



Beschlussauszug
aus der
Sitzung des Stadtrates
vom 25.03.2021

Öffentlicher Teil

TOP 9 Antrag der CDU-Fraktion auf Umsetzung eines Maßnahmenpaketes für Einzelhandel, Gewerbe und Gastronomie in Homburg

Nachdem RM Mörsdorf die Antragsbegründung vorgetragen hat, teilt der Bürgermeister mit, man habe sich im Präsidium des Städte- und Gemeindetags darauf verständigt, dass die saarländischen Bürgermeister gegen die drohende Verödung der Innenstädte ein Förderprogramm „Lebendige Innenstädte“ einfordern.

RM Dorothee Rouget betont, dass die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt wichtig sei und nicht nur der Aspekt des kostenlosen Parkens im Vordergrund stehen sollte, zumal mit dem in Kürze vorgestellten Parkraumkonzept mit Sicherheit die Erhebung von Parkgebühren einhergehen werde. Wichtig sei der richtige Mix von Einzelhandel, Gastronomie, Kultur und Freizeit, verbunden mit einer freundlichen Atmosphäre in der Stadt, welche man u.a. durch Verbesserung der Situation für die jeweiligen Verkehrsteilnehmergruppen, also Fußgänger, Radfahrer und Autofahrer erreichen könnte.

Ferner stelle man gerne die bei einer Ortsbegehung des Arbeitskreises Stadtmobiliar aufgestellte Liste über Schandflecke in der Innenstadt zur Verfügung.

Angesichts der Zunahme des Online-Handels sei eine Plattform wie „Wir in Homburg“ notwendig. Jedoch berichtet sie davon, dass sowohl Händler als auch Kunden mit der Nutzung der Webseite Probleme hätten und auch die Kommunikation mit der Firma atalanda als Betreiber der Webseite nicht reibungslos laufe.

Entweder sollte man sich nach einem alternativen Anbieter umschauchen oder aber so viele Homburger Händler zum Mitmachen animieren, dass man den Druck auf die Firma atalanda erhöhen könnte.

Der Lieferservice funktioniere im Übrigen auch nicht, weshalb sie anrege, mit Unterstützung der Stadt eine zentrale Packstation einzurichten.

Sie spricht sich dafür aus, die Meinung des Händlerstammtischs einzuholen und die Thematik zunächst noch in einem Ausschuss zu beraten.

BM Forster sagt zu, dass er die Idee, einen Händlerstammtisch einzuberufen, aufgreifen werde.

RM Ulmcke erachtet es als Beauftragter für Stadtmarketing für sinnvoll, die Einschätzung eines Experten zu dieser Thematik zu hören und begrüßt zu diesem Zweck Herrn Leander Wappler, Leiter „Unternehmensförderung, Handel, Stadtentwicklung, Touris-

mus“ im Geschäftsbereich „Wirtschaftspolitik und Unternehmensförderung“ der Industrie- und Handelskammer des Saarlandes.

Herr Wappler prognostiziert, dass sich das Erscheinungsbild der Innenstädte drastisch verändern werde. Bereits vor der Pandemie habe sich ein Verdrängungswettbewerb im Einzelhandel durch die Zunahme des Online-Handels abgezeichnet. Man müsse damit rechnen, dass die Bequemlichkeit der Käufer auch nach der Pandemie fortbestehen werde und zudem neue Nutzergruppen das Online-Shopping dann für sich entdeckt haben werden. Die dadurch entstehenden Leerstände in den Innenstädten könnten nicht wieder mit Einzelhandel gefüllt werden. Dies müsse Homburg bei der künftigen Stadtplanung sowie im Einzelhandelskonzept berücksichtigen.

Die Innenstadt werde künftig nicht mehr für den klassischen Versorgungseinkauf aufgesucht. Der Käufer wolle vielmehr ein Shopping-Erlebnis. Als Impuls für den Besuch der Innenstadt müssten deshalb besondere Anlässe geschaffen werden. Das Gesamterlebnis müsse stimmen. Hier komme auch der Gastronomie eine besondere Rolle zu.

Ein Problem bei der Wiederbelebung der Leerstände seien aber auch die von den Hauseigentümern aufgerufenen Mieten, welche die Einzelhändler nicht mehr zahlen könnten. Hier sei die Stadt gefragt.

Homburg müsse sich zudem ganz klar positionieren und zeigen, wofür es stehe. Der Fokus dürfe nicht mehr allein auf den Einzelhandel gelegt werden. Gefordert sei ein Zusammenspiel mit Gastronomie und Kultur.

Abschließend regt er die Einrichtung eines Innenstadtbeirates weit über die Händlerschaft hinaus an sowie die Schaffung professioneller Organisationsstrukturen, neue Denkansätze sowie die Verzahnung der unterschiedlichen Akteure.

BM Forster dankt Herrn Wappler für seinen Vortrag. Dieses zukunftsgerichtete Thema sollte unbedingt noch einmal tiefer erörtert werden.

Auf Bitte des Beauftragten für Stadtmarketing, RM Ulmcke, berichtet Frau Pfeiffer daraufhin von Maßnahmen, die seitens des Amtes für Wirtschaftsförderung/Stadtmarketing bereits angestoßen bzw. umgesetzt worden seien.

Frau Pfeiffer führt aus, dass die Aktivitäten der Homburger Wirtschaftsförderung, die das Stadtmarketing als ein wesentliches Instrument nutze, schon in der Vergangenheit darauf abgezielt habe, Menschen nach Homburg einzuladen, um ihre Einkäufe zu erledigen, Dienstleistung und Gastronomieangebote zu nutzen und die Aufenthaltsqualität und Verweildauer in der Stadt zu steigern.

Beispielhaft nennt sie u. a. Aktionen, wie das Homburger Stadträtsel, die Einführung des Homburger Geschenkgutscheins, den langen Einkaufsabend zum Black Friday, die Glamour-Shopping Aktion oder auch die Fast-Dine Onlineplattform für die Gastronomie. Bewusst habe man dabei auf eine verknüpfende und übergreifende Strategie abgezielt, die sowohl Facheinzelhandel, Gastronomie, Filialisten und touristische Highlights, insbesondere aber auch die Vernetzung mit Homburger Einrichtungen, wie PSP, Altenheime, Schulen in ein Gesamtkonzept integriert habe.

Die Identifikation der Akteure mit Homburg und seinen vielfältigen Angeboten seien gesteigert und Neukunden aus dem Einzugsgebiet von Homburg dadurch akquiriert worden.

Weitere zielführende Ideen, die gegenwärtig nur mit zusätzlichen personellen und finanziellen Mitteln umsetzbar seien, bestünden für die Gastronomie, aber auch hinsicht-

lich der Verknüpfung von Handel, Tourismus und Gastronomie oder der Förderung einer Studentenkultur.

Die Verwaltung begrüße die Auflage einer Werbekampagne – welche einen größeren räumlichen Radius besitzen sollte – zur Stärkung der Homburger Innenstadt und auch der Stadtteile.

Die Corona-Lage zeige in besonderem Maße die Wichtigkeit einer gut ausgestatteten und flexiblen Wirtschaftsförderung, welcher die zum Handeln notwendigen personellen Kapazitäten und Mittel zur Verfügung stehen sollten, um Homburg im Wettbewerb mit anderen Städten gut für die Zukunft aufzustellen.

Am 16.3.21 habe sich bei einem ersten Treffen ein Innenstadtgremium gegründet, bestehend aus Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing, dem Verein Homburger Altstadt, dem Talzentrum sowie dem Förderverein Stadtmarketing und dem Gewerbeverein. Dieser Zusammenschluss werde alle zwei Monate tagen, um gemeinsame Ideen, Themen und Anregungen zu besprechen und auch durchzuführen.

Unterstützt werde die Wirtschaftsförderung auch durch die Initiierung eines Zukunftsforums, das am 2.6.2020 auf Einladung des Bürgermeisters zum ersten Mal zusammen gekommen sei und sich aus Experten unterschiedlicher Fachrichtungen aber auch Homburger Bürgern zusammensetze. Ein nächstes Treffen sei für dieses Jahr geplant.

Zum Homburger Geschenkgutschein führt sie sodann aus, dass man habe diesen während des ersten Lockdowns zur Unterstützung der Händler und Gastronomen eingeführt. Bis 2022 sei die Teilnahme am Gutschein für die Teilnehmer kostenfrei (keine Provision, keine Gebühren). Danach beabsichtige man, weiterhin die Gebühren der Einlösestelle von 2% ab September 2022 zu übernehmen. Es seien über 600 Händler angeschrieben worden. 90 persönliche Gespräche habe man geführt. Aktuell verzeichne man 26 Teilnehmer.

Als Gründe, nicht teilzunehmen, seien genannt worden:

- Kein Vertrauen in Mitarbeiter
- Mitarbeitern wird der Umgang mit Technik nicht zugetraut
- kein Internet, kein Endgerät
- lieber eigene Gutscheine verkaufen
- Filialisten ist Teilnahme nicht möglich

Die Zahl der verkauften Gutscheine bis Mitte März liege im fünfstelligen Bereich. Davon seien bisher 10% eingelöst worden.

Die Bewerbung und Vernetzung des Gutscheins sei auf folgende Weise erfolgt:

- Marketingaktion zum „Heimatshoppen“
- Willkommensgeschenk an Erstsemester über Fachschaft Medizin
- Gutschein als Willkommensgeschenk für mexikanische Pflegekräfte
- Ehrung der Schülerlotsen und der Feuerwehr

Zur Plattform „Wir in Homburg“ erklärt sie, dass man diese u. a. in den sozialen Medien, aber auch Printmedien stark beworben habe. Eine Ausweitung der Werbung sei bei Bereitstellung entsprechender finanzieller Mittel möglich.

Als Gründe dafür, nicht an der Plattform teilzunehmen, sei von Händlern genannt worden:

- Kein Budget
- Online selbst gut aufgestellt
- Angst vor dem Umgang mit Neuem
- Kein Internet, kein Endgerät vor Ort
- Produkte zu fotografieren ist zu aufwendig

Die Online Plattform und die Geschenkgutscheine seien miteinander verknüpft, so dass die Geschenkgutscheine online bei den Teilnehmern der Plattform eingelöst werden können.

Als weitere Maßnahme nennt sie das aktive Leerstandsmanagement seit dem Jahr 1999, welches schon viele Ansiedlungen ermöglicht habe.

Mit Immobilieneigentümern stehe man in ständigem Kontakt. Halbjährlich abgefragt oder mit Aufruf über die Medien, gehe man regelmäßig auf die Eigentümer zu. Als Schnittstelle zwischen Eigentümern und Miet- oder Kaufinteressenten für Gewerbeimmobilien vermittele und unterstütze man jede Ansiedlung, auch im Rahmen der Existenzgründerberatung.

Ergänzend zu den bereits zur Behebung von Leerständen in der Stadt unternommen Einzelaktionen, wie z.B. der Ausstellung und Bewerbung der Homburg-Stein-Aktion und des Heimatshoppen-Wettbewerbs, seien derzeit gemeinsam mit der IHK weitere Aktionen in Planung.

RM Mörsdorf stellt Antrag auf Ende der Debatte und schlägt vor, die Thematik in den Ausschuss zwecks Ausarbeitung der Details unter Einbeziehung des Kulturbeigeordneten sowie des Beauftragten für Stadtmarketing zu verweisen.

Dieser Vorschlag trifft im Rat auf einhellige Zustimmung.