



Begründung:

Wie in vielen Brandenburgischen Städten geht auch in Prenzlau aufgrund des demographischen Wandels die Kaufkraft zurück. Die Stadt Prenzlau hat jedoch als Mittelzentrum eine starke Ankerfunktion im ländlichen Raum. Daher hat sie auf die sich ändernden äußeren Rahmenbedingungen reagiert und in ihrem Integrierten Stadtentwicklungskonzept (INSEK) die „Innenstadtoffensive Prenzlau“ als eine Schlüsselmaßnahme definiert. Dahinter steht das Ziel, die Stadt als attraktiven Handels- und Dienstleistungsstandort zu erhalten und zu stärken. Neben baulich-investiven Maßnahmen und der Förderung kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) sollen mit dem Geschäftsstraßenmanagement die Umsetzung des beschlossenen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts und die Beteiligung und Vernetzung der Akteure forciert werden.

Der Begriff „Geschäftsstraßenmanagement“ darf nicht zu der Annahme verleiten, hierbei stünde nur der zentrale Versorgungsbereich Friedrichstraße/Steinstraße im Fokus der Unterstützung. Selbstverständlich sollen auch die Bereiche Stettiner Straße/Turmcarre, das Sparkassencenter sowie die Handelsbereiche Marktkauf und am Neustädter Damm integriert werden. Auch wenn daher der Begriff „City-Management“ das Anliegen besser beschreibt, wird zur Vermeidung fördertechnischer Irritationen mit den Bewilligungsstellen (es besteht ja in der Stadt bis 2013 noch ein Innenstadtmanagement im Rahmen des EU-Förderprogramms Nachhaltige Stadtentwicklung) das Synonym „Geschäftsstraßenmanagement“ verwendet.

Das Geschäftsstraßenmanagement ist nicht nur in den Großstädten ein erprobtes Instrument der Quartiersentwicklung. Die Erfahrungen anderer brandenburgischer Städte vergleichbarer Größenordnung wie Prenzlau (z.B. aus dem Innenstadtforum Brandenburg e.V. und dem EFRE-Netzwerk) belegen, dass zur Schaffung selbsttragender Strukturen die Stelle des Geschäftsstraßenmanagers/in (GM) direkt bei der Stadt angesiedelt werden sollte. Hier würden sich die besten Synergieeffekte bezüglich Zuständigkeitskenntnissen, der unabdingbaren Lotsenfunktion und schneller Absprachen mit der Verwaltungsspitze ergeben. Außerdem muss sichergestellt werden, dass die Beratung und Betreuung der Innenstadtgewerbetreibenden zur KMU-Förderung in der laufenden Förderperiode (bis 2013 + 2 Jahre) sichergestellt ist. Die Stadtverwaltung stellt sicher, dass die Stelle des GM zur Bündelung bereits teilweise bestehender Aufgabenbereiche führt und keine zusätzliche Stelle notwendig ist. Hierzu wird aus der derzeitigen Wirtschaftsförderung der Stadtverwaltung eine Personalstelle herausgelöst und zur Verfügung gestellt.

Der Geschäftsstraßenmanager soll u.a. folgende Aufgaben übernehmen:

Aufgabenbereiche	Beispiele für Einzelmaßnahmen
Aufbau und Management der AG „Geschäftsstraßenmanagement“	<ul style="list-style-type: none"> • Aktivierung und Vernetzung der Akteure • Konfliktmanagement • Bündlung von Interessen • Coaching und Fortbildungsangebote für ansässige Gewerbetreibende (Schaufenstergestaltung, Service, Warenpräsentation...)organisieren
Veranstaltungsmanagement	<ul style="list-style-type: none"> • Wochenmarktorganisation (Marktberg) • Stadtfest, Weihnachtsmarkt, besondere Einkaufsevents,



	Gutscheinaktionen
Sicherheit und Sauberkeit	<ul style="list-style-type: none">• Zusammenarbeit mit zuständigen Behörden• Putzaktionen, Beteiligungsprojekte
Standortmarketing/ Ansiedlungsmanagement	<ul style="list-style-type: none">• Vernetzung der Interessengruppen• Unterstützung bei der Vermarktung leer stehender Gewerbeflächen• Erfassung der Leerstände bei Gewerbeeinheiten in der Innenstadt und Erstellung von Zwischennutzungskonzepten• Mitbetreuung von An- und Umsiedlungen• Vorschläge zur Stadtbildgestaltung und zum öffentlichen Raum (Bepflanzung, Beleuchtung, Kunst im öffentlichen Raum)• Verbesserung der Erreichbarkeit (Verbesserung der ÖPNV-Anbindung)• Erstellung eines Einkaufsführers
LAGA-Bezug	<ul style="list-style-type: none">• Entwicklung von Beteiligungsideen der Gewerbetreibenden zur LAGA• Produktentwicklung mit LAGA-Bezug• Themenbezogene Veranstaltungen• Rabattaktionen in Verbindung mit der Eintrittskarte zur LAGA
Öffentlichkeitsarbeit	<ul style="list-style-type: none">• Entwicklung eines Corporate Design• Internetauftritt• Newsletter• Pressearbeit• Messeauftritte• Merchandising-Produkte• Erstellung von Werbematerialien

Die Erfahrungen der anderen Städte zeigen auch, dass ein GM einen Verfügungsfonds erhalten soll, um nach Abstimmung mit den Gewerbetreibenden konkrete Projekte anschieben zu können. Ein solcher Verfügungsfonds wäre zu 50 % aus dem Stadtumbauprogramm-Teilprogramm Aufwertung (mindestens bis 2016) förderfähig. Die andere Hälfte sollte aus Beiträgen Dritter kommen (Vermieter, Banken, Sparkasse, Händler, Gewerbetreibende).

In den ersten beiden Jahren (2012, 2013) wird der GM durch die Brandenburgische Beratungsgesellschaft für Stadterneuerung und Modernisierung (B.B.S.M.) unterstützt, die in Prenzlau in diesem Zeitraum auch das Innenstadtmanagement durchführt. Diese Unterstützung, dessen Umfang degressiv und auf 2 Jahre angelegt ist und ebenfalls über das EU-Programm Nachhaltige Stadtentwicklung zu 75 % gefördert wird, umfasst insbesondere folgende Projektentwicklungen:



- Initiative ServiceQualität Deutschland/ Qualitätsstadt in Brandenburg (Gütesiegelaktion)
- Prenzlau als Marke etablieren: (kooperative Profilierung, gemeinsames LOGO, gemeinsamer Slogan)
- Stadtmarketing
- Seminarreihe für Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister organisieren

Zur Finanzierung des Verfügungsfonds und der Durchführung des Geschäftsstraßenmanagements insgesamt werden sich die Sparkasse Uckermark, die VR Bank Uckermark-Randow, die Wohnbau GmbH und die Wohnungsgenossenschaft Prenzlau e.G. im Rahmen einer Kooperationsvereinbarung verpflichten, für die Dauer von 5 Jahren einen jährlichen Beitrag in Höhe von 5.000 € zu leisten. Diese 20.000 € dienen zur Finanzierung der Eigenanteile des Verfügungsfonds und der Projektentwicklung durch die B.B.S.M.. Es wird ein Beirat Geschäftsstraßenmanagement gegründet, in dem alle Kooperationspartner vertreten sind und je ein Stimmrecht hinsichtlich der umzusetzenden Aufgaben erhalten. Weiterhin soll der Beirat mit 2 Vertretern innerstädtischer Gastronomen und Händler, die ebenfalls über ein Stimmrecht verfügen, besetzt werden. Hierbei soll die enge Zusammenarbeit mit der Werbe- und Interessengemeinschaft Prenzlau und dem Marketingkreis Sparkassencenter forciert werden. Die Stadtverordneten werden mindestens einmal jährlich über die durchgeführten Maßnahmen bzw. Aktivitäten informiert und erhalten einen Ausblick auf den jährlichen Folgezeitraum.

Kosten für das Geschäftsstraßenmanagement:

<u>Kosten</u>	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>
Verfügungsfonds:	20.000 €	20.000 €	20.000 €
Eigenanteile der Stadt Prenzlau für die Projektentwicklung:	6.500 €	4.875 €	- €
Eigenanteile Stadt Prenzlau für Sachkosten:	3.500 €	3.500 €	3.500 €
Gesamtkosten:	30.000 €	28.375 €	23.500 €
