Stellungnahme	Vorlagen-Nr.: **VO/6657/2019-1** Status: nichtöffentlich Datum: 13.03.2019
Dezernat: Fachdienst: Sachbearbeiter/in:	I 15 - Referat für Stadt-, Regional- u. Wirtschaftsentwicklung Dr. Blümling, Stefan, Amend-Wegmann, Dr. Christine, Stadtmarketing Marburg e. V.

Beratungsfolge:		
Gremium	**Zuständigkeit**	**Sitzung ist**
Magistrat		Nichtöffentlich

Antwort auf die Große Anfrage der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen betr. der Situation der Geschäfte in Wettergasse und der Neustadt

Der Magistrat wird gebeten die folgenden Fragen bezüglich der Schließung vieler Einzelhandelsläden in der Marburger Oberstadt zu beantworten:

Vorbemerkung:
Die Situation im Einzelhandel betrifft zunächst die Ladenbesitzer*innen und Kund*innen, aber natürlich auch die Vermieter*innen. Wenn Menschen für ihre Kaufentscheidungen nicht die Geschäfte aufsuchen, sondern lieber über das Internet einkaufen, ist das ihre Entscheidung. Niemand kann ihnen hierzu Vorschriften machen. Die Stadt kann in ihrem Handlungsspielraum lediglich mittelbar steuern über das Setzen günstiger Rahmenbedingungen. Bei darüber hinaus gehenden Regulierungen sind Bund und Land gefordert.
Die kommunalen Verbände sehen dies im Übrigen genauso. Handlungsspielräume auf kommunaler Ebene sehen sie insbesondere in der Schaffung von „Verantwortungsgemeinschaften“ aus Stadt, Handel und Eigentümer*innen, in denen Themen wie Digitalisierung (On- und Offline-Angebote im stationären Handel, digitale Infrastruktur), Mietgestaltung, Attraktivität des baulichen Umfeldes, Erreichbarkeit u.a. konzertiert angegangen werden. Insgesamt geht es darum, die Einzelhandelsgebiete in ihrem Erlebnis- und Aufenthaltswert aufzuwerten und damit Attribute zu schaffen, die es im Online-Handel nicht gibt. Genau an diesen Themen wird im Rahmen des Oberstadtquartiersentwicklungskonzepts unter breiter Beteiligung gearbeitet werden.

1. Sind dem Magistrat die Gründe für die Schließung der Läden in der Marburger Oberstadt bekannt?

   In der Regel werden dem Magistrat die individuellen Gründe für konkrete Schließungen in Marburg nicht mitgeteilt. In wenigen Einzelfällen erhält er mittelbar Informationen.

Grundsätzlich ist dazu anzumerken, dass es sich hier um ein allgemeine Entwicklung handelt, die in allen Städten anzutreffen ist:
Der Einzelhandel kämpft seit Jahren mit Umsatzrückgängen, weil der Online-Handel immer mehr Kaufkraft bindet; gleichzeitig finden Konzentrationsprozesse im Einzelhandel statt (Einzelhandelsketten). Ferner haben einige Kund*innen weiterhin den Wunsch, mit dem Auto bis vor die Läden zu fahren, um einzukaufen.

2. Haben sich die Ladenbetreiber vor der Schließung an den Magistrat gewandt bzw. war dem Magistrat die drohende Schließung bereits aus anderen Quellen bekannt? Wenn ja aus welchen?

   Nein, die Ladenbetreiber*innen wenden sich vor der Schließung nicht an den Magistrat.

3. Ist dem Magistrat bekannt, welche Rolle für die Schließung die Höhe bzw. die Erhöhung der Ladenmiete gespielt hat?

   Nein, dem Magistrat ist nicht bekannt, welche Rolle die Miethöhe für die Schließung hat. Es liegt allerdings aufgrund des Mietniveaus im Stadtgebiet nahe, dass die Höhe der Mieten in Einzelfällen ein wichtiger Grund sein kann.

4. Hat der Magistrat im Rahmen der Wirtschaftsförderung regelmäßig Kontakt mit den Vermietern der Oberstadtgeschäfte bzw. hat der Magistrat Vermieter von Räumlichkeiten für den Einzelhandel in der Vergangenheit zu einem Austausch eingeladen?

   Der Magistrat hat nur in Einzelfällen Kontakt zu den Vermieter*innen der Oberstadtgeschäfte. Im Rahmen des Quartiersentwicklungskonzepts für die Oberstadt ist der Dialog mit den Immobilieneigentümer*innen ein wichtiger Baustein.

5. Hat der Magistrat die Entwicklungen innerhalb des letzten Jahres mit den Geschäftsleuten der Oberstadt und dem Ortsbeirat Altstadt erörtert?

   Auf Einladung des Magistrats fand am 3. Mai 2018 eine von über 60 Teilnehmer*innen besuchte Veranstaltung zur Stärkung der Oberstadt und zur Wiederbelebung des Marktes statt. Vertreten waren der Werbekreis, der Ortsbeirat Altstadt, das Stadtmarketing Marburg e.V. (im Folgenden: Marburger Stadtmarketing) und eine Reihe von Geschäftsleuten und Hauseigentümer*innen.
   Der Fachdienstleiter 15 war in 2017 und 2018 je einmal zu Gast beim Ortsbeirat Altstadt und hat u.a. über den Stand zum Quartiersentwicklungskonzept Oberstadt berichtet.

6. Gab es bisher im Rahmen der Wirtschaftsförderung Bemühungen von Seiten des Magistrats, Schließungen zu verhindern und ja welche?

   Der Magistrat und die Wirtschaftsförderung unterhalten immer einen guten Kontakt zum Marburger Einzelhandel und zum Einzelhandelsverband, um früh tätig werden zu können.

Da die Wirtschaftsförderung bisher erst nach Geschäftsschließung dazu Kenntnis erhalten hat, konnte sie diesen Fällen nicht proaktiv tätig werden. Soweit Fälle bekannt werden, wird der Magistrat aktiv. Zu Einzelfällen kann aus Gründen des Datenschutzes keine Auskunft gegeben werden.

7. Sieht der Magistrat Handlungsbedarf, um diesen Bereich der Oberstadt sowohl für die Bürgerinnen und Bürger wie die Touristen wieder zu einem lebendigen Einkaufsquartier zu gestalten? Und wenn ja für wie dringlich hält sie dies?

   Nach Einschätzung des Magistrats und der weit überwiegenden Rückmeldungen ist die Oberstadt für Bürger*innen und Tourist*innen ein attraktives Quartier. Dennoch sieht der Magistrat Handlungsbedarf. Die derzeit laufende Ausschreibung zum Quartiersentwicklungskonzept enthält explizit einen ökonomischen Teil. Darin sollen gemeinsam mit den relevanten Akteur*innen Handlungsmöglichkeiten zum Erhalt der vielfältigen Angebote in der Oberstadt erarbeitet werden.

8. Ist die Einzelhandelssituation der Oberstadt Gegenstand des in Auftrag gegeben Stadtentwicklungskonzepts für die Oberstadt (VO/5800/2017) und wenn ja, welche konkreten Verbesserungsvorschläge wurden bisher dafür erarbeitet und umgesetzt?

   Ja, die Einzelhandelssituation und Strategien, diese zu verbessern sind explizit Gegenstand des Quartiersentwicklungskonzepts für die Oberstadt. Dieses Thema bzw. Ziel ist in der gegenwärtigen Ausschreibung zum Quartiersentwicklungskonzept Teil der Leistungsbeschreibung. Das Vergabeverfahren läuft aktuell und wird Anfang Mai abgeschlossen sein.
   Der neue Marburger Oberstadtmarkt hat seit seiner Wiederbelebung im August letzten Jahres für eine Belebung der Oberstadt insgesamt gesorgt. Der „neue“ Markt ist explizit Baustein des Quartiersentwicklungskonzepts und wurde im vergangenen Jahr in Planung, Konzeption und Umsetzung als vorgezogenes Projekt des Quartiersentwicklungskonzepts durch das Stadtmarketing mit Unterstützung des Magistrats realisiert.

9. Gibt es Beratungsgespräche mit den Geschäftsleuten der Oberstadt bzw. darüber hinausgehende Unterstützungsangebote? Wenn ja, welche und wie werden diese nachgefragt?

   Die Wirtschaftsförderung steht jederzeit für Beratungsgespräche zur Verfügung. Auch der Wirtschaftsdezernent, Oberbürgermeister Dr. Thomas Spies, sucht regelmäßig das Gespräch mit Gewerbetreibenden. Ebenso steht das Marburger Stadtmarketing nach eigener Aussage mit seinen Werbekreisen in ständigem Austausch und bietet auf Wunsch individuelle Hilfestellungen an. Durch seine Präsenz bei Festen, dem Oberstadtmarkt und der Baustellenkommunikation ist es ohnehin in regelmäßigem Kontakt mit der lokalen Händler*innenschaft. Außerdem startet aktuell das Marburger Stadtmarketing mit Unterstützung der Stadt das Projekt „Marburger FreiRAUM“. Dies ist eine Initiative zur Reduzierung der bestehenden Leerstände, bei der eine enge Kooperation mit Vermieter*innen und interessierten Händler*innen geplant ist.

10. Wie wird nach Meinung des Magistrats der von ihm neu gestaltete Oberstadtmarkt angenommen und welchen Einfluss hat er auf die Oberstadtentwicklung?

    Veranstalter des Marburger Oberstadtmarkts ist das Marburger Stadtmarketing in Kooperation mit Fachdiensten der Stadtverwaltung insbesondere dem Fachdienst 15. Der Oberstadtmarkt ist laut Händler*innenaussagen 2018 sehr gut gestartet und hat sich positiv auf deren Umsätze ausgewirkt. Nach wie vor gestaltet sich allerdings die Gewinnung neuer Händler*innen schwierig. Die Weiterentwicklung des noch neuen Formates des Oberstadtmarktes wird sich nach Einschätzung des dortigen Einzelhandels positiv auf die Quartiersentwicklung auswirken. Ein funktionierender Spezialitätenmarkt mit hoher Aufenthaltsqualität hält ebenso Angebote für Einheimische wie auch für Tourist*innen bereit.

11. Welche neuartigen Initiativen seitens der Händler und Händlerinnen gibt es, z.B. Online Bestellungen im Laden und Abholung, Online Kataloge, etc.?

    Die Händler*innen verfolgen hierbei individuelle Wege und agieren unterschiedlich. Sicherlich spielt die persönliche Internetaffinität eine Rolle. Bei einzelnen Händler*innen sind dem Marburger Stadtmarketing Neuerungen, wie beispielsweise „Click & Collect“-Angebote bekannt.

12. Waren die Anstrengungen des Stadtmarketings erfolgreich, den Oberstadthandel beim Aufbau einer gemeinsamen Plattform zum Onlinehandel zu unterstützen? Wo lagen die Probleme dabei?

    Bereits 2015 haben Magistrat und das Marburger Stadtmarketing eine Initiative gestartet, um den Händler*innen mögliche eigene oder konzertierte Online-Angebote nahe zu bringen. Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing haben sich im Vorfeld umfassend über Konzepte für regionale Online-Märkte und deren Möglichkeiten informiert. Allerdings funktioniert keines der bisher bekannten Modelle nachhaltig. Der finanzielle Aufwand für derartige Einzelsysteme ist immens und die Initiierung einer spezifischen Plattform nur für den Bereich „Einzelhandel“ ist nicht zielführend. Sollte dies dennoch weiterverfolgt werden, so ist eine solche Plattform in einen größeren Zusammenhang, wie z.B. in ein Stadtportal zu integrieren.

13. Gibt es andere Bereiche bzw. Ortsbezirke in der Stadt, in denen ähnlich wie in der Oberstadt Läden schließen und wenn ja, welche Maßnahmen gedenkt der Magistrat zu ergreifen?

    Über das normale Maß an Fluktuation durch Angebotsüberhang hinausgehende Leerstände sind derzeit nicht feststellbar.

14. Klagen auch Geschäfte in den Einkaufszentren über Kundenverluste? Und wenn ja wo?

    Im Innenstadtbereich melden einige Einkaufszentren Umsatzverluste. In 2018 ist dies vermutlich ganz wesentlich durch die Sperrung der Weidenhäuser Brücke bedingt.

Bei den Einkaufszentren im Außenbereich (Cappel, Wehrda) hingegen sind keine Umsatzverluste bekannt; im Gegenteil dürften diese sogar von der Brückensperrung profitieren.

15. Sieht der Magistrat eine Möglichkeit gegen den auch in anderen Kommunen beklagten Käuferrückgang durch den verstärkten Internetverkauf vorzugehen?

    Hier sind zwei Blickwinkel zu unterscheiden:

    In Bezug auf faire Wettbewerbsbedingungen für den Einzelhandel im Vergleich zum Internethandel sind Bund und Land gefordert. So wäre beispielsweise zu prüfen, wie die der Allgemeinheit entstehenden Folgekosten aufgrund des massenhaften Liefertransports im Internethandel so behandelt werden können, dass ein Gleichgewicht zur Situation der Einzelhändler mit hohen Lager- und Warenkosten, Miet- und Personalkosten erreicht werden kann.
    Auf der lokalen Ebene sieht der Magistrat wenig Möglichkeiten, unmittelbar gegen den Trend bei den Kund*innen zum Online-Handel vorzugehen. Allerdings kann der Magistrat Maßnahmen ergreifen, um den Einzelhandel zu stärken. Dies wird im Rahmen des Quartiersentwicklungskonzepts für die Oberstadt auch erfolgen. Zudem ist aktuell ein Check für den Marburger Einzelhandel insgesamt vom Fachdienst 15 in Vorbereitung, der die Internetauftritte der Einzelhändler analysiert in Hinblick auf Gesamtbild, Responsivität, Präsenz in Online-Verzeichnissen, Social Media usw. Die Einzelhändler erhalten daraufhin einen Kurzbericht, in dem auch Optimierungsmöglichkeiten enthalten sein werden.

16. Hat der Magistrat sich mit anderen Städten über die Problematik der Ladenschließungen und über Handlungsmöglichkeiten dagegen ausgetauscht und auch Kompetenzen des Hessischen oder Deutschen Städtetages dafür in Anspruch genommen? Hat der Städtetag ein Konzept entwickelt, wie dieser Entwicklung begegnet werden sollte?

    Ja, der Magistrat steht im Austausch mit dem Hessischen Städtetag – u.a. zu diesem Thema. Am 15.11.2018 war die „Arbeitsgemeinschaft der Wirtschaftsförderer im Hess. Städtetag“ in Marburg zu Gast. Bei der Tagung ging es schwerpunktmäßig um das Thema „Belebung der Innenstädte“.
    Der Hessische Städtetag selbst hat kein Konzept gegen diese Entwicklung erarbeitet. Wohl aber gibt es zu diesem Thema ein gemeinsames Positionspapier des Deutschen Städtetages (DSt) und des Handelsverbands Deutschland-, ein Diskussionspapier des DSt sowie ein Diskussionspapier des Deutschen Städte- und Gemeindebundes.

17. Welche Lösungsvorschläge liegen dem Magistrat vor, die andernorts erprobt wurden, um die rückläufige Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten zu stoppen?

    Zur Gesamtsituation im Einzelhandel und zu „Lösungsmöglichkeiten“ berichtet das Marburger Stadtmarketing: Über 50 % der innenstädtischen Einzelhändler*innen rechnen laut einer Umfrage des Handelsverbands Deutschland (HDE) mit einer Verschlechterung der Geschäftslage. Der Einzelhandel hat in Deutschland im Jahr 2018 ca. 520 Milliarden Euro umgesetzt.

Ca. 250 Milliarden davon allein im Lebensmitteleinzelhandel, der nur zu geringen Teilen aus Online-Umsätzen besteht (unter 1%). Der Online-Umsatz stieg in 2018 insgesamt auf 53 Milliarden Euro, ein Plus von ca. 10% zum Vorjahr Aus diesen Zahlen geht hervor, dass knapp 20% aller nicht-versorgungsrelevanten Einkäufe online getätigt werden. Grundsätzlich sind daher Bund und Land gefordert.

Auf alle Städte übertragbare Lösungen gegen dieses Abwandern von Umsätzen in den Onlinehandel gibt es nicht. Auch in Zukunft ist damit zu rechnen, dass die Online-Umsätze weiterhin zweistellig steigen. Es gibt zwar immer wieder Berichte zu Aktivitäten aus anderen Städten; inwieweit diese aber dauerhaft erfolgreich sind, lässt sich schwer beurteilen. In jedem Falle bedarf es stadtindividueller Lösungen. Hierzu wird das Quartiersentwicklungskonzept, welches unter Beteiligung der relevanten Marburger Akteur* innen erarbeitet wird, Strategien identifizieren und auf den Weg bringen.

18. Welche Maßnahmen will der Magistrat ergreifen und welche weiteren sind geplant, um den Einzelhandelsstandort Marburger Oberstadt zu stärken und wieder attraktiv zu machen? Welche Partner werden dabei eingebunden? Welche Ressourcen sind für diese Aktivitäten vorhanden und eingeplant?

    Das bereits mehrfach erwähnte Quartiersentwicklungskonzept, die weitere Belebung des Marburger Oberstadtmarktes, das FreiRAUM-Projekt und der Online-Check sind aktuelle Maßnahmen.
    Für das Quartiersentwicklungskonzept wurde vom Magistrat für 2019 ein Haushaltansatz i.H.v. 100.000 EUR angemeldet.

Dr. Thomas Spies
Oberbürgermeister