



# Freie und Hansestadt Hamburg

## Bezirksversammlung Altona

Drucksachen-Nr.: 21-1759

### Beschlussempfehlung öffentlich

Beratungsfolge		
	Gremium	Datum
Öffentlich	Ausschuss für regionale Stadtteilentwicklung und Wirtschaft	10.03.2021

### **Konzept zur Stärkung des stationären Einzelhandels in Altona – Wirtschaftsförderung in der Krise (bezugnehmend auf Drs. 21-1676.1)**

Die Bezirksversammlung Altona ist in der Sitzung am 25.02.2021 der Beschlussvorlage des Ausschusses für regionale Stadtteilentwicklung und Wirtschaft gefolgt. Daraufhin hat das Bezirksamt Altona mit Schreiben vom 26.02.2021 die in Altona ansässigen Interessengemeinschaften, Werbegemeinschaften, Einkaufszentren, die Handels- und Handwerkskammer Hamburg und Hamburg Tourismus angeschrieben und über die Initiative informiert.

Am 03.03.2021 lud die Abteilung Wirtschaftsförderung die Akteure zu einer Online-Konferenz ein, an der die Hamburg Tourismus GmbH die Stadtteilkampagne „Weil wir Hamburg sind“ vorstellte.

Eingeladen wurden folgende Gemeinschaften in den Quartieren:

- IG Große Bergstraße e.V.
- Elbmeile Hamburg e.V.
- Werbegemeinschaft MERCADO EKZ Altona-Ottensen GbR
- IG Waitzstraße e.V.
- Blankenese Interessen-Gemeinschaft e.V.
- Gemeinschaft Rissener Kaufleute e.V.
- Elbe- Einkaufszentrum
- Lurup Center
- Werbegemeinschaft Born Center

Ebenfalls eingeladen waren Vertreter des Online-Portals „Altona bringt`s“.

Nicht teilgenommen haben das Elbe- Einkaufszentrum und das Lurup Center.

Wie bereits in dem Anschreiben angekündigt und in dem Online-Termin vertieft, wurden die Akteure darauf hingewiesen, dass das Bezirksamt gemeinsam mit den Interessenvertretungen des Handels eine Öffentlichkeitskampagne zur Unterstützung des stationären Handels in Altona initiieren sollte. Das Ziel soll sein, die Kunden in die ortsansässigen Geschäfte zurückzuholen.

Da die Interessen, Themen und Probleme in den Einzelhandelsquartieren durchaus

unterschiedlich sind, gab es in dem Termin auch keine einheitliche Idee, die von den IG's als zielführend erachtet wurde. Auch die von Hamburg Tourismus GmbH vorgestellte Stadtteilkampagne konnte nicht überzeugen.

Es wurde deutlich, dass **eine einheitliche** Öffentlichkeitskampagne für Altona nicht realisierbar ist. Somit wurden die Interessengemeinschaften gebeten, die für sie in Frage kommenden Maßnahmen mit dem erforderlichen Finanzbedarf und der möglichen Kofinanzierung zu benennen.

Folgende Ideen einer **kurzfristigen** Umsetzungsmöglichkeit liegen vor:

- **Gemeinschaft Rissener Kaufleute e.V.**  
Anzeigenkampagne „Kauf in Rissen“ in zwei Zeitungen (Uetersener Nachrichten und UeNa-tip)  
Kosten 1.892 Euro davon 20% Eigenmittel; verbleiben **1.514 Euro**.
- **Werbegemeinschaft Born Center**  
Plakate, Beachflags, Postkarten / Flyer, Aufkleber /Sticker, Klebefolien, Goodiebags, Fahnen, Vollformat-Seite Luruper Nachrichten, Individuelle Gemälde von Osdorf-Künstler, Motiv auf Basis „Weil wir Hamburg sind“  
Kosten gesamt **9.000 Euro**, wobei durchaus nicht alle Ideen parallel realisiert werden müssen. Somit ließe sich der Finanzbedarf reduzieren. Eigenmittel können nicht beziffert werden.
- **Blankenese Interessen-Gemeinschaft e.V.**  
Pauschal **1.000 Euro** als Zuschuss für Werbe -, Plakat- und Flyeraktionen  
oder  
Gratispostkarte Kunstmeile, Gratispostkarte „Täglich Open Air“, Bedruckte Taschen, Plakataktion, auch auf facebook und Nebenan.de.  
Kosten **6.020 Euro**, Eigenmittel wurden nicht beziffert.
- **IG Waitzstraße e.V.**  
Pauschal **1.000 Euro** als Zuschuss für Werbe -, Plakat- und Flyeraktionen  
oder  
Zuschuss für Grünflächenpflege in Höhe von 50 % der Gesamtkosten.  
Kosten 16.000 Euro, Eigenmittel 8.000 Euro, verbleiben **8.000 Euro**.

Folgende Ideen einer **mittelfristig bis langfristig** angelegten Umsetzungsmöglichkeit wurden genannt:

- **Elbmeile Hamburg e.V.**
  - Breit angelegte Unternehmensbefragung mit Corona-Einstiegsteil
  - Geplantes Imagevideo über das Gebiet und seine Akteure
  - Relaunch des Internetauftritts
  - Facharbeitskreis „Zukunft des Fischmarktes“

Kurzfristig angelegte Öffentlichkeitskampagnen wurden nicht genannt und somit nicht beziffert.

- **IG Große Bergstraße e.V. und Werbegemeinschaft MERCADO EKZ Altona-Ottensen gBR**
  - Kostenlose Elektro-Lastenräder für das Kernzentrum Altona.
  - E-Lastenräder sollen kostenlos nutzbar sein für Anwohner und Händler.
  - Bereits vorhandene Lastenräder, z.B. von IKEA sollen integriert werden. Kooperation mit ADFC wird angestrebt.
  - Kosten für drei bis vier Fahrräder incl. Infrastruktur 20.000 bis 25.000 Euro.
  - Initiatoren: HASPA, IKEA Hamburg-Altona, IG Gr. Bergstraße e.V., MERCADO Einkaufszentrum, Unser Altona.

- Weiterer Ausbau von „Altona bringt´s“. Dieser Plattform gehören bereits mehr als 260 Unternehmen aus Altona an.

Kurzfristige Werbe- oder Öffentlichkeitskampagnen sind nicht gewünscht.

Weiterhin wurden pauschal Maßnahmen durch die Interessen-Gemeinschaft Blankenese e.V. benannt, die zur Erhaltung des stationären Handels in den Ortskernen beitragen können. Diese sind verwaltungsseitig noch nicht abschließend bewertet worden und dienen als Diskussionsgrundlage.

### 1. **Sonntagsöffnung/Gleiche Ladenöffnungszeiten lokal wie online**

Die Elbvororte sind Ausflugsziele – an einem Sonntagnachmittag mit Sonnenschein und Urlaubsstimmung wird dort manchmal mehr Geld ausgegeben als an allen anderen Wochentagen zusammen. Eine große Chance für den lokalen Handel, etwas von den Marktanteilen zurückzuerobern, die er in der Corona-Zeit an den Onlinehandel verloren hat.

Wenn der lokale Einzelhandel auf Dauer eine Chance haben soll, muss er unter den gleichen Wettbewerbsbedingungen wie der Onlinehandel arbeiten können. Analog zu Artikel 3 GG sollte der stationäre Einzelhandel gleiche Öffnungszeiten erhalten: *„Der Staat fördert die tatsächliche Durchsetzung der Gleichberechtigung vom lokalen Einzelhandel und Onlinehandel und wirkt auf die Beseitigung bestehender Nachteile hin.“*

### 2. **Kostenloses Parken für die erste Stunde**

In zahlreichen Quartieren wird der Parkraum bewirtschaftet. Dieses macht grundsätzlich auch Sinn, weil dadurch Dauerparken verhindert wird. Allerdings sind die Preise sehr hoch – gerade im Vergleich zu den Einkaufszentren, bei denen die erste Stunde gratis ist, die zweite nur 1,20 Euro kostet. Ähnliches sollte auch in den Ortskernen möglich gemacht werden: Wenn eine dauerhafte Umstellung der Parkuhren nicht möglich ist, sollten zumindest für die Zeit nach dem Corona-Lockdown (2021 und 2022) die betreffenden Abschnitte von Parkschein auf Parkscheibe umgestellt werden.

### 3. **Steigerung der Aufenthaltsqualität**

#### 1. **Mehr geeignete Sitzmöglichkeiten**

Wenn wir die Quartiere als Orte der Begegnung erhalten bzw. ausbauen wollen, dann gehört dazu die Instandhaltung / Ergänzung des Stadtmobiliars

#### 2. **Mehr Sauberkeit**

Häufigere Entleerung der Papier- und Glascontainer sowie der Müllbehälter. Regelmäßig Reinigung der gesamten Gehwege einschließlich Beete / Grünflächen sowie Benennung eines Ansprechpartners bei der Hamburger Stadtreinigung für das jeweilige Quartier. Auch vom Bezirksamt sollten feste Ansprechpartner benannt werden, da zum Beispiel für die Beseitigung der zahlreichen Stolperfallen auf den Gehwegen die Stadtreinigung nicht zuständig ist.

#### 3. **Mehr Straßenbäume und mehr Straßenbegleitgrün**

Über die Bedeutung von Straßenbäumen und Straßenbegleitgrün wurde in den vergangenen Jahren schon häufig diskutiert und zahlreiche Beschlüsse gefasst – aber leider wurden die meisten dieser Beschlüsse bis heute entweder gar nicht oder mehr oder weniger mangelhaft umgesetzt. Es sind sogar Fälle bekannt, wo Anwohner eigenständig die Baumscheiben bepflanzen wollten und die Verwaltung dieses untersagt hat. Dieses muss sich kurzfristig ändern.

#### 4. Stationären Einzelhandel beim Online-Einstieg helfen

1. **Bereitstellung einer einheitlichen Plattform**, auf der sich alle IGs mit ihren Mitgliedern präsentieren können.  
Auch der stationäre Einzelhandel muss zukünftig verstärkt im Internet präsent sein. Es ist sinnvoll und kostensparend, eine IT-Lösung anzubieten, mit der alle Quartiere ohne großen technischen Aufwand ihre Lösungen realisieren können.
2. **Webseite hamburg.de** – alle Quartiere mit vielen Informationen auf die offiziellen Seiten der Stadt mit allen Geschäften und Kontaktdaten  
Enge Verzahnung zwischen den jeweiligen Quartierslösungen und hamburg.de.

#### 5. IGs als Quartiersmanager in die Zusammenarbeit einbinden

Schaffung einer Organisationsstruktur um eine konstruktive Zusammenarbeit zwischen den Bezirksämtern und den IG's zu entwickeln. Hier müsste ein rechtliches Fundament, beispielhaft sei hier das BID-Gesetz genannt, geschaffen werden.

1. **Ansprechpartner für Quartiersmanager im Bezirksamt:**  
Koordinierung sämtlicher Quartiere, als Ergänzung zu Wirtschaftsförderer (der hat nicht nur die Quartiere im Blick)  
Die Wirtschaftsförderer in den einzelnen Bezirken sind nicht in der Lage ein übergeordnetes Quartiersmanagement in den Bezirken umzusetzen.  
Zu diskutieren und zu entscheiden wäre, ob dieses in den einzelnen Bezirken oder auf Landesebene anzusiedeln ist.
2. **Zugang der IGs zu den Kontaktdaten der Grundeigentümer im jeweiligen Quartier**  
Wenn die IGs ein aktives Quartiersmanagement umsetzen sollen benötigen sie hierzu auch die erforderlichen Informationen. Dazu zählen u.a. die Kontaktdaten von den betreffenden Grundeigentümern.
3. **Beteiligung der IGs als Träger öffentlicher Belange bei Umgestaltungen, insbesondere der Verkehrsflächen.**  
Wenn die IGs ein aktives Quartiersmanagement umsetzen sollen benötigen sie hierzu auch die erforderlichen Informationen. Dazu zählen u.a. auch Information über geplante Umgestaltungen im Quartier.
4. **Informationen des Bezirksamtes über Veränderungen der B-Pläne, Bauanträge und deren Umsetzung bei Bauvorhaben**  
Wenn die IGs ein aktives Quartiersmanagement umsetzen sollen benötigen sie hierzu auch die erforderlichen Informationen. Dazu zählen u.a. auch Information über geplante Bauvorhaben / B-Planänderungen im Quartier.
5. **Register für Leerstände: Meldung von Leerständen bevor sie entstehen.**  
Um Leerstände möglichst frühzeitig zu verhindern, ist ein aktives Flächenmanagement in den Quartieren erforderlich.

#### 6. Gemeinschaftserlebnis im Stadtteil fördern

1. **Vereinfachte Genehmigungsprozess für Sondernutzung**  
Nutzung von öffentlichen Flächen belebt das Quartier. Die Flächen sollen den lokalen Einzelhändlern und Gastronomen angeboten werden. Das Bezirksamt begleitet durch einen Beauftragten den Genehmigungsprozess und berät die IG's und die Gewerbetreibenden. Sondernutzungsgebühren werden nicht erhoben.
2. **Kostenfreie Werbung im öffentlichen Raum**  
Erlaubnis für die Bewerbung von lokalen Veranstaltungen / Straßenfesten etc. auf öffentlichen Wegen ohne Kosten.

### Fazit:

Vier der neun Interessen- und Werbegemeinschaften im Bezirk Altona haben sich kurzfristig umsetzbare Öffentlichkeitskampagnen überlegt, die alle einen unterschiedlichen Finanzbedarf auslösen.

- Rissen 1.514 Euro
- Born Center 9.000 Euro
- IG Blankenese 1.000 Euro pauschal oder 6.020 Euro beziffert
- IG Waitzstraße 1.000 Euro pauschal oder 8.000 Euro beziffert

Drei Interessen- und Werbegemeinschaften im Bezirk Altona haben sich mittel- bis langfristige Maßnahmen zur Steigerung der Frequenzen im stationären Einzelhandel überlegt.

- Elbmeile Hamburg e.V.
- IG Große Bergstraße e.V. und Mercado Einkaufszentrum

Zwei Gemeinschaften haben auch auf mehrfache Ansprache nicht reagiert.

- Elbe-Einkaufszentrum
- Lurup Center

Dieser unterschiedliche Finanzbedarf für kurz- und mittel-/ langfristige Maßnahmen sollte aus Sicht der Wirtschaftsförderung aber transparent und einheitlich bewertet werden. Für die Interessengemeinschaften ist wichtig, dass eine Anschubfinanzierung aus Politikmitteln erfolgt. Nicht alle hier aufgelisteten Maßnahmen müssen unbedingt parallel erfolgen. Auch einzelne Maßnahmen sind allein für sich schon hilfreich.

**So wird dem Ausschuss für regionale Stadtteilentwicklung und Wirtschaft vorgeschlagen, den vier Interessen- und Werbegemeinschaften (Rissen, Born Center, Blankenese, Waitzstraße) mit kurzfristig umsetzbaren Öffentlichkeitskampagnen einen einheitlichen Unterstützungsbetrag in Höhe von jeweils 2.500 Euro (Gesamt 10.000 Euro) zur Verfügung zu stellen. Hierbei bleiben etwaige Eigenmittel unberücksichtigt und können für weitere Maßnahmen eingesetzt werden.**

**Die beiden IG`s Große Bergstraße e.V. und elbmeile Hamburg e.V. bleiben unberücksichtigt, da eine kurzfristige Öffentlichkeitskampagne, wie von der Bezirksversammlung Altona gewünscht, nicht angestrebt wird.**

**Für diese genannten Projekte können gesondert Politikmittel beantragt werden, da diese nicht im gebotenen Maße von der Intention des Beschluss der Bezirksversammlung erfasst werden.**

**Weiterhin unberücksichtigt bleiben das Elbe Einkaufszentrum und das Lurup Center.**

### Petition:

**Der Ausschuss für regionale Stadtteilentwicklung und Wirtschaft wird um Zustimmung und Weiterleitung an Haushalts- und Vergabeausschuss gebeten.**

### **Anlage/n:**

ohne