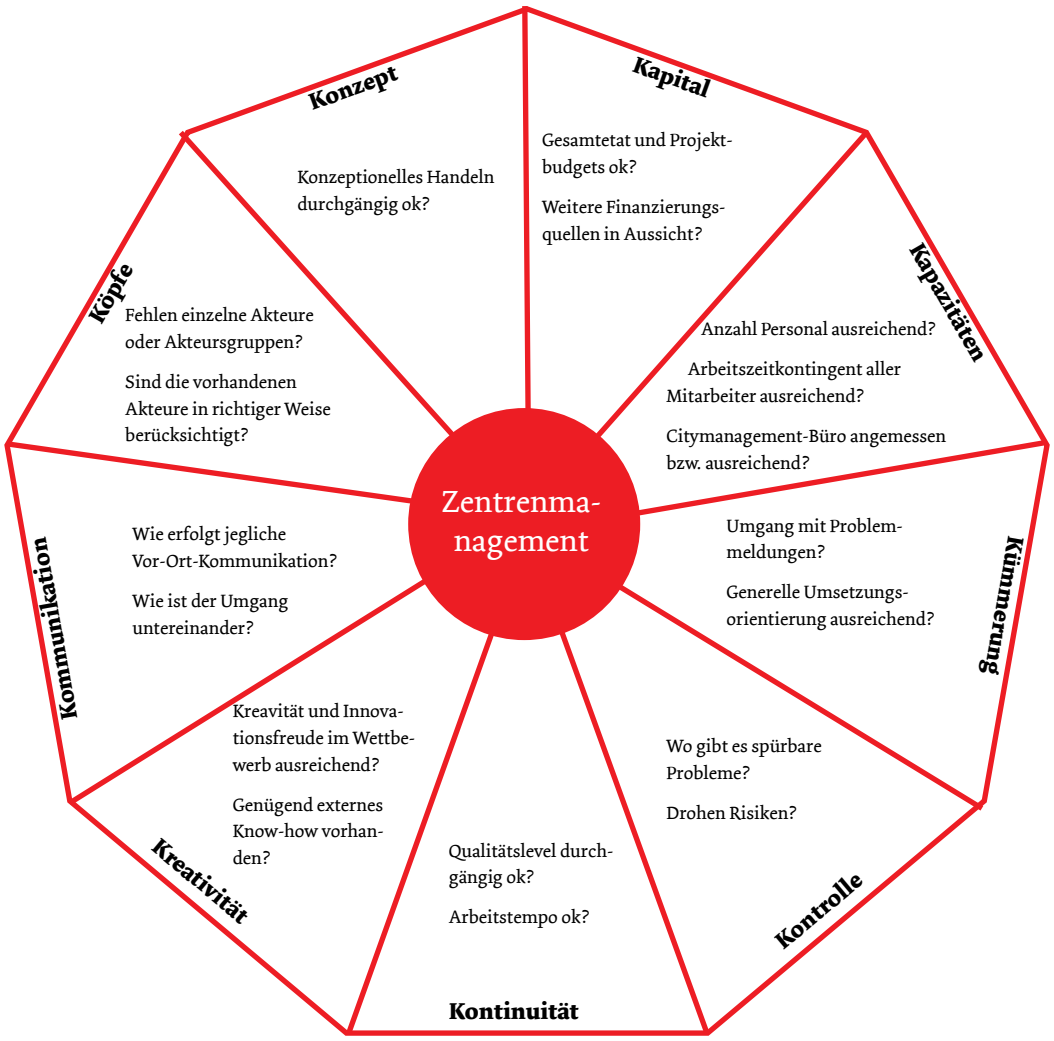
▶ Zentren-/Citymanagement

Im Gegensatz zum Quartiersmanagement agiert das Zentren- oder Citymanagement in der Innenstadt/dem Zentrum einer Kommune. Seine übergeordnete Funktion ist es, das integrierte städtebauliche Entwicklungskonzept in Kooperation mit allen Zentrenakteuren zielorientiert umzusetzen. Es hat die Aufgabe der Bündelung zentrenrelevanter Aktivitäten, der Vernetzung von Akteuren, des Anstoßes von Projekten und der Prozesssteuerung. In vielen Kommunen wird das Zentrenmanagement durch beauftragte Dritte (z. B. Sanierungsträger oder Planungsbüros) übernommen. Diese Leistungen Beauftragter sind zudem im Städ-tebauförderprogramm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren förderfähig. Im Idealfall ist das Zentrenmanagement ,,Knoten und Motor“ in der Organisationsstruktur einer integrierten Zentrenentwicklung.

***Quellen**: 1) Manfrahs: Citymanagement. Innenstadt-Belebung mit System. Starke Zentren mit Erlebnisqualität gestalten (2020) 2) Strubel: Innenstadtmanagement. Erfolgsfaktoren und Herausforderungen des Instrumentes in der Stadterneuerung (2019) 3) Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat: Soziale Stadt. Instrumentell-strategische Handlungsfelder - Quartiersmanagement (o. J.). 4) Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat: Aktive Stadt- und Ortsteilzentren. Das Zentrenmanagement (o. J).*

Das 9K-Citymanagement-Modell (nach Manfrahs 2020)

Abgeleitet aus den theoretischen Grundlagen lassen sich an folgendem Modell die Aufgabenfelder eines Zentrenmanagements darstellen. Das 9K-Citymanagement-Modell zeigt, wie vielfältig und weitreichend die Handlungsfelder eines Zentrenmanagements zu betrachten sind. Ergänzend dazu geben Beispielfragen eine Hilfestellung für den/die Zentrenmanager*in im Umgang mit seinen/ihren Aufgaben.



Quelle: Eigene Darstellung nach Manfrahs 2020

FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN

Einnahmen durch Mitgliedsbeiträge

- Werbegemeinschaft
- Verein
- etc.

ISG (Immobilien- und Standortgemeinschaft)

- Eigeninitiative und finanzielle Mittel der Händler, Dienstleister, Gastronomen, Grundstücks- und Immobilieneigentümer

Sponsoring und Spendenbeiträge

- Bekanntmachung eines Namens (des Sponsors)
- Gegenleistung: Sponsoring

Kommunales Budget

- Ansiedlung bei der Verwaltung
- Personal- und Sachkosten trägt die Kommune

Öffentliche Zuschüsse

- Bsp.: Einführung einer Tourismusabgabe

EU-Förderprogramme

- LEADER-Programm für den ländlichen Raum
- Voraussetzung: lokale Entwicklungsstrategie
- bezogen auf eine Region, nicht nur eine Kommune

Bund-Länder-Förderprogramme

- Städtebauförderung
- finanzielle Mittel für Investitionen in die Stadterneuerung und Stadtentwicklung

Projektabhängige Umlagen

- in Rechnung stellen von Einzelleistungen

***Quellen**: 1) Manfrahs: Citymanagement. Innenstadt-Belebung mit System. Starke Zentren mit Erlebnisqualität gestalten (2020) 2) Strubel: Innenstadtmanagement. Erfolgsfaktoren und Herausforderungen des Instrumentes in der Stadterneuerung (2019)*

4

FRAGE- UND PROBLEMSTELLUNGEN, ERKENNTNISINTERESSE

Um die verschiedenen Modelle des Zentrenmanagements in den ausgewählten Kommunen in NRW zu analysieren, hat das Netzwerk Innenstadt NRW Interviews geführt. Diese konnten trotz der Corona-Pandemie größtenteils vor Ort - in der Innenstadt - bei dem/der jeweiligen Zentrenmanager*in stattfinden. Dabei waren die folgenden Themen und Fragestellungen interessant:

Hintergrund und Entstehung

- Was hat die Kommune bewegt, ein Zentrenmanagement einzurichten und wie war die Ausgangssituation?
- Welche Themen haben zu den Überlegungen geführt?
- Wer waren die Schlüsselfiguren und aus welchen Institutionen stammten diese?
- Wer war die treibende Kraft und welche Rolle spielen diese heute noch im Zentrenmanagement?
- Wann hat das zeitlich stattgefunden?
- Gab es individuelle oder institutionelle Rahmenbedingungen?
- Was sind die übergeordneten Ziele, die mit dem Zentrenmanagement erreicht werden sollen?

Finanzierung und Förderung

- Wie finanziert sich das Zentrenmanagement in der Kommune?
- Bezieht das Zentrenmanagement Gelder aus Förderprogrammen und wie könnte diese nach Ablauf verstetigt werden?
- Wie setzt sich die Bezahlung für die/den Zentrenmanager*in zusammen?
- Welche alternativen Finanzstrukturen sind sonst denkbar?

Struktur des Zentrenmanagements

- Wie gestaltet sich die Organisationsstruktur des Zentremenmanagements und wo ist es organisatorisch verortet?
- In welche übergeordneten Organisations- und Kommunikationsstrukturen ist es eingebettet? Wie ist das Management als solches aufgebaut und wie gestaltet sich die personelle Ausstattung?
- Wie gestalten sich die Arbeitskapazitäten? Welche Ressourcen stehen zur Verfügung oder welche wären noch wünschenswert?
- In welche Entscheidungshierarchien ist es eingebunden?
- Mit welchen internen und externen Akteuren arbeitet das Zentrenmanagement zusammen und welche Netzwerke gibt es?
- Welche Aufgaben und Handlungsfelder fallen in den Bereich des Zentrenmanagements und welche sind besonders bedeutend?
- Gibt es bereits Projekte, die durch das Zentrenmanagement geplant oder umgesetzt wurden?
- Wie kann Zentrenmanagement weiterentwickelt werden?

Erfahrungen und Erkenntnisse

- Wie sieht das bisherige Resümee der Arbeit als Zentrenmanager aus und als wie erfolgreich kann es beschrieben werden?
- Welche Herausforderungen, Probleme, Niederlagen oder Erkenntnisse können schon herausgestellt werden?

Ausblick

- Wie könnte die zukünftige Situation des Zentrenmanagements aussehen?
- Wie kann eine Weiterentwicklung aussehen?
- Welche weiteren Funktionen könnten sinnvoll im Sinne einer Weiterentwicklung mit dem Zentrenmanagement verknüpft werden?
- Welche Rolle kann das Zentrenmanagement nach der Corona-Pandemie spielen?
- Was können Sie anderen Kommunen, die ebenfalls ein Zentrenmanagement installieren wollen, mit auf den Weg geben?

© Zukunftsvision *Frankfurt Zeil* aus *retail in transition* von caspar.Architekten | www.caspar.archi

5

MODELL 1: ANSIEDLUNG BEI DER WIRTSCHAFTS-FÖRDERUNG - MÜLHEIM AN DER RUHR

Flächengröße:	91,28 km² (Mülheim & Business GmbH)
regionale Einordnung:	kreisfreie Stadt, Regierungsbezirk Düsseldorf, NRW
Gemeindestyp:	Kleine Großstadt
Einwohnerzahl:	172.857 (Stadt Mülheim an der Ruhr: 20.09.2020)
Durchschnittsalter:	45,7 Jahre (Wegweiser Kommune 2018)
Anzahl Mitarbeiter Verwaltung:	ca. 3.200 (Stadt Mülheim an der Ruhr)
Einzelhandelsverkaufsfläche:	317.624 m² (Stadt Mülheim an der Ruhr 2015)
Verfügbares Einkommen (Einw./Jahr):	23.139 € (IT.NRW 2017)

Hintergrund der Einrichtung eines Zentrenmanagements

Bereits im Jahr 2001, mit der Gründung der Mülheimer Stadtmarketing und Tourismus GmbH (MST, 100% städtische Tochter), wurde die Aufgabe des Citymanagements zum Zwecke der Förderung der Mülheimer Innenstadt benannt. Diese ist aus der Aufgabe des ,,Stadtteilmarketing" hervorgegangen, und setzte bereits einige praxisorientierte Projekte, wie beispielsweise Veranstaltungen und Einkaufs- und Parkführer um. Seit 2016 ist das Citymanagement bei der Mülheim & Business GmbH Wirtschaftsförderung, eine Public-Private-Partnership der Stadt Mülheim an der Ruhr und des Unternehmerverbandes Mülheimer Wirtschaftsvereinigung e. V., angegliedert. Da sich Mülheim mit seiner Innenstadt mitten in einem länger anhaltenden Umbau- und Modernisierungsprozess befand, gewann der immobilienwirtschaftliche Teil immer mehr an Bedeutung. Beispielsweise waren das Stadtentwicklungskonzept Ruhrbania und städtebauliche Prozesse am Ruhrufer in der Entstehung. Vor diesem Hintergrund haben der Oberbürgermeister, die Geschäftsführer der MST und Mülheim & Business GmbH Wirtschaftsförderung (M & B) gemeinsam entschieden, das Citymanagement stärker in Richtung Unterstützung der Gebäudeeigentümer*innen im Hinblick auf Vermietung und Vermarktung auszurichten. Seit Ende 2016 ist der Aufgabenbereich somit bei der M & B angesiedelt und stärker betriebs- und immobilienwirtschaftlich ausgerichtet worden.

Zu den Kerngeschäften der Wirtschaftsförderung gehören ebenfalls die Fördermittelberatung für Einzelhändler*innen und Gewerbetreibende sowie die Unterstützung von Gründer*innen. Der Bereich Marketing ist eine Fokusaufgabe für die Mülheimer Stadtmarketing und Tourismus GmbH - diese unterschiedlichen Bedarfe können in diversen Netzwerken abgebildet werden. Seit März 2017 ist Frau Gesa Delija Zentrenmanagerin der Stadt - sie ist mit ihrem Büro bereits in der Innenstadt umgezogen. Einmal innerhalb einer EG-Ladenfläche, um Platz für das Projekt Einzelhandelslabor zu schaffen und ein zweites Mal in ein anderes leerstehendes Ladenlokal zur Untermiete bei einem ansässigen Verein. Zum Ende des laufenden Jahres wird ein weiterer Standortwechsel stattfinden. Für nicht marktgängige Flächen kann die Belegung durch das Zentrenmanagement eine Möglichkeit sein. Ihre Hauptaufgabe ist es, die Innenstadtakteure ,,in Aktion zu bringen".

© Netzwerk Innenstadt NRW

Finanzierung

In Mülheim finanziert sich das Zentrenmanagement aus dem Budget der städtischen Tochtergesellschaft Mülheim & Business GmbH Wirtschaftsförderung. Vormals wurde das Citymanagement aus den Personalkosten der Stadtmarketing Gesellschaft getragen. Derzeit gibt es kein projektbezogenes Budget. Für die Akquirierung von finanziellen Mitteln ist die Citymanagerin zuständig. Dies geschieht beispielweise über Fördermittel oder eine Kooperation mit Immobilieneigentümer*innen. Denkbar sind hier auch weitere Möglichkeiten wie Spenden und Sponsoring in Form von Crowdfunding. Aus dem derzeitigen Budget der Mülheim & Business GmbH Wirtschaftsförderung werden Personal- und Sachkosten finanziert. Das Zentrenmanagement in Mülheim ist demnach keine kurzfristig geförderte Aufgabe, sondern eine dauerhafte Fachaufgabe, bei der unter anderem Datenbestände gepflegt, aktualisiert und dauerhaft erhoben werden müssen, um die jeweiligen aktuellen Bedarfe zu erkennen.

Für die Zukunft wäre ein eigenes Projekt-Jahres-Budget sinnvoll. Zudem sind mindestens eine zusätzliche Vollzeitstelle für den Bereich Analyse und Mobilisation der Akteure sowie eine gleichberechtige Position neben dem internen Bereich Kommunikation und Netzwerke wünschenswert. Aufgrund der Haushaltssperre in Mülheim können jedoch keine weiteren personellen Ressourcen dauerhaft aufgestockt werden.

Organisationsstruktur

Für die Aufgabe des Zentrenmanagements in Mülheim steht derzeit eine Vollzeitstelle zur Verfügung. Zudem gibt es einen Mitarbeiter aus der Wirtschaftsförderung, welcher als „Projektspringer“ in unterschiedlichen Bereichen der Wirtschaftsförderung (Recherchen, Anfertigung Exposes, Gewerbeflächenmanagement, Ansiedlung, Kartierung und Auswertung im Rahmen der Branchenstrukturanalyse und Leerstandserhebungen) zuarbeitet. Für Datenerhebungen stehen phasenweise studentische Hilfskräfte zur Verfügung. Des Weiteren kann auf interne Kompetenzen der Wirtschaftsförderung wie Gründungs- und Finanzierungsberatungen zurückgegriffen werden. Das Zentrenmanagement unterhält ein Erdgeschoss-Ladenlokal in der Innenstadt, um den „kurzen Draht“ in die Netzwerke zu nutzen sowie Gesprächsbarrieren abzubauen und den zahlreichen Akteuren eine Anlaufstelle in der Innenstadt bieten zu können. Es arbeitet mit vielen unterschiedlichen Akteuren der Innenstadt zusammen. Je nach Bedarf und je nach Projekt beispielsweise mit Kolleg*innen aus der Wirtschaftsförderung, mit den Gewerbetreibenden aus Gastronomie,

© Mülheim & Business GmbH

Dienstleistung und Einzelhandel, Immobilieneigentümer*innen und Investor*innen, mit der Mülheimer Stadtmarketing- und Tourismus GmbH, mit unterschiedlichen Arbeitskreisen, mit der IHK zu Essen, mit dem Einzelhandelsverband, mit Haus und Grund, mit der Werbegemeinschaft Innenstadt, mit Wohnungsbaugesellschaften sowie in einem engen Kontakt zu der Verwaltung der Stadt Mülheim und seinen unterschiedlichen Fachbereichen.

Ziele und Handlungsfelder

Das Zentrenmanagement in Mülheim strebt als Impulsgeber und Moderator eine Neuausrichtung der Innenstadt, mit Blick auf die eigenen Stärken und Schwächen sowie Zielgruppenansprüche, an. Als zentrale Handlungsfelder gelten:

- Datenerhebungen und -analysen,
- Leerstandsmanagement sowie die
- Betreuung und das Informieren von: innerstädtischen Gewerbetreibenden und Ansiedlungswilligen, Immobilienbesitzer*innen sowie kulturellen und sozialen Akteuren.
- Das Zentrenmanagement schafft einen Link in die Verwaltung und Politik.

Durch das Zentrenmanagement in Mülheim konnten unter anderem bereits

- Mietpreismodelle,
- eine Zukunftssprechstunde Innenstadt,
- eine Veranstaltungsreihe zum Thema Digitaler Handel,
- Pop Up Shops sowie
- ein Nachteulentarif

erfolgreich umgesetzt werden. Für die Zukunft wird momentan ein Projekt geplant, dass zur Verbesserung der Atmosphäre und Frequenz in der Innenstadt beitragen soll sowie ein weiteres Projekt ,,Zukunftssprechstunde 2.0“. Wichtige Meilensteine der Arbeit sind regelmäßige Leerstandserhebungen und Branchenstrukturanalysen sowie die Entstehung eines Mikroquartiers mit rückläufigen Leerständen durch das Einzelhandel Labor.

Herausforderungen und Handlungsempfehlungen

Als besondere Herausforderung des Zentrenmanagements wurden in Mülheim Sprechstunden und die Unterhaltung von Social-Media-Kanälen genannt, die durch eine kontinuierliche Kommunikation am Laufen gehalten werden müssen. Dies ist schwierig mit nur einer Person zu realisieren. Man muss die Kommunikation dauerhaft stärken und hat den ,,Kummerkasten“ im Gepäck. Die Citymanagerin Frau Delija empfiehlt, dass Grundlagenarbeit, Analysen und Zielgruppenbefragungen den Grundstein aller weiteren Arbeiten des Zentrenmanagements bilden sollten, um Projekte und die Kommunikation an die individuellen Bedürfnisse aber auch Möglichkeiten der Kommune auszurichten.

Es gibt keine Patenlösung für das Zentrenmanagement. Des Weiteren ist es elementar mit dem Quartiersbüro innenstadtnah zu sein (,,kurzer Draht"), nach Möglichkeit mit Erdgeschosspräsenz, da sonst die Barriere zu hoch ist Kontakt zu suchen. Bei der Personalauswahl ist das Fachgebiet des oder der Zentrenmanager*in zweitrangig, vielmehr steht eine Kommunikationsfähigkeit im Mittelpunkt. Um sich schneller mit den Gegebenheiten vor Ort zu identifizieren, ist zudem eine Person wünschenswert, die in der Kommune beheimatet ist. Insgesamt ist das Zentrenmanagement als eine langfristige Aufgabe zu betrachten. Denn Vertrauen ist die Basis der Kommunikation, deswegen sollte dieser Bereich dauerhaft in die Stadtverwaltung eingegliedert sein und zwingend verstetigt werden. So ist ,,Innenstadtentwicklung eine Generationenaufgabe". Diese Stelle sollte intern besetzt werden, extern ist ,,second best", hierfür müssen Fachkenntnisse und Kommunikationsgeschick dringend vorausgesetzt werden. Die Person hat eine gewisse Widerstandsfähigkeit mitzubringen und ,,das große Ganze" im Auge zu behalten. Das Zentrenmanagement ist eher nicht im ISEK anzusiedeln, da Projekte somit häufig viele Stadien der Bürokratie durchlaufen müssen. Ob bei einer städtischen Gesellschaft angesiedelt, oder direkt in die Verwaltung eingebunden, Zentrenmanagement muss dauerhaft ohne z.B. Förderunterbrechung (wie, z.B. bei Integrierten Innenstadtkonzepten, bei denen Citymanagement auch öfter mal anzutreffen ist) aufgestellt werden. Die notwendige Kontinuität muss vorgehalten werden und entsprechend finanziell gesichert und ohne thematische Abhängigkeit von finanzierenden „Geldgebern" sein.

Ausblick und Weiterentwicklung

Für die Zukunft des Zentrenmanagements in Mülheim ist es laut der Citymanagerin wünschenswert, einen Beirat aus den o.g. Partnern, Fach-Netzwerken und Bürger*innen zu etablieren sowie die aktuelle ,,Scharnier-Funktion" aufzuwerten. Es müssen dauerhaft strukturelle Beteiligungsformate für Bürger*innen und Gewerbetreibende aber auch Spezialakteure wie z.B. die Kunst- und Kulturschaffenden des Quartiers stattfinden, um Projekte noch besser am Bedarf auszurichten. Insbesondere durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie sollte die Beratung beispielsweise in Sachen Digitalisierung zukunftssicher aufgestellt sein, politische Diskussionen fördern, das WIR-Gefühl fortsetzen sowie regelmäßige Projekte zur Belebung und Frequenzsteigerung mit aktiven Netzwerkpartner*innen initiieren. Als weitere Funktionen, die mit dem Zentrenmanagement verknüpft werden können, nennt die Zentrenmanagerin ein Reallabor Digitalisierung, eine Geschäftsstelle Werbegemeinschaft, eine kleine Verwaltungsaußenstelle für Sondernutzungen und Gestaltungen, eine Teamgründung mit dem Stadtplanungsamt zum Thema Innenstadt sowie ein Innenstadtmarketing inklusive Veranstaltungen.

KONTAKT

Mülheim & Business GmbH
Citymanagement
Gesa Delija

Tel.: 0174-15-14-702
E-Mail: g.delija@muelheim-business.de
gesa.delija@muelheim-ruhr.de
WEB: www.muelheim-ruhr.de
www.muelheim-business.de

5

MODELL 2: INTEGRATION IN DIE VERWALTUNGS-STRUKTUR DER KOMMUNE - EMSDETTEN

Flächengröße:	72,1 km² (Bezirksregierung Münster)
Regionale Einordnung:	Kreis Steinfurt, Regierungsbezirk Münster, NRW
Gemeindestyp:	Kleine Mittelstadt
Einwohnerzahl:	36.531 (Stadt Emsdetten: 31.10.2020)
Durchschnittsalter:	43,76 Jahre (Stadt Emsdetten 30.06.2020)
Anzahl Mitarbeiter Verwaltung:	ca. 390 (Stadt Emsdetten)
Einzelhandelsverkaufsfläche:	ca. 76.000 m² (Stadt Emsdetten 2014)
Verfügbares Einkommen (Einw./Jahr):	24.042 € (IT.NRW 2017)

Hintergrund der Einrichtung eines Zentrenmanagements

In der Stadt Emsdetten nimmt das Thema Zentrenmanagement bereits seit vielen Jahren eine wichtige Rolle in der Stadtentwicklung ein. Seit 2002 werden Projekte und Prozesse rund um die Innenstadt und das Stadtmarketing initiiert und umgesetzt, wie beispielsweise die Bahnhofsumgestaltung im Jahr 2006. Jedoch waren an diesen Prozessen diverse Akteure beteiligt, die allerdings keiner spezifischen Koordinationsfunktion unterlagen.

Auslöser für die Einrichtung des ServiceCenter Innenstadt im Februar 2020, welches nun das Zentrenmanagement betreibt, war das Integrierte Handlungskonzept Innenstadt von 2016. Zudem haben die zu bewältigenden Aufgaben und Themen in Bezug auf die Innenstadt sukzessiv zugenommen. Ursprünglich sollte die Einrichtung des Zentrenmanagements in Teilen durch das Städtebauförderprogramm „Aktive Zentren“ finanziert werden, so dass im März 2019 eine Ausschreibung „Citymanagement“ mit einem Fachbeirat Innenstadt [3 Personen aus der Verwaltung (Bürgermeister a.D. Georg Moenikes, Erster Beigeordneter und Fachdienstleitung), 3 externe Fachexperten, Karin Eksen (Handelsverband NRW), Hartwig Schultheiss (Inhaber hs urban GmbH) und Jens Imorde (Netzwerk Innenstadt NRW) sowie die Fraktionsvorsitzenden der im Rat vertretenden Parteien] vorgenommen wurde. Da dieses Fachgremium zu der Auffassung gelangte, dass die Bewerber*innen für die Besetzung des Citymanagements in Emsdetten nicht optimal geeignet waren, entschied die Politik mit dem Ratsbeschluss am 11.07.2019, die Ausschreibung nicht zu wiederholen. Stattdessen wurde in der Verwaltungsstruktur die Stelle Citymanagement ausgeschrieben und somit bewusst auf die Fördermittel verzichtet. Die Stadt suchte nach einer Person, die nicht zwingend langjährige berufliche Erfahrung mitbringt, sich der Aufgabe jedoch offen und ehrgeizig stellt. Dabei sollte sie gegebenenfalls durch erfahrene Arbeitskräfte unterstützt werden können. So wurde im Februar 2020 schließlich Michelle Dresemann eingestellt.

© Stadt Emsdetten

Organisationsstruktur

Das Zentrenmanagement wird vom ServiceCenter Innenstadt betreut, das dem Fachdienst 13 „Strategie und Kommunikation“ angegliedert ist und aus zwei Mitarbeiterinnen besteht: Michelle Dresemann in Vollzeit, Nicole Mahlmann in Teilzeit (25 h) sowie Margit Richters als Fachdienstleiterin. Zudem verfügt das ServiceCenter Innenstadt über enge Schnittstellen zu verschiedenen internen Fachabteilungen, der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (ebenfalls im Fachdienst 13 angesiedelt) und dem ServiceCenter Wirtschaft (SCW).

Intern arbeitet das ServiceCenter Innenstadt mit verschiedenen Fachdiensten und Teams zusammen, die durch die jeweiligen Projekte und Themen entstanden sind. Zu nennen sind hier beispielsweise das Ordnungsamt, der Baubetriebshof und das Tiefbauamt. Extern sind in der Zusammenarbeit insbesondere die EMSIG (Emsdettener Standort- und Immobiliengemeinschaft e. V.), der Wirteverein, Stroetmanns Fabrik, der Verkehrsverein, die WEST mbH, andere Kommunen, das Netzwerk Innenstadt NRW und andere Akteure, Gewerbetreibende sowie Eigentümer*innen zu nennen. Ob weitere Ressourcen in Zukunft wünschenswert wären, kann erst nach der Etablierungsphase genauer beurteilt werden.

Finanzierung

Die Finanzierung des Zentrenmanagements (Personal- und Sachkosten) in Emsdetten wird in vollem Umfang durch die Stadt Emsdetten getragen.

Ziele und Handlungsfelder

Das oberste Ziel, das die Stadt Emsdetten mit dem Zentrenmanagement erreichen will, ist die Realisierung einer lebenswerten und attraktiven Innenstadt, in der sich Bürger*innen, Besucher*innen sowie Geschäftsleute wohlfühlen. Dazu zählen unter anderem eine hohe Aufenthaltsqualität, attraktive Innenstadtveranstaltungen, die häufig in Kooperation mit dem Verkehrsverein durchgeführt werden, Barrierefreiheit für generationenfreundliches Einkaufen, die Erreichbarkeit der Innenstadt sowie attraktive und abwechslungsreiche Handels- und Gastronomieangebote.

Die zentrale Lage des Bahnhofs im Innenstadtbereich bietet eine gute Anbindung sowohl für Pendler*innen als auch für Besucher*innen. Besonders geschätzt werden in Emsdetten die vielen inhabergeführten Geschäfte. Als weiteres Ziel ist die Pflege und der Ausbau der vorhandenen lokalen Netzwerke und der Austausch mit den einzelnen Akteursgruppen wie Gewerbetreibende, Immobilieneigentümer*innen, EMSIG etc. zu nennen. Ergänzend hierzu wird aber auch die Pflege und der Ausbau vorhandener und funktionierender Kooperationen wie etwa mit der IHK, der Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft Steinfurt mbH – WEST, der EWG Rheine und benachbarten Kommunen verfolgt. Weiter sollen neue Netzwerke und Kooperationen geknüpft werden. Nicht außer Acht zu lassen ist zudem das Leerstandsmanagement, das mit gezielten Maßnahmen vorangebracht und weiterentwickelt werden soll.
Die definierten Ziele lassen sich in unterschiedlichen Handlungsfeldern, die durch das Zentrenmanagement bedient werden, einordnen. Als zentrale Ansprechstelle für alle Belange der Innenstadt unterstützt das ServiceCenter Innenstadt das lokale Gewerbe. Außerdem wurde für einen Tag pro Woche eine Sprechstunde in einem multigenutzten Büro mit Erdgeschosslage in der Innenstadt eingerichtet, um für alle Bürger*innen sichtbar und ansprechbar zu sein. Weitere Handlungsfelder sind die Baustellenbegleitung in der Innenstadt, der Emsdetten Gutschein und die Netzwerk-Funktion. Bedingt durch die Corona-Pandemie war es zudem erforderlich, eine Anpassung und Schwerpunktverlagerung der Themen umzusetzen, so dass beispielsweise ein Lieferservice, ein Autokino, ein Innenstadt-Newsletter und die erstmalige Teilnahme Emsdettens an der Initiative Heimat shoppen kurzfristig ins Leben gerufen wurden.

Herausforderungen und Handlungsempfehlungen

Als Handlungsempfehlung wird vor allem die große Bedeutung aktiver Kommunikation betont. Dazu zählt ein proaktives Zugehen auf die Innenstadtakteure und die Einbindung der Akteure in laufende und zukünftige Projekte und Themen. In diesem Zuge ist auch eine zeitnahe Umsetzung

sichtbarer Projekte zu nennen, um die Außenwahrnehmung anzukurbeln, die Ergebnisse in die Öffentlichkeit zu tragen und somit „Erfolge zu kommunizieren". Des Weiteren sollten die internen Strukturen und Kompetenzen im Zentrenmanagement klar geregelt sein, um dieses erfolgreich zu etablieren. Eine wichtige Erkenntnis, die das ServiceCenter Innenstadt in Emsdetten gesammelt hat, ist die Bedeutung der Darstellung des Zentrenmanagements nach außen, um mit den Akteuren in Kontakt zu kommen, denn Kommunikation und der Ausbau von Netzwerken ist von großer Bedeutung.

Fazit, Ausblick und Weiterentwicklung

Ein konkretes Fazit oder eine Bewertung des Zentrenmanagements lässt sich bisher in Emsdetten schwer darstellen, da dieses erst im März 2020 eingerichtet wurde. Dennoch lassen sich einige Punkte festmachen, auf denen aufgebaut werden kann. Zum einen ist die verstärkte Kommunikation zwischen verschiedenen beteiligten Akteuren, unter anderem auch bedingt durch die Corona-Pandemie, zu nennen, wodurch das ServiceCenter Innenstadt schnell Akzeptanz unter den Innenstadtakteuren erfahren durfte. Zum anderen ergaben und ergeben sich neue Herausforderungen durch die Corona-Pandemie. So soll zum Beispiel eine Umfrage unter den Gewerbetreibenden, die im März 2020 durchgeführt wurde, zum Anfang des Jahres 2021 wiederholt werden, um die Entwicklungen vor und nach Einführung des Zentrenmanagements, auch unter Berücksichtigung der Auswirkungen von Corona, ablesen zu können. Weiter spielt das Zentrenmanagement besonders in diesen Zeiten eine wichtige Rolle als erste Anlaufstelle für Anliegen aller Innenstadtakteure und dient zugleich als Impuls- und Ideengeber. Zukünftig sollen weitere Projekte, gemeinsam mit anderen Akteuren, entwickelt und umgesetzt werden, Impulse wahrgenommen und aufgegriffen sowie die Digitalisierung, in Verbindung mit der Emsdettener Smart City-Strategie, vorangetrieben werden. Erfreulicherweise hat eine weitere Umfrage ergeben, dass bereits 75 % der Gewerbetreibenden in Emsdetten Social Media nutzen, dies soll weiter gestärkt werden.

Weiterblickend sollen bei Bedarf auch weitere Akteure außerhalb des Zentrums in den Innenstadtprozess eingebunden werden. Vorstellbar ist hier, eine Bürgerbeteiligung zu bestimmten Projekten durchzuführen wie beispielsweise zum Thema der Rathausplatzbegrünung. Außerdem sollen auch Gewerbetreibende außerhalb der Innenstadt motiviert werden, sich für die Zentrenentwicklung zu engagieren. Auch die Einbindung der Wirtschaft wie das Netzwerk EEM (Emsdetten. Einfach.Machen) und Fachexperten sowie Fortbildungs-/Schulungsmaßnahmen sind denkbar. Zudem könnte das Zentrenmanagement in Form einer Kooperation mit dem *Digital Hub* sowie weiteren Smart City-Projekten mit eingebunden werden.

KONTAKT

Stadt Emsdetten
ServiceCenter Innenstadt
Michelle Dresemann
Nicole Mahlmann

Am Markt 1
48282 Emsdetten

Tel.: 02572-922-282
E-Mail: innenstadt@emsdetten.de
WEB: www.emsdetten.de

MODELL 3: ORGANISATION DURCH DIE UNTERSTÜTZUNG EINES STADTENTWICKLUNGSBÜROS - KAARST

Flächengröße:	37,44 km² (Stadt Kaarst)
Regionale Einordnung:	Rhein-Kreis Neuss, Regierungsbezirk Düsseldorf, NRW
Gemeindestyp:	Kleine Mittelstadt
Einwohnerzahl:	43.728 (Stadt Kaarst: 30.09.2020)
Durchschnittsalter:	46,50 Jahre (Stadt Kaarst 2017)
Anzahl Mitarbeiter Verwaltung:	ca. 550 (Stadt Kaarst)
Einzelhandelsverkaufsfläche:	89.495m² (Stadt Kaarst 2018)
Verfügbares Einkommen (Einw./Jahr):	26.555 € (IT.NRW 2017)

Hintergrund der Einrichtung eines Zentrenmanagements

Das Zentrenmanagement in Kaarst wurde Ende 2019 eingerichtet. Vor dem Hintergrund, dass die Planung und Umsetzung der Innenstadtentwicklung in den nächsten Jahren mit einem erheblichen Koordinationsaufwand zwischen den verschiedenen Innenstadtakteuren verbunden sein wird. Dieser kann jedoch nicht nur von der Verwaltung geleistet werden. Das Zentrenmanagement soll daher den Gesamtprozess der Innenstadtentwicklung im Rahmen des IEHK (Integriertes Entwicklungs- und Handlungskonzept) begleiten und unterstützen. Es soll einzelne Maßnahmen unterstützen und zur weiteren Netzwerkbildung der innenstadtrelevanten Akteure beitragen. Zurzeit lassen sich keine nennenswerten Missstände in der Stadt identifizieren - Kaarst möchte jedoch präventiv handeln und nicht erst reagieren, wenn die Probleme in der Stadtlandschaft offenkundig sind. Die Schlüsselfiguren und treibenden Kräfte, die maßgeblich an der Einrichtung des Zentrenmanagements mitgewirkt haben, waren hauptsächlich Akteure der Stadt Kaarst wie die Stadtplanung, die Wirtschaftsförderung und das Stadtmarketing. Zwischen diesen drei Instanzen bestehen derzeit weiterführende monatliche Abstimmungsgespräche.

Organisationsstruktur

Das Zentrenmanagement in Kaarst wird von einem Stadtentwicklungsbüro betreut. Mit zwei Präsenztagen im City-Büro vor Ort und weiteren Kapazitäten im Hintergrund durch die Citymanager Herr Kleemann und Herr Waizenegger sowie der Projektleitung Frau Kraft, verfügt das Zentrenmanagement über personelle Ressourcen von 20 Stunden pro Woche, die auf drei Personen verteilt sind. Dabei ist es zudem möglich, auf die Erfahrungen der etwa 50 Mitarbeiter*innen des Stadtentwicklungsbüros aus anderen Projekten zurückzugreifen. Die Gesamtkoordination des Zentrenmanagement liegt bei dem Bereich Stadtplanung der Stadt Kaarst. Es findet ein regelmäßiger Austausch mit der Stadtplanung, dem Stadtmarketing, der ISG, der Wirtschaftsförderung und je nach Bedarf anderen Akteuren statt. Hier agieren projektbezogen beispielsweise die

© Stadt + Handel

Cleanupper Kaarst, Kaarst for Future, Gastronom*innen, der Integrationsmanager oder die Radbeauftragten der Stadt Kaarst.
Das Zentrenmanagement fungiert als Ansprechpartner für alle Kaarster Bürger*innen und Innenstadt Besucher*innen, Gewerbetreibende und Gastronomen der Innenstadt. Das Zentrenmanagement kann zudem auf zahlreiche Netzwerke zurückgreifen. Trotz vieler bereits engagierter Akteure sind weitere Ressourcen wünschenswert. Insbesondere steht hier im Fokus, die Nutzung des Verfügungsfonds auch für Projekte der ISG möglich zu machen und dadurch weitere Akteure für den Verfügungsfonds zu mobilisieren und in die Innenstadtprozesse einzubinden. Bürgerschaftliches Engagement soll zukünftig verstärkt werden. Als Auftraggeberin fungiert die Stadt Kaarst als Entscheidungsträger, befindet sich aber stetig in gemeinschaftlichen Diskussionen mit den externen Citymanagern.

Finanzierung

Die Stadt Kaarst nimmt am Städtebauförderprogramm „Lebendige Zentren“ teil. Durch dieses Programm wird das Zentrenmanagement teilfinanziert. Insgesamt werden 50 % der Kosten von der Stadt Kaarst getragen, die anderen 50 % werden über die Städtebauförderung getragen, wovon jeweils die Hälfte vom Land und die Hälfte vom Bund übernommen werden. Aus diesen Mitteln wird die Arbeit der beiden Zentrenmanager finanziert. Des Weiteren wurde im Zuge des Städtebauförderprogramms ein Verfügungsfonds eingerichtet, der zu mindestens 50 % aus privaten Mitteln und zu gleichen Teilen aus Mitteln der Städtebauförderung kofinanziert wird. Aktuell befindet sich die Förderung in einem Probelauf, so dass derzeit noch keine konkreten Aussagen zur Verstetigung getroffen werden können. Dies sei abhängig von der Politik und den Geschäftsleuten. Vorstellbar sind jedoch beispielsweise eine Finanzierung durch die Stadt, der Zugriff auf einen neuen Fördertopf oder die Finanzierung durch Mitgliedsbeiträge der ISG.

Ziele und Handlungsfelder

Das Citymanagement ist eine Maßnahme des IEHK (Integriertes Entwicklungs- und Handlungskonzept) und verfolgt grundsätzlich das Leitbild „Gemeinsam die Zukunft einer nachhaltigen Innenstadt zu gestalten“. Nach den Entwicklungszielen und Leitideen bedeutet das für das Zentrenmanagement zusammenfassend, dass an der Installation eines öffentlichen Raumsystems mit verschiedenen Nutzungszonen und -profilen gearbeitet, die Vernetzung aller Innenstadtakteure zur Attraktivierung der Innenstadt vorangetrieben wird und es einen Beitrag dazu leistet, die Innenstadt als multifunktionalen Raum mit hoher Aufenthaltsqualität zu entwickeln.

© Stadt Kaarst

Die Handlungsfelder im Bereich des Zentrenmanagements in Kaarst sind vielfältig. Vor allem geht es darum, eine aufsuchende, aktivierende und lösungsorientierte Ansprache aller Akteure im Fördergebiet zu erzielen und dabei insbesondere die Gewerbetreibenden in der Innenstadt zu beraten und zu unterstützen. Das Zentrenmanagement agiert insgesamt als Vermittler zwischen unterschiedlichen Interessen und Akteuren und ist Ansprechpartner für die Innenstadt. Eine weitere Aufgabe ist das Setzen neuer Impulse für die Innenstadtentwicklung. Diese sollen im Netzwerk der lokalen Akteur*innen realisiert werden. Es informiert die Innenstadtakteure über den Verfügungsfonds und unterstützt diese bei der Beantragung von Fördermitteln. Ebenso gehört das Akquirieren von Mitteln für gemeinsame Aktivitäten zu diesem Handlungsfeld.

Das Leerstandsmanagement stellt einen weiteren Aufgabenbereich dar. In diesem Zusammenhang geht es vor allem darum, die Immobilieneigentümer*innen bei der Vermeidung und Widerbelebung von Leerständen zu unterstützen. Nicht außer Acht zu lassen ist des Weiteren das Begleiten der ISG als eine langfristig tragfähige Basis für die Zusammenarbeit zur Stärkung der Kaarster Innenstadt. So wurden zum Beispiel die Gewerbeflächen erhoben und für einen Innenstadt- und Nutzungsqualitätscheck Immobiliensteckbriefe angelegt, woraus konkrete Handlungsschwerpunkte für einzelne Immobilien oder ganze Quartiere abgeleitet und so konkrete Maßnahmen, wie beispielsweise eine Imagekampagne für die Gastronomie, umgesetzt werden konnten. Das Zentrenmanagement hat zudem die Stadt bei der Etablierung des digitalen Kaarster Markplatzes unterstützt und diesen über diverse Social-Media-Plattformen aktiv beworben. Zudem konnte mit dem „Clean-up Day“ eine Aktion realisiert werden, die das Thema Sauberkeit in der Innenstadt adressiert hat. In naher Zukunft ist die Unterstützung der Maßnahme ,,City-Leitsystem“ und die Konzeptionierung der digitalen Sichtbarkeit der Innenstadt geplant.

Herausforderungen und Handlungsempfehlungen

Aus den Erfahrungen in den letzten Monaten war und sind besonders die Auswirkungen der Corona-Pandemie als große Herausforderung zu bewältigen. Geplante und für das Zentrenma-

nagement wichtige Veranstaltungen konnten nicht stattfinden. Dadurch musste ein anderer Fokus und andere Schwerpunkte für das Zentrenmanagement gesetzt werden.
Dennoch können aus den gemachten Erfahrungen bereits einige Handlungsempfehlungen für andere Kommunen gegeben werden. Zunächst ist es wichtig, die Ziele für ein Zentrenmanagement klar zu formulieren. Zu betonen ist ebenfalls die Bedeutung einer Vor-Ort-Präsenz, wie beispielsweise in Form eines Zentrenmanagementbüros, damit die Menschen in der Kommune das Zentrenmanagement nicht nur mit einer Institution, sondern auch mit einer bestimmten Person verbinden können. Es ist dringend zu empfehlen, lokale Akteure und Netzwerke miteinzubeziehen oder aufzubauen bzw. weiterzuentwickeln, um Synergien schaffen und nutzen zu können.

Fazit, Ausblick und Weiterentwicklung

Es wird weiterhin ein Ziel sein, die Akteurs-Netzwerke weiter auszubauen und die Innenstadt als multifunktionalen Ort zu betrachten. Die Innenstadt soll in den Mittelpunkt der Öffentlichkeitsarbeit und Entwicklung konkreter Projekte gerückt werden. Des Weiteren ist zu erwarten, dass zukünftig mehr Leerstände vermittelt werden müssen, da es in Kaarst viele inhabergeführte Geschäfte ohne Nachfolger*innen gibt.
Zukünftig ist angestrebt, die Chancen der Digitalisierung zu nutzen, insbesondere im Hinblick auf die Corona-Pandemie. Außerdem sollen die Funktionen der Innenstadt ganzheitlich betrachtet und weiterentwickelt werden, damit die Multifunktionalität von Verweilen, Einkaufen, Bildung, Vergnügen, Wohnen, Freizeit, Arbeiten, Behördengänge etc. verknüpft wird.

Die Bedeutung des Zentrenmnagements hat durch die aktuelle Corona-Pandemie zugenommen. Insbesondere die beratende Funktion hat eine hohe Relevanz, so dass zukünftige Entwicklungen und Maßnahmen in der Innenstadt von diesen Erfahrungen profitieren können.
Dazu zählen die Unterstützung der Gewerbetreibenden und die Verbesserung der Online-Präsenz zur Bereitstellung von Ressourcen und Informationen, zur Verbesserung der Online-Sichtbarkeit und Auffindbarkeit der Innenstadt. Die Online-Präsenz soll den Mehrwert einer lokalen Innenstadt mit Handel und Gastronomie gegenüber dem Online-Handel und Lieferdiensten herausarbeiten, verstärken und bewerben. Aufenthaltsqualitäten sollen dadurch weiterentwickelt und die lokale Identität gefördert werden. In Bezug auf die Einbindung weiterer Akteure, könnten zukünftig auch Akteure außerhalb des Zentrums in die Innenstadtentwicklung eingebunden und mobilisiert werden, wie zum Beispiel stadtweit tätige Vereine und Kulturschaffende, die die Innenstadt als Plattform nutzen. Vorstellbar ist auch die Beteiligung Gewerbetreibender anderer Stadtteile, insbesondere bei der Positionierung von dem Standort Kaarst im Kontext der Internet-Präsenz.
Ziel ist es, nach Beendigung der Förderung das Zentrenmanagement zu verstetigen. Hier müssen allerdings zu gegebener Zeit noch Gespräche geführt werden.

KONTAKT

Stadt Kaarst
Jens Beeck
Jens Schüller

Tel.: 02131-987-843
E-Mail: stadtplanung@kaarst.de
WEB: www.kaarst.de

MODELL 4: ANSIEDLUNG IN DER MARKETING GMBH - LENGERICH

Flächengröße:	90,8 km² (Bezirksregierung Münster)
Regionale Einordnung:	Kreis Steinfurt, Regierungsbezirk Münster, NRW
Gemeindestyp:	Kleine Mittelstadt
Einwohnerzahl:	23.099 (Stadt Lengerich: 30.06.2020)
Durchschnittsalter:	45 Jahre (Stadt Lengerich)
Anzahl Mitarbeiter Verwaltung:	ca. 290 (Stadt Lengerich)
Einzelhandelsverkaufsfläche:	14.800 m² (Kernstadt) - 43.000 m² (Gesamtstadt)
Verfügbares Einkommen (Einw./Jahr):	22.243 € (IT.NRW 2017)

Hintergrund der Einrichtung eines Zentrenmanagements

In Lengerich etablierte sich das Zentrenmanagement als „Citymanagement“ aus dem ISEK (2017). In einem umfangreichen Beteiligungsverfahren wurden dort Probleme und Herausforderungen für die Gesamtstadt sowie die Innenstadt herausgestellt und in neun Handlungsfeldern Ziele und Maßnahmen zur Image-Pflege entwickelt.

Um die Vitalität und Funktionsvielfalt der Lengericher Innenstadt nachhaltig zu stärken, kommt der Einrichtung eines Citymanagements als Koordinierungsstelle und zentraler Ansprechpartner für die Umsetzung von ISEK-Maßnahmen besondere Bedeutung zu. Das Citymanagement und weitere ISEK-Maßnahmen werden seit 2019 aus Städtebauförderungsprogrammen gefördert. Nach einer öffentlichen Ausschreibung erfolgte schließlich eine Auftragsvergabe des Citymanagements an die Lengerich Marketing GmbH. Das Citymanagement ging zum 01. Februar 2020 an den Start. Treiber für das Verfahren war eine Lenkungsgruppe, die sich aus Verwaltung und Politik zusammensetzt und eigens für die Umsetzung der Maßnahmen aus dem Stadtentwicklungskonzept eingerichtet worden ist. Schlüsselfiguren waren neben dem Bürgermeister Wilhelm Möhrke und dem Wirtschaftsförderer Jürgen Kohne auch Vertreter der Politik und darüber hinaus die Bürgerstiftung Gempt.

Die Lengerich Marketing GmbH ist ein Zusammenschluss von Lengericher Akteuren, die sich bereits mit Innenstadtthemen auseinandersetzen. Hierzu gehören mit einem jeweils 25 % Anteil: die Werbegemeinschaft Lengerich (Zusammenschluss der Lengericher Händlerschaft), die Offensive e. V. (Bürgerverein), die Bürgerstiftung Gempt (Betreiberin des Bürger- und Kulturzentrums Gempt) sowie die Stadt Lengerich. Werbegemeinschaft, Offensive und Bürgerstiftung sind ehrenamtlich organisiert.

Finanzierung

Die Finanzierung des Citymanagements setzt sich zu 50 % aus der Städtebauförderung „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ (Landes- und EU-Fördermittel) sowie zu 50 % aus städtischen Mitteln zusammen.

© Lengerich Marketing GmbH

Insgesamt steht pro Jahr ein Gesamtbudget von 120.000 € zur Verfügung, die Förderdauer beträgt drei Jahre. Im Wesentlichen arbeiten die Gesellschaften Lengerich Marketing GmbH und die Gempt GmbH zusammen, welche über wechselseitige Dienstleistungsverträge miteinander verbunden sind. Die Gempt GmbH ist eine Tochter der Bürgerstiftung Gempt. Somit ist die Lengerich Marketing GmbH vergleichbar mit einer Agentur, die für die Stadt Lengerich arbeitet und Dienstleistungen an die Gempt GmbH beauftragt. Die Gempt GmbH stellt dabei das erforderliche Personal, insbesondere in der Person des dort angestellten Gempt-Hallenmanagers Michael Rottmann, zur Verfügung. Er ist gleichzeitig Geschäftsführer der Lengerich Marketing GmbH und der Kopf des Citymanagements. Nach Ablauf der Förderung sind seitens der Stadt Lengerich verschiedene Wege zur Verstetigung des Citymanagements vorstellbar. Zum einen muss der städtische Anteil von 50 % aufrechterhalten und die weiteren 50 % der wegfallenden Städtebauförderung anderweitig ausgeglichen werden. Das Citymanagement könnte entweder bei der Verwaltung angesiedelt oder weiterhin über die Lengerich Marketing GmbH wahrgenommen werden. Im letzteren Fall muss eine Finanzierung aus Projekten und Förderern erfolgen. Erklärtes Ziel ist es also, geeignete Strukturen aufzubauen, die eine Weiterführung des Citymanagements nach Ablauf des Förderzeitraums finanzierbar und möglich machen.

Organisationsstruktur

Wie bereits dargestellt, ist Auftragnehmer des Citymanagements die Lengerich Marketing GmbH. Der Citymanager Michael Rottmann ist Geschäftsführer der Lengerich Marketing GmbH sowie der Gempt GmbH. Für das Citymanagement besetzt er eine halbe Stelle. Ergänzend dazu ist eine weitere Person mit einem 450 Euro-Arbeitsverhältnis angestellt. Weitere Berater*innen, insbesondere Fachleute für Einzelhandel und Immobilien, stehen zur Verfügung ebenso wie das vorhandene Personal der Gempt-Halle. Die Sprechstunde des Citymanagements findet im Coworking Space des Satelliten Digital Hub münsterLAND statt.

Das Citymanagement stimmt sich stets eng mit der Stadt, insbesondere mit dem Bürgermeister und der Wirtschaftsförderung ab. Darüber hinaus finden Abstimmungen mit den einzelnen Gesellschaftern der Lengerich Marketing GmbH statt. Neben dem Netzwerk Innenstadt NRW ist das Citymanagement in Lengerich auch mit touristischen Netzwerken (Tecklenburger Land Tourismus, Münsterland e. V.) verknüpft. Durch die Organisationsstruktur kann ferner bei Bedarf auf Netzwerke der Gesellschafter zurückgegriffen werden, die ebenfalls eigene Netzwerke bespielen.

Der Start des Citymanagements wurde erheblich durch die Corona-Pandemie erschwert, so dass die ersten Maßnahmen, insbesondere der Aufbau einer Kommunikationsplattform, nur zeitverzögert umgesetzt werden konnten. Im Zuge der Städtebauförderungsmaßnahme Verfügungsfonds bereitete das Citymanagement mit der Wirtschaftsförderung eine Richtlinie vor, die vom Stadtrat im Herbst 2020 beschlossen wurde. Damit können nun weitere konkrete Innenstadtideen finanziell unterstützt werden. Die ersten Vorschläge wurden vom eingerichteten Verfügungsfondsbeirat bereits beschlossen und befinden sich in der Umsetzung. Der Fondsbeirat besteht aus dem Bürgermeister, Vertreter*innen der im Rat vertretenen politischen Parteien und Vertreter*innen der Lengericher Akteure. Die Wirtschaftsförderung ist beratend tätig.

Ziele und Handlungsfelder

Das Zentrenmanagement in Lengerich verfolgt vor allem zwei Oberziele: Koordinieren und Netzwerken, indem Informationen von unterschiedlichen Akteuren an das Zentrenmanagement herangetragen und an andere Akteure weitergegeben werden („Informationsbroker" vor Ort). Das Ziel, die Innenstadt durch Belebung, Imagepflege und Infrastruktur aufzuwerten steht zudem ebenfalls im Fokus des Zentrenmanagements. Zunächst vernetzt sich das Zentrenmanagement in Lengerich mit den städtischen Fachdiensten Bau und Planen sowie Wirtschaftsförderung, um im nächsten Schritt in die strategische Planung überzugehen. Themen sind beispielsweise Leerstandsmanagement, ein Leitfaden für die neue Fußgängerzone, Baustellenmanagement, ein Gestaltungsleitfaden sowie der Aufbau eines Fassadenprogrammes. Als Beispiel für ein abgeschlossenes Projekt ist eine GIS-Erfassung von Leerständen und Nutzungen in der Innenstadt sowie, als kleine Maßnahme während des 1. Lockdowns in der Corona-Pandemie, das ehrenamtliche Nähen von 800 Stoffmasken zu nennen.

In Zukunft soll ein Rundgang durch die Stadt angeboten werden mit dem Ziel, Synergieeffekte und Verknüpfungen zwischen einzelnen Angeboten zu schaffen. Zum Beispiel geht es darum, die nach Lengerich kommenden Wanderer*innen auch in die Innenstadt zu holen. Des Weiteren ist es wünschenswert, falls die epidemiologische Lage es zulässt, eine Auftakt- und regelmäßige Informationsveranstaltungen sowie Arbeitskreise durchzuführen. Zunächst ist jedoch geplant, dass eine eigene Website des Zentrenmanagements fertiggestellt wird.

© Lengerich Marketing GmbH

Herausforderungen und Handlungsempfehlungen

Aufgrund des kurzen Bestehens des Zentrenmanagements in Lengerich und der Einschränkungen aufgrund der Corona-Pandemie können noch keine speziellen Herausforderungen genannt werden. Als vorteilhaft hat sich allerdings herausgestellt, dass der Citymanager Michael Rottmann bereits seit Jahren in der Stadt aktiv ist und somit die Netzwerkstrukturen in Lengerich bestens kennt. Somit können sich die Akteure besser mit dem Zentrenmanagement identifizieren.
Für andere Kommunen, die ein Zentrenmanagement etablieren möchten, ist es wichtig, die Rolle und Funktion des Zentrenmanagements genau zu definieren. Ein Großteil der Arbeit besteht in Vermittlung, Vernetzung und Koordination. Erfolge sind daher nach außen nicht unmittelbar zu erkennen, sondern eher den jeweiligen Akteuren zuzurechnen. Hier ist es eine Herausforderung, dass das Zentrenmanagement in der Akteurslandschaft akzeptiert wird und sich etabliert. Die einzelnen Akteure sind häufig fokussiert auf ihre Zielgruppe z. B. Werbegemeinschaft für ihre Händler*innen/Mitglieder. Dem Zentrenmanagement muss es durch die Vernetzung von Akteuren gelingen, bei den Aktivitäten „den Fuß in der Tür“ zu haben und Aktivitäten im Sinne einer ganzheitlichen Innenstadtstärkung zu begleiten bzw. zu steuern. Dies muss öffentlichkeitswirksam erfolgen, damit das Zentrenmanagement verstärkt als Anlaufstelle für die Innenstadt verstanden wird.

Fazit, Ausblick und Weiterentwicklung

Zusammenfassend konnten bereits erste Meilensteine gesetzt werden. Als größere Meilensteine gelten die Gründung der Lengerich Marketing GmbH, die erfolgreiche Teilnahme an der Ausschreibung des Zentrenmanagements sowie erste Projekte. Hierzu gehört auch die Aufnahme der Sprechstunde im Satelliten des Digital Hub münsterLAND sowie Mailings mit Informationen und Fragen an alle Gewerbetreibende. Nach Aussagen des Zentrenmanagers entwickeln sich einige Aufgaben des Zentrenmanagements als fortlaufende Aufgaben, wie beispielsweise das Leerstandsmanagement. Zudem werden viele Ideen, die Innenstadt von Lengerich betreffend, an das Zentrenmanagement von externen Netzwerken und Bürger*innen herangetragen. Zukünftig gilt es weiter, die vielen Projekte und Produkte ganzheitlich im Sinne einer attraktiven Innenstadt zu verknüpfen, hierdurch eine Abgrenzung zu anderen Städten zu erzielen und dadurch schließlich das Image und die Identität nachhaltig „aufzuladen“. Des Weiteren sollen damit Inputs in die bestehenden Netzwerke gegeben werden, wobei Netzwerken als ein „Geben und Nehmen“ zu verstehen ist. Michael Rottmann blickt optimistisch auf die Zukunft des Zentrenmanagements in Lengerich, da bereits innerhalb von fünf Monaten viel erreicht werden konnte.

KONTAKT

Stadt Lengerich
Jürgen Kohne
Tecklenburger Str 2/4
49525 Lengerich

Tel.: 05481-33-420
E-Mail: j.kohne@lengerich.de
WEB: www.lengerich.de

5

MODELL 5: ORGANISATION DURCH EINEN VEREIN - MÜNSTER

Flächengröße:	303,28 km² (Bezirksregierung Münster)
Regionale Einordnung:	Kreisfreie Stadt, Regierungsbezirk Münster, NRW
Gemeindestyp:	Kleine Großstadt
Einwohnerzahl:	315.293 (Stadt Münster, 31.12.2019)
Durchschnittsalter:	41,4 Jahre (Stadt Münster 2020)
Anzahl Mitarbeiter Verwaltung:	ca. 7 225 (Stadt Münster 2020)
Einzelhandelsverkaufsfläche:	651.681 m²
Verfügbares Einkommen (Einw./Jahr):	23.683 € (IT.NRW 2017)

Hintergrund der Einrichtung eines Zentrenmanagements

Es handelt sich in Münster nicht um ein Zentrenmanagement im klassischen Sinne, sondern um eine Kooperation. Die ,,Initiative Starke Innenstadt" (ISI) wurde vor über 20 Jahren rein ehrenamtlich von Kaufleuten in Münster gegründet. Der Vorstand besteht aus Vertreter*innen des Handels, der Immobilieneigentümer*innen und der Gastronomen/Hotelerie, von denen jeweils zwei Personen als Sprecher*innen gewählt wurden. Damals gab es starke Player im Handel, die sich zu Straßen- oder Interessensgemeinschaften zusammengeschlossen haben. Es wurde eine verlässliche Struktur angestrebt, die über der einer Werbegemeinschaft hinausgeht, denn Münsters starke Position als Handelsstadt musste und muss auch heute durch Mehrwerte und Kooperationen aufrechterhalten werden. Die Initiative wollte ,,über den Tellerrand hinausschauen" und vor allem Akteure aus dem Handel und der Gastronomie integrieren, die ein langfristiges, ortsspezifisches Interesse mit Individuallösungen einbringen können. Es gab von Anfang an eine enge Kooperation mit der Stadtentwicklung und vor allem dem Münster Marketing. Die Fachbereiche Freizeit, Sport und Kultur haben ebenfalls immer mehr an Bedeutung gewonnen.

Finanzierung

Die Initiative finanziert sich durch einen jährlichen Etat von über 200.000 €, der durch die über 200 Mitglieder im Verein zustande kommt. Jedes Mitglied im Verein zahlt je nach Lage bis zu zwei € pro Quadratmeter Verkaufs- bzw. Eigentumsfläche im Jahr.

Die Finanzierung des Geschäftsführers der ISI setzt sich zur Hälfte aus dem jährlichen Budget der Mitgliedsbeiträge und zur anderen Hälfte aus der Kooperation mit Münster Marketing und einer landesseitigen Förderung zusammen. Die Landesförderung ist für fünf Jahre bewilligt worden und läuft bereits im dritten Jahr. Eine Verlängerung wird in Aussicht gestellt.

Für die Zukunft ist es besonders in Bezug auf die weitere Finanzierung zur Umsetzung von Projekten wichtig, zusätzliche Mitglieder*innen und damit mehr Einnahmen für den Verein zu akquirieren.

© Netzwerk Innenstadt NRW

Organisationsstruktur

Der Geschäftsführer Linus Weistropp wird durch ehrenamtlich tätige Mitglieder in vielen Bereichen unterstützt. Ganz im Vordergrund steht hier die Kooperation mit Innenstadt Akteuren, der Stadt, den Stadtwerken, der Wirtschaftsförderung, Kirchen, kulturellen Einrichtungen, Gewerkschaften, den kommunalen Parteien und insbesondere auch mit Münster Marketing.
Eine der Hauptaufgaben des Geschäftsführers der ISI Münster ist die administrative Arbeit. Dazu gehört beispielsweise die Begleitung von Gesprächen zwischen unterschiedlichen Akteuren oder die Bereitstellung von Informationen an den ehrenamtlich tätigen Vorstand der ISI. Zugleich war die ISI an der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes im Jahr 2018 beteiligt.

Ziele und Handlungsfelder

Übergeordnete Ziele, die die ISI verfolgt, sind vor allem die Verbesserung der Erreichbarkeit der Innenstadt Münsters. Zudem steht die Entwicklung eines Mobilitätsmix und die Gestaltung des digitalen Wandels im Sinne eines ,,Analog-Digitaler Erlebnisraum" im Fokus der Initiative. Zugleich sind Partizipation, Moderation, Gemeinnützigkeit und Vertrauensbildung durch die Initiative wichtig. Die ISI hat nicht zum Ziel, unter den Münsteraner*innen bekannt zu sein, sie will auch kein Anlaufpunkt sein. Im Fokus steht die Individualität der jeweiligen Maßnahme. Die Initiative setzt unter anderem langfristige Maßnahmen um, sie ist beispielsweise Teil des Zukunftsprozesses Münster 20/30/50. Kurzfristige Maßnahmen sind zum Beispiel die Verschiebung des Mobilitätsmixes oder Projekte wie das Hanse-Mahl, Bürger-Bänke in der Stadt, gastronomische Außenbestuhlung oder das Park-and-Ride-Konzept zur Weihnachtszeit. Des Weiteren ist der Maxi-Turm an der Ecke Ludgeristraße/Prinziplamarkt (zieht in 2021 um) eine Initiative der ISI. Hier wird eine Betreuung von bis zu drei Stunden für Kinder (ohne Voranmeldung) angeboten, während die Eltern entspannt durch die Innenstadt schlendern können. Ähnliches galt im Sommer für den Maxi-Sand, der 2020 auf dem Domplatz aufgebaut wurde.

© Netzwerk Innenstadt NRW

Herausforderungen und Handlungsempfehlungen

Die größte Herausforderung ist der Erhalt der Solidargemeinschaft. Der Etat von 200.000 € im Jahr ist durch zwei große Geldgeber möglich. Es ist allerdings sehr schwierig, das Verständnis der Innenstadtakteure für Solidargemeinschaft und deren Nutzen zu gewinnen und die Bereitschaft zur Zahlung eines Solidarbeitrages dauerhaft zu erhalten. Momentan wird der Mitgliedsbeitrag erhöht, um dieses Problem zu lösen. Die Corona-Krise könnte jedoch auch Vorteile mit sich bringen, so dass nun Hoffnung auf mehr Einsicht und Zusammenhalt besteht.

Als Grundlage des Zentrenmanagements ist die Verlässlichkeit elementar. Dafür wird viel Zeit benötigt. Zudem werden Menschen gebraucht, die die Bereitschaft mitbringen, eine solche Arbeitskapazität zu leisten.

Die Stelle des Zentrenmanagers ist nicht für Profilierung geschaffen, sondern zur Bedienung von Netzwerken, Vertraulichkeit und Wissensvermittlung. Man muss den Mut aufbringen, die fertig gebauten Städte verändern zu wollen. Zudem geht es um ,,echte Partizipation“ und Vordenken. Die Leute müssen mitgenommen werden. Als Multiplikatoren und Motivatoren sollte das Zentrenmanagement ebenfalls mit schwierigen Personen umgehen können und bereit für Kompromisse sein. Unumgänglich ist zudem die Identifikation des Zentrenmanagers mit dem Standort sowie politische Arbeit zu betreiben, ohne parteipolitisch zu werden.

Ausblick und Weiterentwicklung

Kleinere Städte um Münster müssen sich fragen, ob sie noch einen Handelsschwerpunkt forcieren möchten. In diesem Zusammenhang ist die Frage von Kooperation und Moderation ins Umland immer wichtiger. Die Innenstadt definiert sich unter anderem durch Corona und den digitalen Wandel neu. Die Initiative ist von einem ständigen Lernprozess und einem wachsenden Professionalisierungsgrad betroffen. In Münster wird sich ein Zentrenmanagement im klassischen Sinne etablieren. Man müsse den Wandel der Innenstädte mitgestalten und nicht verneinen. Durch das Zentrenmanagement könnten Gestaltungsspielräume ausgenutzt werden. Die analogen Qualitäten sollen nicht ins Digitale übersetzt werden.

KONTAKT

Initiative starke Innenstadt Münster e. V.
Linus Weitropp (Geschäftsführer)
Alter Steinweg 6/7
48143 Münster

Tel.: 01 72 -2658000
E-Mail: Linus.Weistropp@isi-muenster.de
WEB: www.isi-muenster.de

VERGLEICH DER MODELLE

	Mülheim	Emsdetten	Kaarst	Lengerich	Münster
Einführung	Erstmals 2001 Citymanagement Seit Ende 2016 bei der Wirtschaftsförderung	Februar 2020	Anfang 2020	März 2020	Gründung ISI im Jahr 2006
Finanzierung	Budget der Wirtschaftsförderung Personal- und Sachkosten	Stadt Emsdetten	50 % „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ 50 % städtische Mittel Verfügungsfond	50 % „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ 50 % städtische Mittel Im Jahr 120.000 €	Über 200.000 € im Jahr aus Mitgliedsbeiträgen des Vereins Förderung aus der Städtebauförderung für Personal
Personal	1 Vollzeitstelle	1 Vollzeitstelle 1 Teilzeitstelle (25 h) 1 Fachdienstleiterin	2 Citymanager vor Ort (jeweils ein Präsenztag/ Woche) 4 h Projektleitung Gesamt: 20 h/ Woche	1 Teilzeitstelle (20h) 450€-Kraft Berater*innen	1 Vollzeitstelle Ehrenamtlichkeit im Verein
Ansiedlung	Wirtschaftsförderung	ServiceCenter Innenstadt – Stadt Emsdetten	Privates Stadtentwicklungsbüro	Lengerich Stadtmarketing GmbH	Verein
Tipps für andere Kommunen	Büro mit Erdgeschosspräsenz interne Besetzung Kommunikation und Vertrauen kontinuierliche Datenerhebungen	aktive Kommunikation zeitnahe Umsetzung sichtbarer Projekte interne Strukturen und Kompetenzen klar regeln	Erfahrungen aus anderen Kommunen nutzen lokale Netzwerke und Akteure miteinbeziehen große Bedeutung einer Vor-Ort Präsenz	nicht auf Erfolge und Niederlagen aus sein - das Zentrenmanagement agiert im Hintergrund Identifikation des Zentrenmangers mit der Kommune	Gewinnung von Solidarität Verlässlichkeit Bereitschaft, Zeit und Geduld zu investieren

6

FAZIT

Ein Zentrenmanagement kann auf unterschiedliche Art und Weise in einer Kommune etabliert und verankert werden. In dieser Handreichung wurden fünf verschiedene Modelle vorgestellt, um anderen an der Einrichtung eines Zentrenmanagements interessierten Kommunen eine Hilfestellung für die eigene Etablierung an die Hand zu geben. In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass das Zentrenmanagement sehr individuell und nicht von einer Kommune auf eine andere übertragbar ist - es gibt keine Patentlösung. Bei der Einrichtung müssen stets die jeweilige Ausgangssituation sowie die Zusammensetzung der handelnden Personen betrachtet und damit einhergehend Voraussetzungen und Ziele festgelegt werden.

Dennoch gibt es einige Aspekte, die grundsätzlich zielführend sind und sich in dieser Handreichung herauskristallisiert haben. Das Ziel des Zentrenmanagements muss eine Langfristigkeit sein, um das Vertrauen der Bürger*innen als auch der Innenstadtakteure zu gewinnen und zu festigen. Dies gelingt nur, wenn auf Dauer angelegte Strukturen aufgebaut und verstetigt werden. Außerdem ist es elementar, die Rolle und Funktion des Zentrenmanagements in einer Kommune anzuerkennen und dementsprechend eine geeignete Personalbesetzung zu finden. Entscheidende Fragen hierbei sind: welche Erwartungen an das Zentrenmanagement gibt es durch die Innenstadtakteure, die Stadtverwaltung und die Stadtgesellschaft? Die Kompetenzen eines oder einer Zentrenmanager*in zeichnen sich durch erfolgreiche Initiierung und Impulssetzung bei innenstadtrelevanten Themen aus. Die Person agiert mehr im Hintergrund, vermittelt und koordiniert und strebt nicht nach Aufmerksamkeit von außen.

Der oder die Zentrenmanager*in sollte sich mit dem Standort identifizieren. Zusätzlich spielt das „Handwerk“ sowie die Erfahrung des oder der Zentrenmanager*in eine elementare Rolle. Die Person sollte verlässlich sein, kommunikationsstark, frustrationstolerant, kompromissbereit und den Mut aufbringen, etwas Neues auszuprobieren. Durch eine innenstadtnahe Präsenz des Zentrenmanagements, beispielsweise durch ein Innenstadtbüro im Erdgeschoss, kann die Kommunikationsbereitschaft der Akteure gestärkt und möglichen Kontaktbarrieren entgegengewirkt werden. Des Weiteren ist ein proaktives Zugehen auf Innenstadt-Akteure und das permanente Einbinden von lokalen Akteuren (auch außerhalb des Zentrums) unumgänglich. Die Ziele des Zentrenmanagements sollten hierbei stets klar formuliert werden. Somit betreibt der oder die Zentrenmanager*in eine strategische Arbeit.
Um die Stärken und Schwächen einer Kommune für ein gelungenes Zentrenmanagement zu evaluieren, ist eine grundlegende Datenerhebung sowie -analyse hilfreich. Die Zahlen und Fakten sollten fortlaufend aktualisiert werden.

Die Folgen der Corona-Pandemie haben die vielseitigen Entwicklungen in deutschen Zentren verstärkt und weiter in den Mittelpunkt der (fachwissenschaftlichen) Diskussion gestellt (Zunahme von Leerständen, Umsatzverschiebung Online-Handel etc.).

Hierzu äußert sich das geschäftsführende Vorstandsmitglied von urbanicom, Herr Michael Reink, der zudem Bereichsleiter Standort- und Verkehrspolitik beim Handelsverband Deutschland ist, in einem Interview des Handels- und Dienstleistungsverband Bozen (urbanicom: Handlungsbedarfe der Innenstädte nach Corona, 2020). Einige Städte hätten bereits vor der Corona- Pandemie mit funktionalen und (kultur-)baulichen Schwächen zu kämpfen gehabt, so dass den Bürger*innen die Identifikation mit der Innenstadt zunehmend schwerfiel. Durch die Corona- Pandemie werden die Innenstädte nachhaltig verändert – die Folgen sind heute noch nicht absehbar und lassen sich nur schwer prognostizieren. Damit die Innenstädte Orte bleiben, mit denen man sich identifizieren kann und möchte, müssen kleine Immobilienbesitzer*innen, inhabergeführte Geschäfte sowie kleinere Gastronomiebetriebe durch das Zentrenmanagement gestärkt werden. In diesem Zusammenhang gilt es, die Chancen der Digitalisierung zu nutzen. Der Handel und die Gastronomie können mit innovativen Konzepten unterstützt werden. Zudem dürfen die Innenstadt-Akteure nicht alleine gelassen werden – es gilt, gemeinsam an einer lebenswerten Innenstadt zu arbeiten. Hierbei ist ein symbiotisches Miteinander von Handel, Gastronomie, öffentlicher Verwaltung, Dienstleistungen, Wohnen, Kultur etc. bedeutsam. Ebenso wichtig ist die Attraktivität von Gebäuden und öffentlichen Plätzen, Stichwort: Baukultur. Mit dieser Handreichung wurde gezeigt, dass Zentren in ganz Deutschland ein Zentrenmanagement benötigen – insbesondere zu diesen Zeiten.

Tipps für eine/n Zentrenmanager*in

- Identifikation mit der Kommune/der Innenstadt
- Netzwerken und Kommunikation
- Einbindung lokaler Akteure
- Klärung von Rolle und Erwartungen
- Vertrauen schaffen
- Proaktives Zugehen auf die Innenstadtakteure
- Blick über den „Tellerrand“/über die Innenstadtgrenze hinaus
- Vor-Ort-Präsenz (z. B. Innenstadtbüro in Erdgeschosslage)
- Blick in die Zukunft: Vorausdenken und aktuelle Trends mitnehmen
- Bürgerbeteiligung
- Langfristige Einrichtung und Verstetigung des Zentrenmanagements
- Frusttrationstoleranz

7

GLOSSAR

D

Demografischer Wandel	beschreibt die „Änderung der Bevölkerung nach Zahl und Struktur“ (Gans 2011, S. 89)
Digital Hub münsterLAND	fördert die digitale Wirtschaft durch die Vernetzung von Unternehmen, Wissenschaft, Institutionen, Verbänden und Startups. Die Kernidee des Hub ist, dass kreative Startups mit etablierten Unternehmen innovative digitale Geschäftsprozesse und –modelle vorantreiben und idealerweise auf diese Weise zur Wertschöpfung des Münsterlands beitragen. So genannte Satelliten werden die Angebote möglichst flächendeckend im gesamten Münsterland verankern. Dazu gehören bespielsweise auch Coworking Spaces (vgl. Digital Hub münsterLAND)
Digitale Stadt	Der Digitalisierungsprozess und -wandel ist auch im urbanen Raum zu beobachten. Digitale Städte/Smart Cities zielen darauf ab, Städte effizienter und technologischer zu gestalten. Dabei steht der Begriff für die technologiebasierten Veränderungen und Innovationen in urbanen Räumen.

P

Pop-Up-Store	ist ein zeitlich befristet betriebenes Ladenkonzept, mit dem übergangsweise leer stehende Verkaufs- und Lagerräume, insbesondere in Großstädten, flexibel für einen kurzen Zeitraum angemietet werden, um auf einer meist nur provisorisch hergerichteten Präsentationsfläche Marken und Produkte zu inszenieren und zu vermarkten (vgl. Gabler Wirtschaftslexikon).

R

Reallabor	ist eine neue Form der Kooperation zwischen Wissenschaft und Zivilgesellschaft, bei der das gegenseitige Lernen in einem experimentellen Umfeld im Vordergrund steht (vgl. Wikipedia).

S

ServiceCenter Innenstadt (SCI)	ist in Emsdetten der Ansprechpartner für den Handel, das Dienstleistungsgewerbe, die Gastronomie und die Akteure in der Innenstadt. Das SCI setzt konkrete Projekte zur Belebung und Stärkung der Emsdettener Innenstadt um. Ebenfalls eingerichtet sind offene Sprechstunden, in denen jedermann seine Wünsche und Anregungen mitteilen kann (vgl. Stadt Emsdetten).

Smart City	Die europäische Stadt der Zukunft hat sich Smart City und damit einer nachhaltigen und integrierten Stadtentwicklung verpflichtet. Der Begriff Smart City beschreibt somit zukünftige Informations- und Kommunikationstechnologien, die Stadtentwicklungsprozesse analog sowie digital unterstützen sollen. Jedoch ist zu beobachten, dass es keine einheitliche Vision für die Smart City gibt. Herangehensweisen, Zielsetzungen und Konstellationen unterscheiden sich (vgl. BBSR)
Stadtmarketing	Maßnahmen von öffentlichen Verwaltungen, Gewerbevereinigungen und Gewerbetreibende zur Profilierung einer Stadt als attraktiven Standort für Industrie, Gewerbe und Dienstleistungen, als einen Ort mit einem breiten Handels-, Freizeit- und Infrastrukturangebot, insgesamt als eine Stadt mit hoher Lebensqualität (vgl. Gabler Wirtschaftslexikon).

W

Wirtschaftsförderung	führt Maßnahmen auf kommunaler Ebene selbstständig und eigenverantwortlich, auch im Rahmen der kommunalen Finanzhoheit, durch. Ziele sind die Erhaltung oder Stärkung der kommunalen Wirtschaftskraft, die Verbesserung des Arbeitsplatzangebots, ggf. auch die Verbesserung der örtlichen Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen (vgl. Gabler Wirtschaftlexikon).

8

ANHANG

Im Folgenden finden Sie **beispielhaft** Ausschreibungsunterlagen und Leistungsbeschreibungen der fünf ausgewählten Modellkommunen zur Einrichtung eines Zentrenmanagments bzw. zur Einstellung eines Zentrenmanagers/einer Zentrenmanagerin.

MÜLHEIM AN DER RUHR: AUSSCHREIBUNG FÜR EINE(N) CITYMANGER(IN)

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir dazu zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n erfahrene/n Citymanager (m/w) in Vollzeit

Ihr Aufgabengebiet:

- Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur Kundenbindung bzw. Kaufkraftentwicklung und Quartiersstärkung
- Branchenstrukturanalysen Handel, Gastronomie und Dienstleistungen
- Information, Beratung und Betreuung der Einzelhändler bzw. Eigentümer/Vermieter
- Leerstands- bzw. Flächenmanagement und Gewerbeflächenvermarktung
- Bündelung der Innenstadtakteure und –aktivitäten sowie Durchführung der Innenstadtforen

Ihr Profil:

- Berufserfahrung als Citymanager oder vergleichbare Tätigkeit
- Eigeninitiative, Kommunikationsstäke, Teamorientierung und Durchsetzungsvermögen
- Kenntnisse städtischer Strukturen und Funktionszusammenhänge
- Projektmanagement, Moderationserfahrung, Konfliktmanagement
- Abschluss eines Studiums in der Betriebs- oder Immobilienwirtschaft, Stadtplanung, Geographie oder vergleichbare Berufserfahrung

8

EMSDETTEN: LEISTUNGSBESCHREIBUNG „CITYMANAGEMENT“

Inhalt der ausgeschriebenen Dienstleistung ist die Koordination und Umsetzung des Projektes „Citymanagement“ in Zusammenarbeit mit der Stadt Emsdetten.

1. Ausgangssituation

Als Mittelzentrum ist es für Emsdetten wichtig, dass insbesondere die Emsdettener Bürgerinnen und Bürger in Emsdetten kaufen (Kaufkraftbindung), sich mit ihrer Innenstadt identifizieren und diese entsprechend beleben und zur Attraktivierung beitragen.
Emsdetten verfügt bereits über ein großes und abgerundetes Event- bzw. Veranstaltungsspektrum, das erfolgreich vom Verkehrsverein Emsdetten, der EMSIG (Emsdettener Standort- und Immobiliengemeinschaft e.V.) und der Stadtverwaltung umgesetzt wird. Das Veranstaltungsspektrum sorgt bereits für eine lebendige und abwechslungsreiche Atmosphäre in der Innenstadt. Zudem wurden bereits zahlreiche Maßnahmen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt vorgenommen. Weitere Hintergrundinformationen sind auf dem Vergabemarktplatz als Anlage dieser Ausschreibung zu finden.
Vertragsgegenstand ist die Betreuung des Projektes „Citymanagement“ in Emsdetten zur weiteren Attraktivierung der Emsdettener Innenstadt mittels diverser Projekte (siehe Kapitel 2).
Bei dem durch das Land Nordrhein-Westfalen im Rahmen der „Förderrichtlinie Stadterneuerung 2008 – FRL“ aus Landes- und Bundesmitteln geförderten Projektes handelt es sich um ein dreijähriges Projekt, wobei die Bewilligung der Fördermittel jährlich erfolgt. Der Kostenrahmen für die Beauftragung liegt bei jährlich 130.000 Euro (Brutto); davon sind sowohl Personalkosten als auch Sachkosten (z.B. für Referenten, Publikationen, Werbemaßnahmen etc.) zu entrichten. Die Kosten für den Arbeitsplatz in Emsdetten übernimmt die Stadt Emsdetten.

2. Ziele und Aufgaben

Ziel ist es, unter den Anbietern den Dienstleiter zu finden, der die geforderten Aufgaben des Citymanagements optimal erbringen kann. Der Auftragnehmer ist in Abstimmung mit der Stadt Emsdetten zuständig für das Thema Citymanagement mit dem Ziel, eine nachhaltige Attraktivierung der Emsdettener Innenstadt herbeizuführen - unter Berücksichtigung folgender primärer Projekte/Themen:

A) Kernprojekte / Themen

a) Belebung von den leerstehenden Ladeneinheiten in der Innenstadt mittels verschiedener Projekte, insbesondere

- Konzeption, Planung/Organisation und Durchführung eines attraktiven Wettbewerbs für Existenzgründungen mit konkreten Raum- und Beratungsangeboten für eine konkrete Dauer.

- Erstellung eines Kommunikationskonzeptes zur Bewerbung der Existenzgründungswettbewerbe sowie Erstellung einer Dokumentation/Ergebniskontrolle zur nachhaltigen Nutzung.
- Bestandsanalyse und Datenerhebung bzgl. der Leerstände in der Innenstadt sowie Akquise von Eigentümern von leerstehenden Objekten mit dem Ziel, diese für die Existenzgrüdungswettbewerbe zu gewinnen.

b) Qualifizierung und Optimierung der bestehenden Handels- und Dienstleistungsangebote („Bestandsakteure"), insbesondere mittels

- Evaluierung der bestehenden Handels- und Dienstleistungsangebote inklusive Potenzialanalyse.
- Konzeption, Organisation und Durchführung von attraktiven Beratungsangeboten („Schnupperangebote") für bestehende Unternehmen (für Handel, Dienstleistungen, Gastronomie).
- Erstellung einer Dokumentation/Ergebniskontrolle zur nachhaltigen Nutzung.

c) Aufbau und Vermarktung eines von der Stadt geprüften Beratungs- und Coachingteams zur Information/Qualifizierung der potenziellen Existenzgründern (ggfs. in Kooperation mit IHK oder EHG) sowie der „Bestandsakteure" (Einzelhändler, Dienstleister und Gastronomen) und die entsprechende Vermarktung Richtung der Zielgruppen. Themenschwerpunkte der Beratungsangebote: Schaufenstergestaltung, Gründungsberatung, digitale Kompetenz, Marketingberatung, Innendesignberatung, Medienkompetenzberatung, Finanzierung, Barrierefreiheit, Nachfolgeberatung.

d) Konzeption, Einrichtung/Beantragung und Verwaltung eines Verfügungsfonds zur Attraktivitätssteigerung der Emsdettener Innenstadt inklusive Maßnahmenabstimmung mit der Stadt Emsdetten. Das Thema Verfügungsfonds mit den einhergehenden Aufgaben ist Bestandteil der ausgeschriebenen Citymanagement-Aufgaben. Die eigentliche Finanzierung eines Verfügungsfonds erfolgt hingegen separat.

B) Allgemeine Themen / Aufgaben

- Pflege und Ausbau der vorhandenen lokalen Netzwerke und Austausch mit den einzelnen Akteursgruppen (Handel, Dienstleister, Eigentümer, EMSIG etc.)
- Pflege und Ausbau vorhandener und funktionierender Kooperationen (z.B. IHK, Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaft Steinfurt mbH – WESt) sowie Initiierung und Stärkung von neuen Vernetzungen
- Sicherstellung regelmäßiger Kommunikation mit dem Auftraggeber (in deutscher Sprache)
- Regelmäßige Austauschtreffen mit dem Auftraggeber (mind. 1 x pro Monat)
- Vollständige und regelmäßige Dokumentation über Projekte (Projektplan/Zeitplan, Budgeteinhaltung, Kosten, Arbeitsergebnisse und deren Qualität) in deutscher Sprache
- Öffentlichkeits- und Pressearbeit in Abstimmung mit der Pressestelle der Stadt Emsdetten.

- Förderung von Eigeninitiative und Engagement bei der Gestaltung und Aufwertung der Emsdettener Innenstadt
- Im Prozess können sich einzelne Aufgabenbereiche ändern.
- Eine enge Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber ist erforderlich. Aufgaben gem. dem Förderbescheid sind vom Auftragnehmer in Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber zu übernehmen.
- Eine Anwesenheit von bestimmten Tagen pro Woche ist nicht erforderlich, sondern sollte projektbezogen festgelegt werden. Es wird davon ausgegangen, dass eine durchschnittliche Anwesenheit von rund 2 Tagen pro Wochen erfolgt.
- Für eine urlaubs- oder krankheitsbedingte Abwesenheit länger als drei Wochen muss eine geeignete Vertretung gestellt werden.

3. Finanzierung / Abrechnung

Die Finanzierung der oben genannten Themen/Ziele erfolgt aus dem festgelegten Budget. Der Kostenrahmen für die Beauftragung liegt bei jährlich 130.000 Euro (Brutto); davon sind sowohl Personalkosten als auch Sachkosten (z.B. für Referenten, Werbemaßnahmen etc.) zu entrichten. Die Beauftragung erfolgt für die Dauer von 3 Jahren. Die Beauftragung wird mit Fördermitteln finanziert und ist damit abhängig von den entsprechenden Bewilligungen. Die Bewilligung der Fördermittel erfolgt jährlich. Wird eine Anschlussförderung nicht bewilligt, kommt ein Sonderkündigungsrecht zum Tragen.
Die Abrechnung erfolgt zum Festpreis von jährlich 130.000 € inklusive Mehrwertsteuer.

8

KAARST: AUSSCHREIBUNG „CITYMANAGEMENT“

Leistungsverzeichnis

1) Beschreibung der Dienstleistung

Inhalt der ausgeschriebenen Dienstleistung ist die Koordination und Umsetzung des Projektes „Citymanagement“ auf Grundlage des Integrierten Entwicklungs- und Handlungskonzeptes (IEHK) für die Innenstadt von Kaarst in Zusammenarbeit mit der Stadt Kaarst. Das Integrierte Entwicklungs- und Handlungskonzept wurde 2016/2017 erarbeitet und soll die Innenstadt von Kaarst als Wohn-, Arbeits-, Einkaufs- und Stadtmittelpunkt erhalten sowie zukunftsfähig machen. Seitdem werden mit Mitteln aus dem Städtebauförderprogramm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ an der Umsetzung der dort formulierten Ziele und Maßnahmen gearbeitet.

Ihre Aufgaben:

Als Citymanager/in der Stadt Kaarst erfüllen sie eine Schnittstellenfunktion in den Bereichen: Handel, Gastronomie, Kunst, Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Verwaltung, Öffentlichkeitsarbeit, Stadtentwicklung, Veranstaltungsmanagement, Wohnen, Verkehr u.v.m.
Hieraus ergeben sich folgende exemplarische aber konkrete Aufgabenfelder:

- Unterstützung der Werbegemeinschaft(en)
- Attraktivitätssteigerung und Belebung der Innenstadt bei gleichzeitiger Steigerung des städtischen Images und Verbesserung der Außenwirkung
- Flächen- und Leerstandsmanagement
- Ansprache und fachliche Begleitung privater Grundstücks- und Immobilieneigentümer bei der Sanierung / Modernisierung / Nutzung ihrer Immobilien
- Vermittlung zwischen den Zuständigen der Bereiche Verwaltung, lokale Politik, private Wirtschaft, Vereine sowie Immobilienbesitzern und Anwohnern
- Betreuung des Verfügungsfonds
- Netzwerkbildung und Netzwerkarbeit sowie enge Zusammenarbeit mit den unterschiedlichen Akteuren der City
- Unterstützung und Umsetzung der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit
- Veranstaltungsmanagement für die Innenstadt (z.B. neue Veranstaltungsformate) in Kooperation mit der Immobilien- und Standortgemeinschaft Kaarst-Mitte e.V.
- Durchführung von diversen Veranstaltungen zur Information und Beteiligung der Innenstadtakteure an den Projekten des IEHK
- Präsentation der (Zwischen-) Ergebnisse
- Unterstützung der Stadt Kaarst bei der Evaluierung und Reflexion der Gesamtmaßnahme IEHK

2) Sonstige Anforderungen zur Projektumsetzung

- Flexible Arbeitszeiten mit einem Umfang von 25 Stunden pro Woche
- Bereitschaft der eingesetzten Person, im Rahmen der Tätigkeit (z.B. für die Vorbereitung oder Durchführung vom Veranstaltungen) auch Dienst außerhalb der regulären Arbeitszeit zu verrichten (z.B. am Abend oder an den Wochenenden)
- Mindestens 15 Wochenstunden Präsenz vor Ort, u.a. im Infobüro Citymanagement IEHK der Stadt Kaarst
- Die Dauer der Tätigkeit ist zunächst auf ein Jahr befristet, mit der Option der Verlängerung
- Die Anreise zum Arbeitsplatz wird nicht gesondert vergütet. Ein citynaher Wohnstanort wäre daher vorteilhaft, aber nicht Bedingung
- Sicherstellung einer Vertretung bei Urlaub- und Krankheitstagen
- Es muss eine Berufshaftpflichtversicherung vorliegen
- Die Geschäftssprache ist deutsch.

3) Angebotsabgabe und Bewertung

Die Vergabe der Dienstleistung wird im Rahmen eines zweistufigen Verfahrens durchgeführt. Zunächst erfolgt die Interessenbekundung mit Angabe der geschätzten Vergütung; im Anschluss die Vorstellung bzw. die Präsentation von 15 Minuten des Dienstleisters mit anschließendem Aufklärungsgespräch.

Die Präsentation soll ein Konzept zur Umsetzung der Projektanforderungen enthalten.

Die Bewertung erfolgt auf Basis der beiliegenden Wertungsmatrix.

8

LENGERICH: LEISTUNGSBESCHREIBUNG - AUSSCHREIBUNG „CITYMANAGEMENT“

Inhalt der ausgeschriebenen Dienstleistung ist die Koordination und Umsetzung der Aufgabe „Citymanagement“ in Zusammenarbeit mit der Stadt Lengerich.

1. Ausgangssituation

Die Stadt Lengerich liegt am nördlichen Rand Nordrhein-Westfalens im Kreis Steinfurt. In Lengerich leben aktuell rd. 22.500 Einwohner mit einer leicht steigenden Prognose. Lengerich liegt zwischen den Oberzentren Münster (39 km südwestlich) und Osnabrück (24 km nordöstlich). Als kleines Mittelzentrum übernimmt Lengerich Versorgungsfunktionen in den Bereichen Einzelhandel, Bildung, Gesundheit, Kultur und Freizeit für das Umland. Die nächstgelegenden Mittelzentren sind Ibbenbüren, Greven und Emsdetten. Neben den Oberzentren Münster und Osnabrück sind diese Mittelzentren unmittelbare Mitwettbewerber Lengerichs, insbesondere wenn es um den Einzelhandel geht.

Lengerich verfügt über eine aktive Akteurslandschaft, die die Lengericher Innenstadt mit verschiedenen Projekten, insbesondere Veranstaltungen beleben. Hierzu zählen die Werbegemeinschaft Lengerich e.V., die Offensive Lengerich e.V. und die Bürgerstiftung Gempt. In 2019 wurde mit der Lengerich Marketing GmbH ein gemeinsames Netzwerkdach gegründet. Die Lengerich Marketing GmbH ist allerdings noch nicht aktiv tätig geworden. Die Lengericher Innenstadt weist trotz der Akteure deutliche „trading down“ Entwicklungen auf, die sich auf den Einzelhandel wie auch auf die Gastronomie beziehen.

Die Stadt Lengerich hat in 2017 zur strategischen Entwicklung Lengerichs ein Stadtentwicklungskonzept erstellt, dass die beiden Teilkonzepte Gesamtstadt und Innenstadt beinhaltet. Das Teilkonzept Innenstadt, kurz ISEK, beinhaltet eine Vielzahl von Maßnahmenvorschlägen, für die zum Teil im Rahmen des Stadterneuerungsprogrammes Städtebauförderungsmittel beantragt worden sind/ werden soll.

Bei dem durch das Land Nordrhein-Westfalen im Rahmen des Stadterneuerungsprogrammes geförderten Projektes „Citymanagement“ handelt es sich um ein vierjähriges Projekt, wobei die Bewilligung der Fördermittel jährlich erfolgt. Der Kostenrahmen für die Beauftragung liegt bei einem geschätzten Wert von 100.000 € (einschl. Mehrwertsteuer) für das Programmjahr 2019 und einem geschätzten Wert von jährlich 130.000 € (einschl. Mehrwertsteuer) für die Jahre 2020-2022. Hieraus sind die Personalkosten und Sachkosten einschließlich Raummiete und Arbeitsplatz zu finanzieren. Die Maßnahme beinhaltet auch fachliche Expertise in den Bereichen Leerstandsmanagement und Architektur.

Die Öffentlichkeitsarbeit ist eine separate Maßnahme, die mit einem jährlich geschätzten Wert von 20.000 € (einschl. Mehrwertsteuer) für die Jahre 2019-2022 kalkuliert ist. Ferner soll mit einem Verfügungsfonds eine weitere Fördermaßnahme mit einem jährlich geschätzten Wert von 15.000 € (einschl. Mehrwertsteuer) für die Jahre 2019-2022 realisiert werden.

2. Ziel des Citymanagements

Als Mittelzentrum ist für Lengerich eine funktionierende und attraktive Innenstadt von besonderer Bedeutung und dass sich die Lengericher Bürgerinnen und Bürger mit ihrer Innenstadt als Kern und Visitenkarte identifizieren und die Angebote annehmen und nutzen.
Vertragsgegenstand ist die Betreuung der Fördermaßnahme „Citymanagement" in Lengerich. Ziel des Citymanagements ist eine nachhaltige Sicherung und Stärkung der Lengericher Innenstadt.

3. Wie soll das Ziel erreicht werden?

Die Aufgaben des Citymanagements sind breit gefächert und bewusst sehr umfassend ausgelegt, um Kompetenzen zu bündeln und die Zahl der Schnittstellen gering zu halten. Nur auf diese Weise ist eine möglichst effiziente Projektorganisation und -koordination möglich. Unnötige Reibungsverluste können so vermieden und die Ressourcen bestmöglich auf die Umsetzung der Maßnahmen konzentriert werden. Die Durchführung des Citymanagements soll über einen externen Dritten erfolgen, der die Aufgaben koordiniert oder selbst umsetzt.

A) Kernprojekt

Das Citymanagement koordiniert zunächst die Umsetzung sämtlicher Projekte aus dem ISEK mit Ausnahme der baulichen Maßnahmen aus den Handlungsfeldern Stadtgestaltung und Baukultur sowie den Maßnahmen aus den Handlungsfeldern Freiraum und Mobilität.
Die wesentlichen Aufgaben hieraus sind:

- Koordination der Umsetzung des ISEK (im Rahmen der Fördermaßnahmen „Hof- und Fassadenprogramm" ist eine fachliche Beratung sicherzustellen).
- Einrichtung eines Verfügungsfonds. Gemeinsam mit der Stadt Lengerich ist der Verfügungsfonds zu konzipieren (einschl. Richtlinien), einzurichten und zu verwalten.
- Für die im Rahmen der Maßnahme zu erbringende Öffentlichkeitsarbeit ist ein Konzept zur Beteiligung der Öffentlichkeit zu entwickeln, dass über den Förderzeitraum hinaus wirken kann.
- Laufende Abstimmung mit der Verwaltung; das Citymanagement ist das zentrale Bindeglied zwischen Bürgern, Innenstadtakteuren und Verwaltung. Es erfolgt eine enge Zusammenarbeit mit der Verwaltung und den Aufgabenträgern der Umsetzung des ISEK´s. Zur regelmäßigen Abstimmung finden sog. Jour-Fixe-Termine statt (monatlich). Termine mit strategischer Bedeutung (ca. 4 x jährlich) können auch durch eine politische Delegation so wie Vertretern von Vereinen (Offensive Lengerich, Werbegemeinschaft Lengerich) begleitet werden.
- Laufende Abstimmung mit den Fördermittelgebern; Unterstützung der Verwaltung bei der Beantragung und Abrechnung von Fördermitteln

- Einführung, Begleitung und Umsetzung des Verfügungsfonds
- Beteiligung und Öffentlichkeitsarbeit zur Umsetzung des ISEK
- Regelmäßige Vor-Ort-Präsenz in einem Büro in der Innenstadt (im ISEK-Gebiet) und Beratungstätigkeit (offene Sprechstunde/Termine nach Vereinbarung). Um eine effektive Arbeit vor Ort leisten zu können, wird erwartet, dass eine regelmäßige Erreichbarkeit in der Woche gewährleistet ist und dass mind. an 4 Tagen in der Woche eine Vor-Ort-Präsenz gegeben ist. Bei krankheitsbedingtem Ausfall ist ein entsprechender personeller Ersatz zu stellen.
- Aufsuchende Gespräche zur Vernetzung der Akteure und zur Aktivierung des privat(wirtschaftlichen) Engagements, zur Bündelung der Ressourcen und zur Erhöhung der Schlagkraft.
- Initiierung und Umsetzung von Gemeinschaftsaktionen mit örtlichen Akteuren
- Aufbau einer dauerhaften Basis für die Verstetigung der Zusammenarbeit zwischen öffenlichen und privaten Akteuren
- Laufendes Monitoring der aus dem ISEK initiierten Maßnahmen.
- Kontakt halten zu überregionalen Netzwerken mit dem Ziel best practice Beispiele und Anregungen aufzunehmen.
- Aufbau und Betreibung eines aktiven Geschäftsflächenmanagements (auch Leerstand) mit regelmäßigem Innenstadtcheck und Aktualisierung der Datenbank.

B) Weitere übergeordnete Aufgaben
Der Aufbau und die Pflege der vorhandenen örtlichen Netzwerkstrukturen ist von besonderer Bedeutung. Die Aufgabe des Citymanagements ist daher neben dem aktiven „Kümmerer“ vor Ort auch, Kommunikations- und Arbeitsstrukturen zu etablieren, die auch nach Abschluss der Gesamtmaßnahme weiter Bestand haben (Verstetigung). Vor diesem Hintergrund sind folgende Aufgaben wahrzunehmen:

- Schaffung/Etablierung von Organisationsstrukturen für die Innenstadt
- Etablierung eines/einer Ansprechpartners/in für Bürger, Kunden, Handel, Dienstleistung und Gastronomie
- Förderung der Eigeninitiative bei der Gestaltung und Aufwertung der Innenstadt
- Stärkung des bürgerschaftlichen Engagements
- Generierung privater Investoren
- Dokumentation der Projekte (Projektplan, Zeitplan, Budgeteinhaltung, Kosten, Arbeitsergebnisse und deren Qualität)

Im Prozess können sich einzelne Aufgabenbereiche ändern.

4. Qualifikation und Leistungsfähigkeit des Auftragnehmers
Um die Aufgabe Citymanagement übernehmen zu können, wird vom Auftragnehmer eine umfassende Qualifikation und Leistungsfähigkeit gefordert. Aufgrund des hohen kommunikativen Anteils wird besonderer Wert auf eine gute Kommunikationsgabe sowie eine ausgeprägte Moderationsfähigkeit und Führungsqualifikation gelegt.
Darüber hinaus sind angesichts der herausragenden Bedeutung der Gestaltung der Nutzungs-

strukturen (u.a. Einzelhandel und Gastronomie) sowie marketingbezogener Fragestellungen für die Innenstadtentwicklung für das Citymanagement eine ausgeprägte fachliche Kompetenz und Erfahrung im Bereich Innenstadt- bzw. Citymarketing sowie umfassende Kenntniserlangung zu aktuellen Trends in der Einzelhandels- und Innenstadtentwicklung auf Seiten des Auftragnehmers erforderlich. Darüber hinaus sind fundierte Kenntnisse im Projektmanagement und der Projektsteuerung unerlässlich.

5. Leistungszeitraum

Die Vertragslaufzeit beginnt am 01.02.2020 und endet am 31.12.2022.

8

MÜNSTER: STELLENAUSSCHREIBUNG „QUARTIERSMANAGEMENT ALTSTADT“

Die Initiative starke Innenstadt Münster e. V. (ISI) ist ein freiwilliges Bündnis aus Händlern, Dienstleistern, Gastronomie-Betreibern und Immobilieneigentümern, das sich zur Aufgabe gemacht hat, innerstädtische Projekte und Maßnahmen und zur Förderung des Handels im Bereich der Altstadt Münsters und zur Werterhaltung der Immobilien umzusetzen. Dabei kooperiert die ISI mit der Stadt Münster und trägt aktiv zur Qualitätsentwicklung der Innenstadt bei. Die ISI Münster e. V. sucht zum nächstmöglichen Termin einen/eine Quartiersmanager/in (20 Stunden pro Woche). Das Quartiersmanagement ist zunächst bis zum 31.12.2020 befristet. Es besteht die Option, dass das Projekt um ein weiteres Jahr verlängert wird.

Zu Ihren Aufgaben gehören u. a.:

- Mitarbeit an der Profilierung und Weiterentwicklung von Quartieren innerhalb der Altstadt Münsters
- Förderung der Kommunikation der verschiedenen Akteure u. a. Innenstadtkaufleute und Einzelhandelsketten, Immobilieneigentümer, Gastronomen, Verwaltung usw.
- die Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur Kundenbindung bzw. Kaufkraftentwicklung
- der Aufbau und die Pflege von Netzwerken
- Betreuung und Pflege der Internetpräsenz
- Budgetverantwortung

Die Umsetzung der genannten Aufgaben beruht auf Kooperation mit der Stadt Münster und erfolgt in enger Zusammenarbeit mit dem Citymanagement bei Münster Marketing. Bei den Aktivitäten im Quartiersmanagement sollen insbesondere städtebauliche und stadtstrukturelle Aspekte der historisch geprägten Altstadt Münsters Berücksichtigung finden.

Unsere Erwartungen:

- Kenntnisse in den Bereichen Stadt- bzw. Citymarketing oder Stadtentwicklung
- Verbindliches und überzeugendes Auftreten, überdurchschnittliches Engagement und Verantwortungsbereitschaft
- Methodenkompetenz in Moderation und Präsentation
- zeitliche Flexibilität (Einsatz auch in den Abendstunden und an Wochenenden)
- Sicherheit im Umgang mit modernen Informations- und Kommunikationsmitteln

Interesse?

Bitte richten Sie Ihre aussagekräftige Bewerbung mit den üblichen Unterlagen (tabellarischer Lebenslauf, Zeugnisse, Tätigkeitsnachweise usw.) bis spätestens 5.8.2018 schriftlich unter Angabe des frühestmöglichen Eintrittstermins an folgende Adresse: Initiative Starke Innenstadt e. V., Alter Steinweg 6-7, 48143 Münster oder per Email an tobias.viehoff@isi-muenster.de. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Initiative starke Innenstadt Münster e. V.

© Stadt Emsdetten

© Stadt Kaarst

© Lengerich Marketing GmbH

© Netzwerk Innenstadt NRW

© Netzwerk Innenstadt NRW

© Stadt Emsdetten

© Lengerich Marketing GmbH

© Stadt + Handel

© Netzwerk Innenstadt NRW

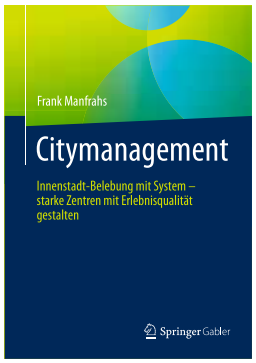
© Netzwerk Innenstadt NRW

© Lengerich Marketing GmbH

9

LITERATURHINWEISE

NEUE PARTNER FÜR DIE QUARTIERSENTWICKLUNG
(BMI, 2019)



CITYMANAGEMENT
(Manfrahs, 2020)

AKTIVE STADT- UND ORTSTEILZENTREN – BAUSTEINE AUS DER PRAXIS DER ZENTRENENTWICKLUNG
(BBSR, 2017)

PRAXISHANDBUCH CITY- UND STADTMARKETING
(Meffert, Spinnen, Block, bcsd e. V., 2018)

AUFGABEN UND ROLLEN IN DER QUARTIERSARBEIT
(Bertelsmann Stiftung, 2018)

HANDLUNGSBEREICHE, ARBEITSWEISEN UND KOOPERATIONSSTRUKTUREN DES QUARTIERSMANAGEMENTS
(Städtenetz Soziale Stadt NRW, 2020)

IMPRESSUM

Herausgeber
Netzwerk Innenstadt NRW
Geschäftsstelle
Schorlemerstraße 4
48143 Münster
TEL 0251 414 415 3-0

www.innenstadt-nrw.de

V.I.S.D.P.
Christiane Marks, Jens Imorde

Redaktion und Gestaltung
Laura Steggemann und Carla Hahn

Redaktionelle Mitarbeit
Elisabeth Stricker und Florian Sandscheiper

Mitwirkende Städte:
Mülheim an der Ruhr, Emsdetten, Kaarst, Lengerich, Münster

Druck
Druck & Verlag Kettler GmbH, Bönen/Westfalen

Bildnachweis
Eigene Bildaufnahmen des Netzwerk Innenstadt NRW, S. 15, S. 31, S. 32, S. 35, S. 52, S. 53; LEEROY Agency/pixabay.com, S. 8; Gundula Vogel/pixabay.com, S. 1, S.9; Mülheim & Business GmbH, S. 16; Stadt Emsdetten, S. 19, S. 20, S. 52, S. 53; Stadt+Handel, S. 23, S. 53; Stadt Kaarst, S. 24. S. 52; Lengerich Marketing GmbH, S. 27, S. 28, S. 52, S. 53; caspar.Architekten/www.caspar.archi/Zukunftsvision *Schildergasse und Frankfurter Zeil* aus *retail in transition*, S. 7, S. 13

Münster, Dezember 2020

www.innenstadt-nrw.de

Die Handreichung „Zentrenmanagement“ wurde vom Netzwerk Innenstadt NRW erarbeitet, um in Zeiten wachsender Herausforderungen für die Innenstadtentwicklung, verstärkt durch die Corona-Pandemie, eine hilfreiche Unterstützung für Kommunen im gesamten Bundesgebiet anzubieten. Innerhalb eines theoretischen Rahmens werden fünf verschiedene Modelle eines Zentrenmanagements in Nordrhein-Westfalen vorgestellt und miteinander verglichen. Im Hinblick auf vielfältige Erfahrungsaustausche entstehen schließlich Tipps und Handlungsempfehlungen, basierend auf dem Wissen aus den Modell-Kommunen sowie der wissenschaftlichen Theorie.

Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat
Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen
STÄDTEBAU-FÖRDERUNG
Landesinitiative Zukunft Innenstadt. Nordrhein-Westfalen
STADT MÜNSTER
Städtetag Nordrhein-Westfalen
Städte- und Gemeindebund Nordrhein-Westfalen