



Antwort zur Anfrage Nr. 0786/2019 der Stadt Mainz betreffend **Zukunftsfähige Stadtentwicklung (FDP)**

Die Anfrage wird wie folgt beantwortet:

1. Hält die Verwaltung die derzeitige finanzielle Ausstattung des Citymanagers für angemessen, dass dieser seine Aufgaben laut Arbeitsplatzbeschreibung bewerkstelligen kann?

Um die derzeitige finanzielle Ausstattung des Citymanagers in Relation zur Arbeitsplatzbeschreibung zu setzen, gab **mainzplus CITYMARKETING GmbH** folgende Stellungnahme ab:

Zu den relevanten Arbeitsbereichen eines Citymanagers zählen unter anderem:

- Lobbyarbeit und Interessensvertretung (öffentlich/politisch/stadtintern)
- Bestandspflege (Betreuung ansässiger Betriebe in allen Angelegenheiten)
- Quartiersmanagement (bauliche Entwicklung und Nutzung von Gebäuden und dem öffentlichen Raum, Schaffung von Netzwerken, Unterstützung und Durchführung von Gemeinschaftsaktionen)
- Betreuung neuer Betriebe oder Umsiedlungen alter Betriebe,
- Citymarketing (Organisation, Durchführung und/oder Begleitung von öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen zur Belebung der Innenstadt)
- Schaffung eines wirtschaftsfreundlichen Innenstadtstandortes

Einige Arbeitsbereiche lassen sich mit Personalressourcen umsetzen, wie z.B. die Lobbyarbeit, die Bestandspflege, die Begleitung und Unterstützung der Betriebe bei eigenen Marketingmaßnahmen und die Betreuung von Ansiedlungsvorhaben.

Dagegen lassen sich andere wichtige Aufgaben nur mit finanziellen Ressourcen realisieren: Beispiele hierfür sind der Ausbau städtischer Services (u.a. WLAN) sowie das so genannte Leerstandsmanagement (Zwischennutzungen, Plattformen für Leerstände etc.) sowie Förderungen zur Ansiedlung ortsspezifisch relevanter Branchen.

Im Jahr 2018 standen dem Mainzer Citymanagement insgesamt 100.000 Euro zur Verfügung, wovon für die Verwaltungs- und Personalkosten ca. 70.000 Euro ausgegeben wurden. Darüber hinaus wurden Rechnungen in Höhe von 20.000 Euro beglichen, die aus dem Vorjahr offen waren, sodass für anstehende Projekte ca. 10.000-20.000 Euro übrig geblieben sind. Somit konnten im Jahr 2018 nur fünf Projekte umgesetzt werden, drei davon nur unter Beteiligung Dritter. In Projektgruppen wurden Kernthemen wie Leerstandsmanagement, Aufenthaltsqualität und WLAN in der Stadt ausgearbeitet, die jedoch nur auf ehrenamtlicher Basis angegangen werden konnten. Insgesamt betragen die Ausgaben ca. 30.000 Euro inklusive Drittmittel.

Um alle notwendigen, eingangs skizzierten Aufgaben umfänglich ausführen zu können, sollten mindestens zwei Stellen geschaffen werden, welche Personalkosten von ca. 100.000 Euro verursachen würden. Für die Basisarbeit (Netzwerke, Schulungen, Lobbyarbeit, Unterstützung

Zusammenschlüsse von Betrieben) werden ca. 50.000 Euro benötigt. Für alle Marketingaktionen, wie den Gemeinschaftsaktionen (Windlichter, Schaufensterwettbewerb, etc.) sowie der Unterstützung der Verkaufsveranstaltungen (verkaufsoffene Sonntage, Black Friday, lange Einkaufsnacht) sollten ca. 100.000 Euro kalkuliert werden. Somit ergeben sich Kosten in Höhe von 250.000 Euro (oder mehr), welche für eine optimale Umsetzung aller Aufgaben notwendig sind.

Als Beispiel für die aktuelle Diskrepanz zwischen Budget und Aufgabenspektrum sei der Schaufensterwettbewerb genannt, der im Jahr 2018 im Rahmen der Sonderausstellung „Mickey, Donald & Friends“ erfolgreich und mit großem Medienecho durchgeführt wurde. Sollte wieder ein ähnlich konzipierter Schaufensterwettbewerb stattfinden, müsste die zuständige Person ca. zwei Monate lang alle anderen Tätigkeiten ruhen lassen, da Einzelabsprachen mit 30 bis 40 Geschäften geführt werden müssen. Außerdem müssten der Jury-Rundgang, das öffentliche Gewinnspiel und die Abschlussveranstaltung sowie das Gesamtmarketing koordiniert werden.

Auch die unterstützende Finanzierung, Programmgestaltung, Organisation und Vermarktung der verkaufsoffenen Sonntage bedeutet einen hohen Aufwand, der in der aktuellen Personalstruktur des Citymanagements nicht zu stemmen ist.

Insgesamt ist also festzuhalten, dass die derzeitige Ausstattung des Citymanagers zu gering ist, um das eigentliche Aufgabenspektrum hinreichend abzudecken.

2. Wie hoch ist der Anteil der öffentlichen Gebäude in Mainz, die bereits an das Glasfasernetz angeschlossen sind?

Die KDZ gibt folgende Auskunft:

Von den knapp 170 Lokationen, die an das städtische Netz angebunden wurden, sind die folgenden 15 - mehr oder weniger öffentlichen - Lokationen an ein Glasfasernetz eines Providers (Versatel oder Mainzer Breitband) angeschlossen:

- Rathaus (inkl. Brückenturm und Rheingoldhalle) (Versatel)
- Stadthaus (Versatel)
- Zitadelle (Versatel)
- Bevölkerungsschutz (Versatel)
- Entsorgungsbetrieb Mombach (Versatel)
- Feuerwache 1 (Versatel)
- Feuerwache 2 (Versatel)
- Grün- und Umweltamt, Geschwister-Scholl-Straße (Versatel)
- Gutenbergmuseum (Versatel)
- KFZ Zulassungsstelle (Versatel)
- KUZ (Mainzer Breitband)
- Naturhistorisches Museum (Versatel)
- Stadtbibliothek und Stadtarchiv (Versatel)
- Wirtschaftsbetrieb Mombach (Versatel)
- Wirtschaftsbetrieb Emy-Roeder-Straße (Versatel)
- KDZ (Versatel, Mainzer Breitband)

3. In welchen Bereichen der Innenstadt steht derzeit noch keine Breitbandinfrastruktur zur Verfügung?

Laut Breitbandatlas der Bundesregierung stehen, über das gesamte Stadtgebiet, folgende Bandbreiten zur Verfügung:

	Verfügbarkeit Mbit/s in %						
	1	2	6	16	30	50	✘
Kreisfreie Stadt Mainz	100	100	100	100	97	93	⋮

Ab einer Bandbreite von 16MBit/s wird von einer Breitbandverbindung gesprochen. Welche Techniken hierzu eingesetzt werden, wird von den Infrastrukturanbietern in eigener Regie entschieden und nicht veröffentlicht. Eine Recherche für die **Mainzer Innenstadt** zeigte einen Bereich zwischen Quintinsstraße, Staatstheater und Markt, der laut Breitbandatlas nur bis zu 95% mit schnellen Verbindungen ausgestattet sein sollte. Allerdings wurde bei einer **stichprobenartigen Direktabfrage** der Anbieter „Deutsche Telekom“ oder „Vodafone“ bei mindestens einem der Provider eine angebotene Leistung von **bis zu 50MBit/s ermittelt**.

4. Welche Möglichkeiten hat die Verwaltung, den Leerstand von Ladenlokalen und sonstigen Gewerbeflächen flächenmäßig zu analysieren und die Nutzung zu optimieren? Werden dabei digitale Systeme genutzt? Welche Erkenntnisse gibt es aus den vergangenen Jahren?

Die Wirtschaftsförderung der Landeshauptstadt Mainz erhebt seit 2004, regelmäßig im Sommer, das Einzelhandelsmonitoring, welches auf „mainz.de“ veröffentlicht wird. Ziel des Einzelhandelsmonitoring ist es die Gremien und die Verwaltung über den jeweiligen Ist-Zustand im Einzelhandel zu informieren. Dabei werden Unternehmenswechsel, Nutzungsarten sowie Leerstände aufgezeichnet. Zu sonstigen Gewerbeflächen gibt es keine gesonderte Auswertung.

Die Verwaltung von Anfragen und Angeboten innerhalb der Verwaltung wird mit Hilfe von Bürosoftware (Exceltabellen) strukturiert und abgeglichen. Dies ist, gemessen an der Zahl von Angebot und Nachfrage, derzeit ausreichend.

Einschätzung der Marktsituation: Die Situation auf dem Markt der Gewerbeimmobilien der vergangenen Jahre zeigt, dass den Nachfragenden ein eher geringes Angebot gegenübersteht. Die Zahl der nicht belegten Gewerbeimmobilien oder der un bebauten Grundstücke wird dabei als eher unterdurchschnittlich eingeschätzt. Aus diesem Grund gestalten sich die Kaufpreise oder Mieten, im Vergleich mit den Umlandgemeinden, naturgemäß höher. Interessenten, die das aktuelle Preisniveau akzeptieren, finden trotz allem, in einem angemessenen Zeitraum, geeignete Liegenschaften. In diesem Segment herrscht ein fast „vollkommener Markt“, das heißt die Marktmechanismen funktionieren ohne Einbindung oder aktives Eingreifen der Verwaltung.

5. Welche Unterstützung bietet die Stadt Mainz Einzelhändlern für die Umsetzung innovativer digitaler Konzepte? Gibt es in diesem Bereich finanzielle und andere Anreize?

In der Vergangenheit wurden auf den unterschiedlichsten Ebenen regelmäßig Gespräche mit Einzelhändlern, aber auch mit Branchenvertretern (Einzelhandelsverband, Werbegemeinschaft Mainz e.V., Mainz City Management e.V.) geführt. Ansätze zur Umsetzung digitaler Konzepte gibt es deutschlandweit verschiedene, jedoch erfahren diese vielerorts erhebliche Schwierigkeiten bei der konkreten Realisierung. Mit dem Citymanager Jörg Hormann besteht insofern Einigkeit, dass auf die Etablierung lokaler digitaler Einkaufssysteme verzichtet werden sollte, da bei diesen Projekten generelle Akzeptanzprobleme bestünden. Als Beispiel mag hier die „Online City Wuppertal“ dienen, die einst als sogenanntes Leuchtturmprojekt gestartet ist und sich nun erheblichen Schwierigkeiten bei der Akzeptanz sowie beim Management der Leerstände gegenüber sieht.

Die Mainzer Verwaltung hat sich daher, aufgrund des grundlegenden Strukturwandels im Einzelhandel, entschieden die Branche beratend zu unterstützen. Hierzu wurde in Zusammenarbeit mit dem Citymanager das Instrument „Einzelhandelsfrühstück“, jeweils am ersten Dienstag eines Monats, geschaffen. Im weiteren Jahresverlauf wird dieses Format durch Fachberater ergänzt. Darüber hinaus steht die Wirtschaftsförderung den Einzelhändlern jederzeit gern mit Rat zur Verfügung. Finanzielle Zuwendungen sind generell nur unternehmensneutral möglich und werden nach Antrag geprüft und im Allgemeinen gewährt. Fördermöglichkeiten z.B. auf Landesebene werden an die Interessenvertreter des Einzelhandels kommuniziert. Hier sei beispielhaft der Kreativwettbewerb des Landes „Interiordesign und Handel“ genannt.

6. Welche Möglichkeiten sieht die Verwaltung, Distributionszentren (sog. „City-Hubs“) in der Nähe von Stadt- oder Einkaufszentren einzurichten, um langfristig einen Beitrag für eine effizientere und umweltfreundlichere Versorgung mit Waren leisten zu können?

Laut Aussage des Dezernates V befürwortet die Stadt Mainz die unternehmensneutrale Konzeptionierung von Mikrodepots. Ein solches Vorhaben ist im Masterplan M³, als „Einrichtung Mikrodepots am Innenstadtrand als zweite Umschlagspunkte“ verankert, mit dem Ziel, eine spürbare Reduktion von Anfahrtfrequenzen in der Innenstadt zu erreichen sowie erhöhten Lieferverkehren und Emissionen in der Innenstadt entgegenzuwirken. Des Weiteren beteiligt sich die Stadt Mainz am Förderprojekt "Klimafreundlicher Lieferverkehr für saubere und lebenswerte Städte", um die letzte Meile klimafreundlicher, effizienter und sauberer zu gestalten.

Mainz, 17.04.2019

gez.

Manuela Matz
Beigeordnete