



Beschlussvorlage

Amt: 10/101 Mundinger	Datum: 05.04.2018	Az.:	Drucksache Nr.: 86/2018
--------------------------	-------------------	------	-------------------------

Beratungsfolge	Termin	Beratung	Kennung	Abstimmung
Gemeinderat	11.06.2018		öffentlich	

Beteiligungsvermerke

Amt						
Handzeichen						

Eingangsvermerke

Oberbürgermeister	Erster Bürgermeister	Bürgermeister	Haupt- und Personalamt Abt. 10/101	Kämmerei	Rechts- und Ordnungsamt

Betreff:

Präsentation der Ergebnisse des Handlungskonzeptes Innenstadt durch die imakomm Akademie

Beschlussvorschlag:

Der Gemeinderat nimmt zustimmend Kenntnis von dem „Positionierung und Handlungskonzept Innenstadt Lahr“.

Anlage(n):

Das „Positionierung und Handlungskonzept Innenstadt Lahr“ der imakomm Akademie wurde bereits Mitte November 2017 postalisch zugestellt.

BERATUNGSERGEBNIS	Sitzungstag:			Bearbeitungsvermerk	
<input type="checkbox"/> Einstimmig <input type="checkbox"/> lt. Beschlussvorschlag <input type="checkbox"/> abweichender Beschluss (s. Anlage)				Datum	Handzeichen
<input type="checkbox"/> mit Stimmenmehrheit	Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthalt.		

Begründung:

Im Jahr 2015 legten die Mitglieder des Gemeinderates in der Gemeinderatsklausur zum Schwerpunkt Handel die konzeptionelle Fortentwicklung der Themen Nahversorgung, Einzelhandel und Innenstadtentwicklung fest. Auf Grundlage des GR-Beschlusses vom 15.12.2015 beauftragte die Stadt Lahr die imakomm AKADEMIE im April 2016 mit der Erarbeitung des Projektes „Positionierung und Handlungskonzept Innenstadt Lahr“.

Die Innenstadt Lahr sieht sich, wie viele andere Innenstädte, zahlreichen Herausforderungen gegenüber. Zu nennen sind beispielsweise der demografische Wandel, der Online-Handel, ein geändertes Kundenverhalten usw.. Darüber hinaus bestehen für die Lahrer Innenstadt auch spezifische Herausforderungen.

Der Strukturwandel in der Lahrer Innenstadt zeigt sich an Funktionsänderungen (trading-down, Leerstände usw.) in innerstädtischen Randbereichen. Mit diesem Strukturwandel fallen langfristig innerstädtische Besuchsründe weg, so dass der Aufbau zusätzlicher Besuchsründe sowie sonstige attraktivitätssteigernde Maßnahmen zum Erhalt / zur Steigerung der Frequenz nötig sind.

Die Positionierung im regionalen Wettbewerb und die darauf basierende zielgruppengerechte Ansprache sind Bestandteil des vorliegenden Handlungskonzeptes. Mit der „Chrysanthe“ hat die Stadt Lahr ein überregional renommiertes Festival geschaffen. Das neu erarbeitete Handlungskonzept soll unterschiedliche bestehende Ansätze und neue Maßnahmen in eine umfassende Positionierungsstrategie zusammenführen

Die bestehenden Vermarktungsstrukturen (Ausschuss für Stadtmarketing und Standortentwicklung, Werbegemeinschaft, Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung) „funktionieren“ gut, auch im gegenseitigen Austausch. In Verbindung mit den oben aufgezeigten Entwicklungen gilt es, für die Innenstadt und das Marketing langfristig Strukturüberlegungen über Inhalte und Botschaften sowie künftige Schwerpunkte beim Innenstadtmarketing festzulegen und klare Verantwortlichkeiten und Überlegungen zur Finanzierung zu definieren.

Das vorliegende „Positionierungs- und Handlungskonzept Innenstadt Lahr“ soll als Grundlage für künftige Handlungsstrategien dienen.

Das Konzept ist eine Bestandsaufnahme der Lahrer Innenstadt und definiert inhaltliche und räumliche Schwerpunkte für die künftige Gestaltung der Innenstadt. Im Fokus konkreter Maßnahmen zum Auf- bzw. Ausbau von Besuchsründen und Anreizsystemen für einzelne Zielgruppen stehen identitätsstiftende und frequenzbringende Maßnahmen zur künftigen Vermarktung der Lahrer Innenstadt nach „innen und außen“. Als Handlungsplan werden Umsetzungsschritte, Verantwortlichkeiten, Finanzierung, Prioritäten, Medien- und Kommunikationsmaßnahmen definiert.

Grundlage des Konzeptes sind vorangegangene Studien der Universität Gießen und der dwif Consulting in München, das Handlungskonzept des Büros Dr. Donato Acocella sowie Erhebungen und vergleichende Untersuchungen der imakomm Akademie.

Teile des Maßnahmenkataloges sind bereits in der Umsetzungsphase, wie etwa die im September 2017 gestartete Innenstadt-Kampagne „Außen Lahr. Innen Stadt“, die gemeinsam vom Stadtmarketing und Handel entwickelt und umgesetzt wird.