



## Neue Ideen und Konzepte Belebung der Innenstadt in Wanne



Leere am Buschmannshof

Wenn man durch die Hauptstraße in Wanne geht, merkt man an vielen Stellen den Verfall. Geschäfte stehen leer, Menschen bleiben weg und wenn sie da sind, reden sie viel, kaufen aber nicht. Es ist von Seiten der Stadt viel passiert, die Ansiedlung von Kaufland mit großen Hoffnungen, Umbaumaßnahmen an verschiedenen Stellen - nicht zuletzt dem Buschmannshof. Ein Markt wurde etabliert, Aktionen wie dem Wochenmarkt am Abend versucht, doch Leerstand breitet sich aus.

### Ursache und (Wechsel)wirkung

Menschen gehen dorthin, wo es schön ist, wo es interessant ist und/oder um andere Menschen zu treffen. Der Leerstand in Wanne macht den Stadtteil, trotz städtebaulicher Einzelmaßnahmen nicht schöner oder interessanter. Folge ist, die Menschen bleiben weg. Sind immer weniger Menschen da, kann man diese dort auch nicht treffen, somit entfällt auch der nächste Grund, dahin zu gehen.

Betriebe siedeln sich an, wenn Sie Gewinne erwarten. Dies setzt Kaufkraft voraus oder eine Vielzahl von Menschen oder geringe Kosten. Durch den Leerstand bleiben die Menschen weg und das trotz geringer Kaufkraft. Und die Kosten? Pacht, Nebenkosten, Personalkosten, Abgaben etc. sind trotz des Leerstandes nicht wirklich geringer als in der Nachbarschaft. Warum also soll sich ein Betrieb hier ansiedeln - warum soll ein kleiner Einzelunternehmer dieses Risiko auf sich nehmen?



Nebenstraße

Durch den Leerstand fehlt dem Eigentümer der Anreiz und die Einnahmen die Häuser sauber und intakt zu halten. Solvente Mieter ziehen aus, weniger solvente ziehen ein. Ein Phänomen, das man in den Seitenstraßen der Hauptstraße oft beobachten kann.

### Lösungsansatz

Es gilt den Kreis von Ursache und Wirkung zu durchbrechen. Singuläre Maßnahmen zum Beispiel im Bereich Städtebauförderung mögen Anreize bieten. Es hat sich gezeigt, dass diese allein nicht ausreichen. Gleiches gilt für die Ansiedlung eines einzelnen großen Geschäfts.

Wünschenswert wäre es, die Grundursache - die geringe Kaufkraft - zu beseitigen. Dies ist für eine Stadt keine einfache Aufgabe. Wie vorweg beschrieben, führt der Zerfall des Wohnumfeldes zum Rückgang der Kaufkraft. Bereits laufende Maßnahmen zur Wohnumfeldverbesserung müssen durch Anreize für mutige Kleinunternehmer unterstützt werden. Es muss sich trotz der Probleme lohnen, ein attraktives Geschäft zu eröffnen. Dies kann beispielsweise gelingen, durch zeitlich begrenzte geringe Anfangsinvestitionen und Hilfe zur Selbsthilfe.

Ein großes Problem für einen Kleinunternehmer sind die Einmalkosten bei der Einrichtung des Geschäfts und die laufenden Kosten für Miete, Mietnebenkosten, Steuern und Abgaben und die Kosten für das Personal. Wenn man es schafft, Unternehmer nahezu fertig eingerichtete Läden anzubieten, zeitlich begrenzt auf die Miete, einen Teil der Mietnebenkosten und ggf. auch auf einen Teil der städtischen Abgaben zu verzichten, reduziert dies das unternehmerische Risiko in der kritischen Anfangsphase. Etabliert sich das Unternehmen, kann es im Laufe der Zeit immer mehr Kosten selbst übernehmen um am Ende dauerhaft erfolgreicher Teil der Kaufmannschaft in Wanne zu sein.

### **Beteiligte**

Ausgangspunkt ist die Kaufmannschaft bzw. die Werbegemeinschaft in Wanne. Diese müssen Auslöser und Initiator des Projektes sein. Wichtigste Funktionen sind, das Projekt aufzusetzen. Projekte auszuwählen und die neuen Unternehmer/innen, zu beraten und zu begleiten.

Weitere Beteiligte sind Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung. Aufgabe ist es die Verbindung zu den neuen Unternehmer/innen herzustellen, die notwendigen Werbemaßnahmen und Internetauftritte zu organisieren und als Berater bei konkreten Fragestellungen zur Verfügung zu stehen. Weiterhin soll geprüft werden, ob das Projekt durch Mittel des Landes, Bundes oder EU gefördert werden kann. Auch die Koordination der begleitenden Maßnahmen auch durch die Verwaltung der Stadt liegt hier.

Sponsoren (und Geldgeber) sollen Unternehmen in Herne sein, die ein vitales Interesse an einer Attraktivitätssteigerung und einer dauerhaften Investition haben, z.B. Sparkasse, Stadtwerke, Wohnbaugenossenschaften usw. Wenn sich diese zusammen tun, eine rechtsfähige Gesellschaft, Verein oder eine andere Art von Gemeinschaft bilden, kann es gelingen, Gelder bereitzustellen. Dabei können die Sponsoren Teil des Vereines sein oder auf eigene Rechnung Ladenlokale anmieten und an Unternehmen untervermieten. Aber auch privatwirtschaftliche Unternehmen müssen ein Interesse daran haben ihren Firmenstandort aufzuwerten. Ein attraktiver Wohnort zieht auch attraktive Arbeitnehmer an.

### **Die ersten Schritte**



Der erste Eindruck - Würden Sie hier weitergehen wollen?

Zunächst müssen geeignete Objekte ausgewählt werden. Dabei spielen nicht die Eigentumsverhältnisse die erste Rolle, sondern die Lage. Die Geschäfte müssen ein Band ziehen vom Kaufland über den Buschmannshof in die Einkaufsstraße hinein. Kaufland ist derzeit der größte Anlaufpunkt. Wenn man heute aber Kaufland verlässt, sieht man Leer-

stand. Es ist nicht attraktiv weiter zu gehen. Dies muss geändert werden.

Dann müssen geeignete Unternehmen und Konzepte ausgewählt werden. Hier stehen nicht große Ketten im Vordergrund, also Unternehmen, die sowieso überall bekannt sind. Sinnvoll ist ein gemischtes Angebot an kleinen Einzelunternehmen, bei denen die Inhaber selbst im Laden stehen und ein eigenes Konzept verwirklichen.

Die neuen Unternehmen müssen in der Anfangsphase begleitet werden. Hier spielen die Werbegemeinschaft und die Wirtschaftsförderung eine entscheidende Rolle. Hier sind Erfahrungen vorhanden, was funktionieren kann, welche Aktionen möglich sind und was Erfolg verspricht. Daher ist die Integration der neuen Geschäfte und später auch als Beteiligte in dieser Maßnahmen besonders wichtig.

### **Auswahlkriterien für geeignete Ladengeschäfte**

Angesiedelt sollen interessante kleine Läden, keine großen Ketten. Es ist auf einen Mix unterschiedlicher Angebote aus Gastronomie, Handel verschiedenen Themenbereichen, Kreativläden etc. zu achten. Im Vordergrund stehen dabei eher kleine Läden möglichst mit einem Außenangebot, die über die Straße so verteilt sind, dass der Eindruck eines breiten und interessanten Angebotes entsteht.

### **Auswahlprozess der Unternehmen**

Über eine Art offener Ausschreibung werden Unternehmer aufgefordert, Projektideen anzubieten. Diese wird von den Beteiligten auf Substanz, Qualität und Passgenauigkeit für Wanne bewertet werden. Wesentliches Merkmal ist dabei, dass die Idee dauerhaft wirtschaftliche Tragfähigkeit ist. Prüfer sind die Beteiligten an dem Verfahren, die es damit selbst in der Hand haben, ein breites Spektrum von Geschäften zu etablieren und für die Attraktivität der Umgebung zu sorgen.

Fällt die Prüfung positiv aus, wird dem Unternehmer ein Vertrag angeboten mit einer Zielvereinbarung. Das Unternehmen verpflichtet sich, die Idee umzusetzen und zu entwickeln und erhält dafür finanzielle und beratende Unterstützung.

### **Projekte**



[Gut für Wanne](#)

Was wird gebraucht um Wanne nach vorn zu bringen? Es ist ja nicht so, dass es nichts gibt. Es gibt viele gute Geschäfte, die Wanne-spezifisch sind und nur dort zu finden. Wenn ein Laden die Aufschrift trägt „Gutes aus Wanne“, dann ist das auch „Gut für Wanne“. Hier gibt es Spezialitäten, für die es sich lohnt nach Wanne zu kommen und in der Stadt aufzubauen. Das gilt für kleine Geschäfte genauso wie für Cafés und Gastronomie.

Gebraucht werden mehr dieser Läden mit einem individuellen Angebot. Dies können Geschäfte sein wie eine Bonbon-Manufaktur, die ein Wanner-Spezial anbieten, etwas aus Wanne für die Wanner Bevölkerung, das kann ein kleines Modelabel sein, das Kleidung individuell anpasst, das kann ein Goldschmiedebetrieb sein, in dem eigene Kreationen, wie beispielsweise Besonderheiten aus der Mondstadt Kult-

stätte, erstellt werden, es kann ein Ingenieur-Betrieb sein, der besondere Objekte ausstellt, es kann ein Schreiner sein, der Holzspielzeug individuell herstellt und verkauft.

### **Projektrahmen**

Gemeinsam ist, dass diese Geschäfte und ihr Angebot nur in Wanne zu finden sind. Die Verkäufe finden hier vor Ort und heute selbstverständlich im Internet statt. Aber wenn man sich für etwas Besonderes interessiert, dann kommt man nach Wanne.

Es gilt den Kultstatus von Wanne-Eickel als Marke für die anzusiedelnden Händler und Betriebe zu nutzen und ein Modellprojekt zu schaffen, mit dem man den Strukturwandel weiterentwickeln kann um neue Marken und Formate als neue innovative Angebote zu etablieren.



Café Klatsch

Auch das KHAUS kann und soll in dieses Projekt berücksichtigt werden. Als neuer Standort könnte das Peckelsen-Hochhaus dienen. Kunst und Kultur im Peckelsen-Hochhaus ebenso wie die Kreativwirtschaft die zum Beispiel Wanne-Eickel-Online als einen gemeinsamen Marktplatz der ortsansässigen Händler als Online-Shop unterstützt. Dort ist auch ein co-working-space anzusiedeln, kaum eine Stadt, die was auf sich hält, die solch ein Format nicht anbietet.

### **Die Initialisierung des Projektes**

In einem ersten Schritt mieten die Beteiligten die ausgewählten Ladenlokale langfristig an. Damit erhalten die Eigentümer die Sicherheit, in das Objekt zu investieren. Dies wäre Bestandteil des Mietvertrags.

Die Beteiligten stellen das Objekt den ausgewählten Unternehmen zunächst mietfrei zur Verfügung. Wenn notwendig, wird auch ein Zuschuss bei der Einrichtung des Ladens oder bei den Mietnebenkosten gewährt. Idealerweise sollte die Stadt auch in dieser Phase auf Abgaben und Steuern verzichten. Der Mietvertrag wird zeitlich begrenzt-

Das Unternehmen wirtschaftet in dem Objekt. Mit dem wirtschaftlichen Erfolg wird eine steigende Miete erhoben, die die Leistungsfähigkeit des Unternehmens aber nicht abwürgen dürfen.

Die vorhinein vereinbarten Ziele (Umsetzung und Weiterentwicklung der Idee, wirtschaftliche Tragfähigkeit und auch das Einbringen in die Gemeinschaft werden in regelmäßigen Abständen bewertet und idealerweise belohnt.

Am Ende des Projektes steht idealerweise ein finanziell gesundes Unternehmen, das in der Lage ist, alle Kosten selbst zu tragen. Dieses kann dann in den Mietvertrag mit dem Eigentümer einsteigen und von der Gemeinschaft übernehmen. Schafft es ein Unternehmen nicht, wäre das Lokal wieder frei und kann von der Gemeinschaft neu vergeben werden.

## Die Weiterführung des Projektes

Das Projekt ist klein und auf Dauer angelegt. Es wird zunächst nur mit wenigen zentralen Geschäftslokalen angefangen. Hierfür wird eine Startinvestition benötigt. Idealerweise fließt ab dem zweiten Jahr bereits Gelder zurück. Diese Gelder können in die Anmietung weiterer Ladenlokale investiert werden. Auf diese Weise kann das Projekt eine dauerhafte Steigerung der Attraktivität der Innenstadt von Wanne erreichen.

Wünschenswert ist eine externe wissenschaftliche Begleitung des Projekts, z.B. durch ein Forschungsprojekt wirtschaftswissenschaftliche Fachbereiche der Universitäten Bochum, Essen oder Dortmund. Diese sollten von vornherein eingebunden werden, um Entwicklungen frühzeitig erkennen und gegensteuern zu können. Dies könnte in das Konzept von Ruhr-Valley aufgenommen werden.

## Begleitende Maßnahmen

Das Projekt allein wird nicht ausreichen, innerhalb kurzer Zeit den Leerstand zu bekämpfen. Wichtig sind daher begleitende Maßnahmen. Wichtig ist insbesondere in der Anfangsphase des Projektes den optischen Leerstand zu bekämpfen. Dies gilt insbesondere für größere Ladenlokale, die von diesem Projekt nicht umfasst sind.

- **Markenstrategie**  
Der „Mond von Wanne-Eickel“ ist ein bekanntes Symbol, das heute auch als Markenzeichen für Mondnächte etc. genutzt wird. Auf diese Marke gilt es zu setzen und diese als Strategie für eine Weiterentwicklung der Wanner Innenstadt zu nutzen. Vorstellbar sind Aktionen im Bereich der Kaufmannschaft „Mond-Shopping“ statt „Verkaufsoffene Sonntage“, die jeder macht, „Mond-Kultur“ mit Konzerten Orgelkonzerten in den Kirchen in der Innenstadt aber auch eine die Einbeziehung des Kulturell-Alternativen-Zentrums mit Musik für junge Menschen, ein „Mond-Walk“ in Ergänzung – nicht als Konkurrenz – des „Walk in Herne“ mit einem attraktiven Rahmenprogramm, das Menschen in die Stadt zieht.
- **Internetstrategie**  
Handel ist ohne Internet heute kaum noch vorstellbar. Es muss eine enge Verzahnung von Handel vor Ort und im Internet gefunden werden. Im World-Wide-Web ist ein virtuelles Wanne mit alle den am Projekt beteiligten Läden, den schon bestehenden und auch den neuen, zu entwickeln, indem man vieles bestellen und eine Art virtuellen Rundgang machen kann. Durch die Kombination des virtuellen und tatsächlichen Marktes sowie von besonderen Angeboten, die es in der Form nur dort gibt, kann auch ein Interesse für den Besuch des echten Wanne geweckt werden. Durch eine enge Verzahnung der Internet- und der Markenstrategie kann ein hoher Wiedererkennungsfaktor erreicht werden und das Interesse von finanziell potenten Geschäftsinhabern, sich in Wanne niederzulassen und zu einer weiteren Belebung der Innenstadt beizutragen.
- **Bekleben der Schaufenster - Reinigung**  
Leerstand ist oft von weitem sichtbar. Die Läden sind dunkel, die Schaufenster sind mit Werbezetteln oder Notizen verklebt, mit Farbe beschmiert und vor der Eingangstür sammelt sich alte Werbung, trockenes Laub und Müll. Das kann man schon von weitem erkennen und genau das, muss vermieden werden. Daher muss auch ein leerstehendes Ladenlokal gepflegt werden. Dies ist Auf-



Beklebte Scheiben

gabe des Eigentümers. Aber auch die Nachbarn können gerade bei der Sauberkeit helfe. Hilfreich ist es die Erfahrungen der großen Stores zu nutzen. Hier werden leer stehende Verkaufsflächen mit Folien beklebt, so dass man erst, wenn man unmittelbar davor steht, erkennen kann, dass hier nichts ist. Die Schaufenster mit einer interessanten Folie zu bekleben und mit LEDs etwas Licht zu erzeugen, ist auch finanziell kein großer Aufwand, hat aber eine große Wirkung.

- Kunst in großen Ladenlokalen

Große Ladenlokale sind vom Konzept erst einmal nicht umfasst, obwohl es auch hier die Möglichkeit gibt, dass sich mehrere Kleinläden ein großes Lokal teilen. Aber auch hier gibt es die Möglichkeit, Leerstand zu vermeiden. In einer Zusammenarbeit mit Künstlergruppen kann man diese als Ausstellungsflächen in der Innenstadt nutzen. Die Eigentümer könnten mit den Künstlergruppen eine Vereinbarung auf Zeit treffen, gegen Selbstkosten (in Höhe



Platz für Kunst

der Nebenkosten für Strom, Wasser, Heizung etc.) das leerstehende Lokal zur Verfügung stellen. Ggf. kann man eine prozentuale Beteiligung vereinbaren, bei Verkauf von Werken. Durch ständig wechselnde Ausstellungen kommt so Leben und Veränderung in die Stadt, durch Vernissagen und andere Aktionen kann man Publikum in die Stadt locken, die sonst hier nicht herkommen.

- Verkaufsflächen für gemeinnützige Projekte

Eine andere Nutzung für kleinere Ladenlokale wäre die Nutzung als Verkaufsfläche für gemeinnützige Projekte. Dies können Schulen oder Altersheime sein, selbst gemachtes oder vermitteltes, Kunst oder Natur. Möglich ist ein Charité-Shop, in dem man Kleidung oder Hausrat holen oder tauschen kann, Schulbücher oder Spielzeug für Kinder. Das gemeinsame ist, dass keine Gewinnerzielung im Vordergrund steht, sondern die Idee, anderen zu helfen. Durch ein wechselndes Angebot wird auch hier Interesse der Laufkundschaft erzeugt, es kommen Menschen zum Schauen und auch zum Kaufen in die Stadt. Dies führt zur Belebung und auch für kleine zusätzliche Umsätze, die in der Summe zu einer Steigerung der Kaufkraft führt.

- Quartiersbildung

Wohnen, Leben, Arbeiten und Einkaufen, das sind verschiedenen Fassetten, die zusammengehören. Den Anfang des Projekts macht dieses Konzept zur Revitalisierung der Innenstadt. Dazu gehört es auch Menschen in die Stadt zu bringen, die hier wohnen, ihnen ein soziales Umfeld zu bieten, damit sie untereinander kommunizieren, sich kennen lernen und sich gegenseitig unterstützen. Dabei ist wichtig, Menschen unterschiedlichen Alters anzusprechen, Menschen unterschiedlicher Herkunft und Interessen. Durch die Einbindung von sozialen Institutionen, Kirche, Moscheegemeinden, Caritas, Rotes Kreuz etc. kann es gelingen, ein breites Angebot zu schaffen und es attraktiv zu machen, in Wanne nicht nur einmal in die Innenstadt zu gehen, sondern zu bleiben.

- Städtebauförderung

Es ist schon viel Geld in den Stadtumbau in Wanne geflossen. Diese Gelder werden für die Steigerung der Attraktivität der Innenstadt auch weiter benötigt, weniger um große Prestige-Objekte zu finanzieren, mehr für kleinere Projekte, um einzelne Gebäude oder Quartiere neu zu gestalten. Städtebauförderung ist keine Garantie, dass sich etwas verbessert, wie wir an ver-



Jetzt Wanne

- schiedenen Beispielen in Wanne sehen können, aber es ist eine gute Unterstützung
- **Bekanntmachung**  
Die Maßnahmen müssen von einer Werbemaßnahme, von Nachrichten und Informationen in der lokalen und überörtlichen Presse und im Internet begleitet werden. Wichtig ist auch hier der Kontakt zu den Universitäten, dort mit den Stellen, die Studenten für die Zukunft nach der Uni beraten. Hier kann das besondere Angebot auf kreative Ideen treffen, die hier in Wanne verwirklicht werden können. Gleiches gilt für die Zusammenarbeit mit Beratungsstellen bei der IHK und beim Arbeitsamt.

### **Zusammenfassung**

Die Idee des Projektes ist einfach und nicht neu. Man gebe eine Investition an jemanden, die oder der eine Idee hat, biete Rahmenbedingungen um die Idee zu verwirklichen und binde diese Person in die Gemeinschaft ein, um am Ende gemeinsam davon zu profitieren. Tun sollten es diejenigen, die davon am meisten verstehen, die Werbegemeinschaft, die Wirtschaftsförderung und die Unternehmen unserer Stadt, ggf. begleitet durch die Verwaltung - aber **bitte** nicht durch die Politik. Letztere sollte sich auf das beschränken, was sie kann, Rahmen zu setzen, zu initiieren und begleitende Maßnahmen zu koordinieren.

Dieses Konzept trägt die Überschrift „Belebung der Innenstadt in Wanne“. Es kann auch heißen „Belebung der Innenstadt am Beispiel von Wanne“. Es ist übertragbar. Die Probleme, die wir hier haben, haben auch andere. Es ist wie der erste Entwurf einer Idee. Diese muss sich setzen, sie muss diskutiert, verworfen und verändert werden. All dies ist Sinn und Zweck dieser Vorlage. Wichtig ist es zu starten. Wir können es uns nicht leisten, noch viel länger zu warten. Denn dann ist bald der letzte Eigentümer eines Ladenlokals ausgezogen und zurück bleibt nur der Leerstand. Daher meine Bitte am Schluss:

**Lasst uns endlich gemeinsam anfangen!**