

Beschlussvorlage

öffentlich

Datum
31.03.2016

Drucksache Nr. (ggf.
Nachtragsvermerk)

2016/8751

| Beratungsfolge | Sitzungstermin | Zuständigkeit |
|--|----------------|---------------|
| Wirtschaftsförderungs- und Grundstücksausschuss | 13.04.2016 | Kenntnisnahme |
| Bezirksvertretung Bottrop-Mitte | 12.05.2016 | Kenntnisnahme |

Betreff

Erstellung einer Positionierungsstrategie zur zukunftsfähigen Weiterentwicklung der Bottroper Innenstadt

Beschlussvorschlag

Der Wirtschaftsförderungs- und Grundstücksausschuss nimmt die Erstellung einer Positionierungsstrategie zur Weiterentwicklung der Bottroper Innenstadt und die Beauftragung eines Beratungsbüros zur Kenntnis.

Problembeschreibung / Begründung

Die Einzelhandelsfunktion des Handelsstandortes Bottrops ist sowohl durch den starken regionalen Wettbewerb, als auch durch lokale Strukturveränderungsprozesse (z.B. Insolvenz HansaCenter, Karstadt-Revitalisierung und IKEA-Ansiedlung) erheblich beeinträchtigt. Mit der Schließung des Karstadt-Warenhauses verfügt die Innenstadt über keinen Kundenmagneten mehr, da sich das Einkaufszentrum HansaCenter weiterhin im Insolvenzverfahren befindet. Diese Entwicklung bringt starke negative Auswirkungen für die Innenstadt und deren Gewerbetreibende. Die geminderte Attraktivität führt zu spürbar weniger frequentierten Einzelhandelslagen, somit zu weniger Umsatz und langfristig zu zahlreichen Leerständen in den Randlagen und Mindernutzungen von Ladenlokalen. Bereits heute sind im Bereich der oberen Hochstraße sogenannte Trading-Down-Effekte sichtbar.

Diese ersten Tendenzen sollen zum Anlass genommen werden, um eine Strategie zu entwickeln, die den Handelsstandort Bottrop zu einer Marke macht und das Image verbessert. Denn für Bottrop wächst die Herausforderung, sich im Sympathie-Wert aus den Mitbewerbern hervorzuheben. Der Standort Bottrop muss im Vergleich zu seinen Mitbewerbern bestmöglich platziert werden, um somit die Grundlage für eine zukunftsfähige Innenstadtentwicklung gewährleisten zu können.

Forderungen nach einem „Leitbild“ und einem „roten Faden“ für die Entwicklung der Innenstadt wurden bereits im Rahmen der Veranstaltungen des Innenstadtdialogs von Einzelhändlern und Immobilieneigentümern nachdrücklich und mehrheitlich aufgestellt. Die eindringlichen Fragen, mit welchem Handlungskonzept die Stadt die Weiterentwicklung der Innenstadt verfolgt, zeigen, dass die Akteure auf die Initiative und Führung durch die Verwaltung warten. Dies wird im Weiteren durch den Einzelhandelsverband und die IHK unterstützt, die beide ebenfalls die Positionierungsstrategie für dringend erforderlich halten.

Eine große Herausforderung ist dabei, die Interessierten und Aktiven der Innenstadt nicht in einem allzu langwierigen und damit nicht mehr transparenten Prozess zu verlieren. Besonderer Wert soll daher auf eine zügige Erarbeitung gelegt werden, um die relevanten Akteure „bei der Stange“ halten zu können und sie anschließend aktiv, auch finanziell an der Umsetzung zu beteiligen.

Vor diesem Hintergrund wird die Wirtschaftsförderung mit Unterstützung eines Beratungsunternehmens eine Positionierungsstrategie erarbeiten, deren Ziel die Erhaltung und Weiterentwicklung der Bottroper Innenstadt als Zentrum für Handel und Dienstleistungen ist. Im Vordergrund steht dabei die Innenstadt mit ihren Alleinstellungsmerkmalen als Marke zu entwickeln und die Qualitäten des Standortes über eine zielgerichtete Vermarktung nach außen zu tragen. Dabei soll aufbauend auf dem vorhandenen Einzelhandelskonzept eine Strategie sowie konkrete Maßnahmen zur Standortprofilierung/Markenbildung der Bottroper Innenstadt entwickelt werden.

Im ersten Arbeitsschritt wird als Basis eine umfangreiche Untersuchung der Ausgangslage (SWOT-Analyse) durchgeführt, die eine umfassende Datenerhebung und -analyse (z.B. Bestandserhebungen, Gewerbebefragungen, repräsentative

Bürgerbefragungen, Haushalts- und Gästebefragung zur Imageanalyse) beinhaltet. Aufbauend darauf werden im zweiten Schritt wesentliche Marketingziele formuliert und eine Strategie zur Erreichung dieser Ziele entwickelt. Beides zusammen ist die Grundlage für den Maßnahmenkatalog, in dem für jede Maßnahme die Akteure sowie der zeitliche und finanzielle Rahmen benannt werden. Die Maßnahmen werden in einem Handlungsprogramm zusammengeführt, das umsetzungsbezogen aufgebaut ist. Indikatoren und Zielgrößen werden im Konzept vorgegeben, um Projekterfolge nicht nur subjektiv zu empfinden, sondern auch objektiv nachweisen zu können.

Die Positionierungsstrategie mit den konkreten Handlungsansätzen dient im Anschluss dem Citymanagement im Amt 15 als Arbeitsgrundlage.

Ein Schwerpunktthema der Abteilung Zukunftsstandort ist das Citymanagement, sozusagen die Kümmerer für die Innenstadt. Deren Ziel es einerseits ist, den stationären Handel in der Bottroper Innenstadt zu stärken und mit neuen attraktiven Anbietern und Angeboten fit für die Zukunft zu machen. Andererseits sind mit gezielten Marketingaktivitäten Impulse zu setzen, um ein positives Image und Klima im Handel und dessen Kundenkreis zu schaffen, damit der Handelsstandort Bottrop sich langfristig im regionalen Wettbewerb positionieren kann.

Zur erfolgreichen Umsetzung der Positionierungsstrategie werden, neben der engen Abstimmung mit der Stadtplanung, die Sektoren Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen sowie weitere relevante Innenstadtakteure bei der Erstellung eingebunden. Da der Handelsstandort Bottrop von seinen Unternehmen, Eigentümern, Einwohnern und Besuchern zur Marke gemacht wird, muss eine erfolgversprechende Positionierungsstrategie in enger Abstimmung mit diesen Akteuren (z.B. Workshops, Bürgerforen oder Zukunftswerkstätten) erarbeitet werden.

Aufgrund des enormen Zeitaufwandes, der benötigten Fachexpertise und der gewünschten zeitlichen Straffung ist die Unterstützung durch einen externen Dienstleister erforderlich. Der Beratungsauftrag soll zur Vergabe an ein Büro mit Stadtplanungs- und Marketingkompetenz, welches den weiteren Prozess initiiert, steuert und aktiv begleitet, ausgeschrieben werden.

Tischler

Anlage_Arbeitsschritte der Positionierungsstrategie_skizziert