



---

# „Konzeptionelle Entwicklung bedarfsorientierter Aktivitäten für die lokale Wirtschaft in der Viersener Südstadt“

**BIWAQ-Teilprojekt 1**

**Leif Lüpertz**

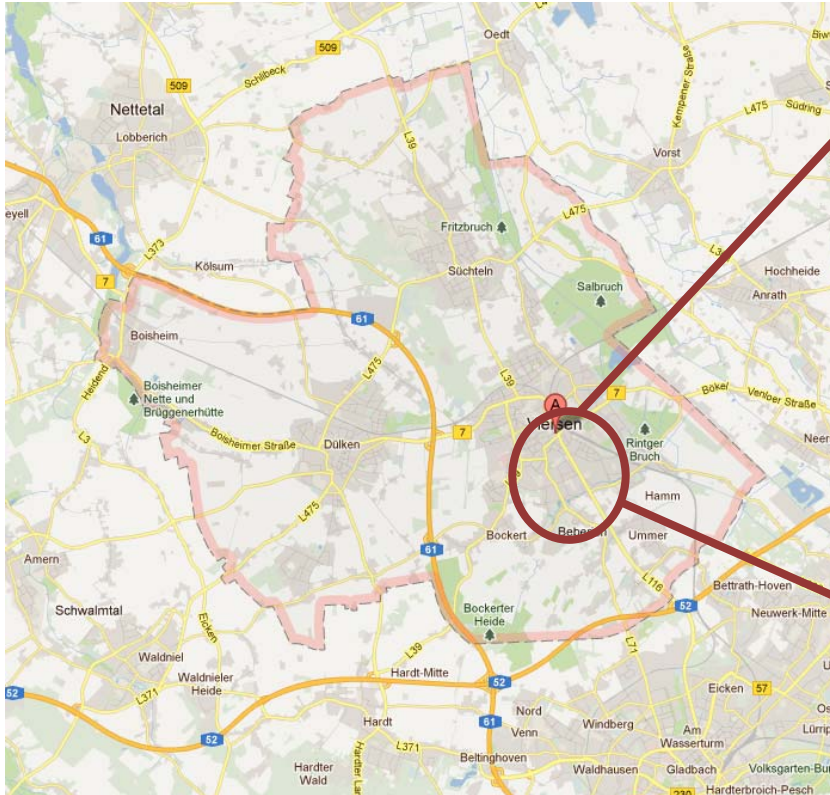
**Katja Keggenhoff**

# Viersen



Quelle: <http://www.geoportal-niederrhein.de/> (verändert)

# Die „Südstadt“



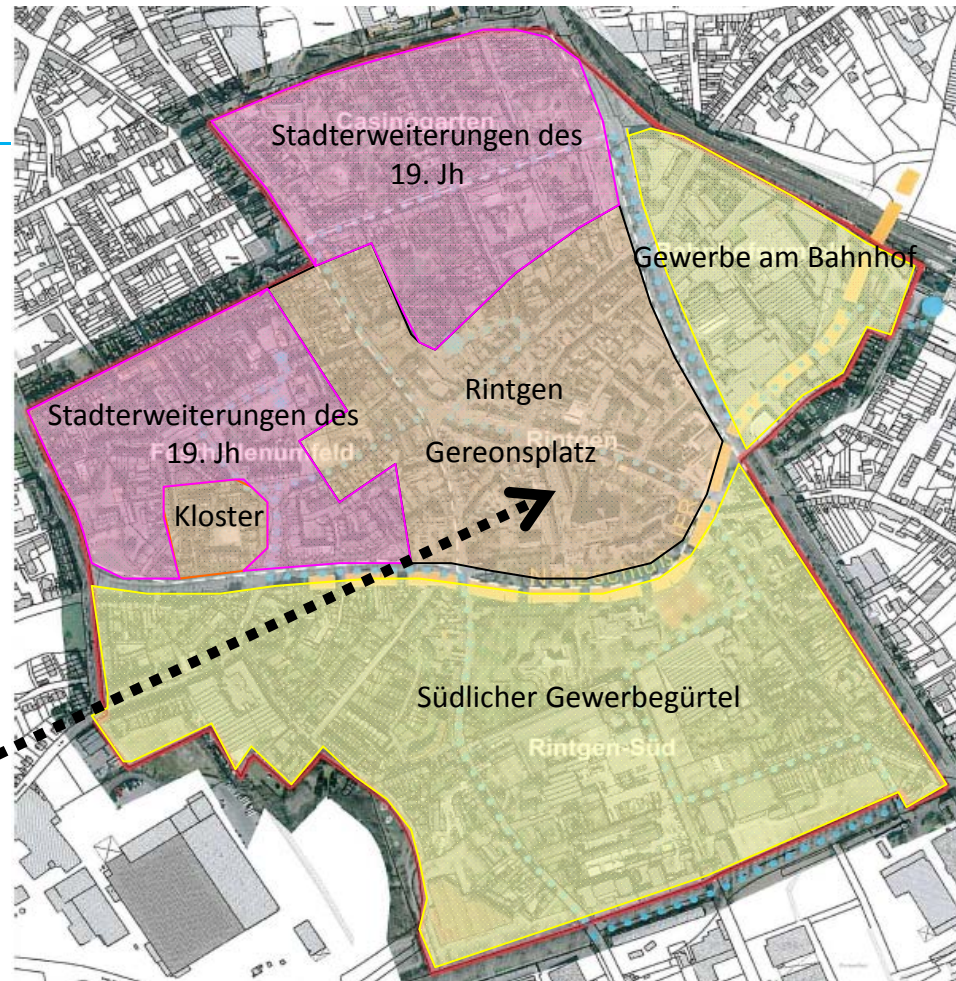
Quelle: Eigene Darstellung nach Google Maps



Quelle: Stadtteilbüro Südstadt

# Die „Südstadt“

Handlungsraum  
Fördergebiet  
„Soziale Stadt“  
6.493 EW (Stand 12/12)



Quelle: Stadt Viersen, Fachbereich Stadtentwicklung

# Ausgangssituation

- Funktionswandel in der Südstadt



- Ansehensverlust in der Gesamtstadt



- soziale, wirtschaftliche, bauliche Probleme...



- Integrierter Handlungsansatz



Soziale Stadt (seit 2009)

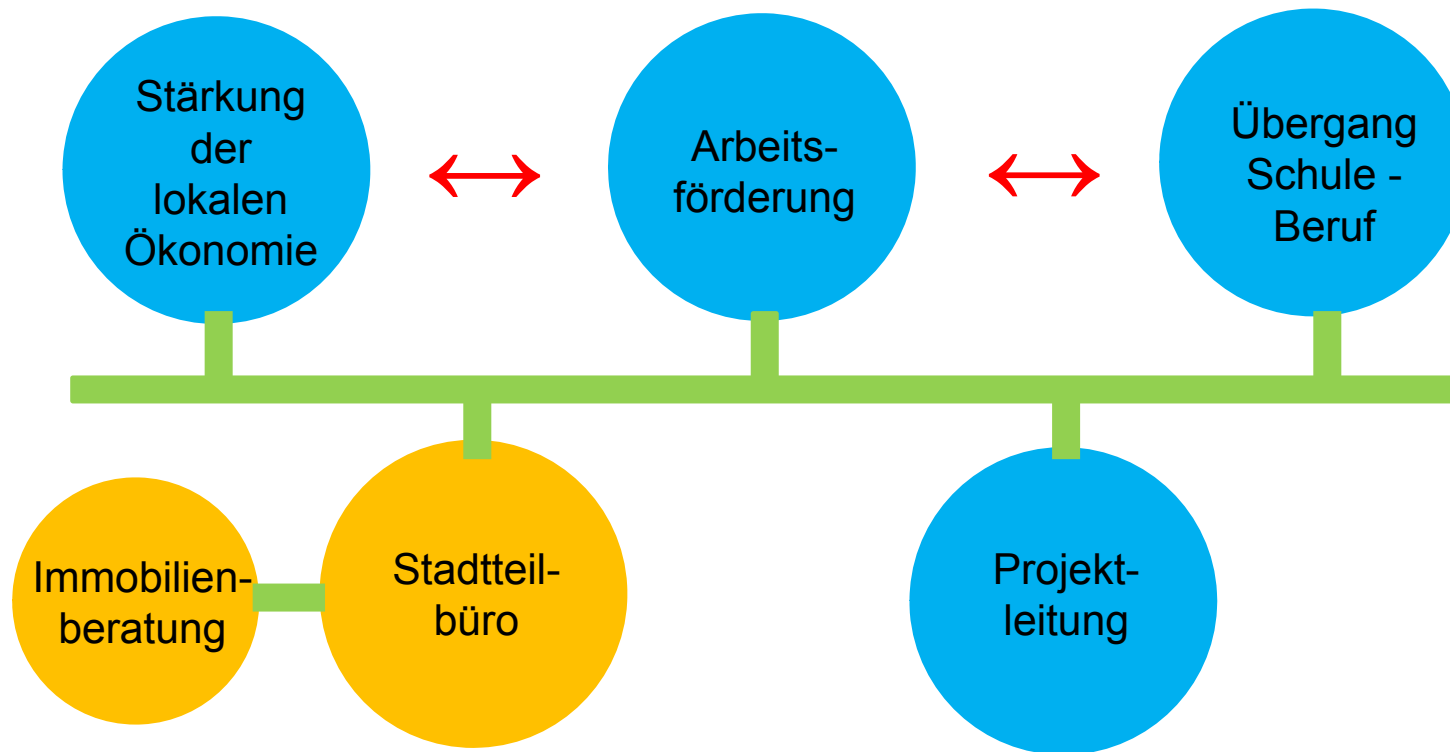


BIWAQ (seit 2011)



Quelle: Eigenes Foto

# Gesamtprojektübersicht



# Vorgehensweise

---



# Studie zur lokalen Ökonomie

## Analyse

### Untersucht werden ...

- die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des Standortes Südstadt (SWOT)
- die Stärken und Potentiale der lokalen Ökonomie
- das „Stadtteil“-Image

### Die Ergebnisse bilden die Grundlage für ...

- eine Positionierung der Südstadt
- konkrete betriebswirtschaftliche Maßnahmen
- einen „Funktionswandel“ der Südstadt



### Erfassung des Status-Quo

- Ortsbegehung
- Gespräche mit wichtigen Akteuren
- Informationen über bereits vorhandene Projekte und Maßnahmen

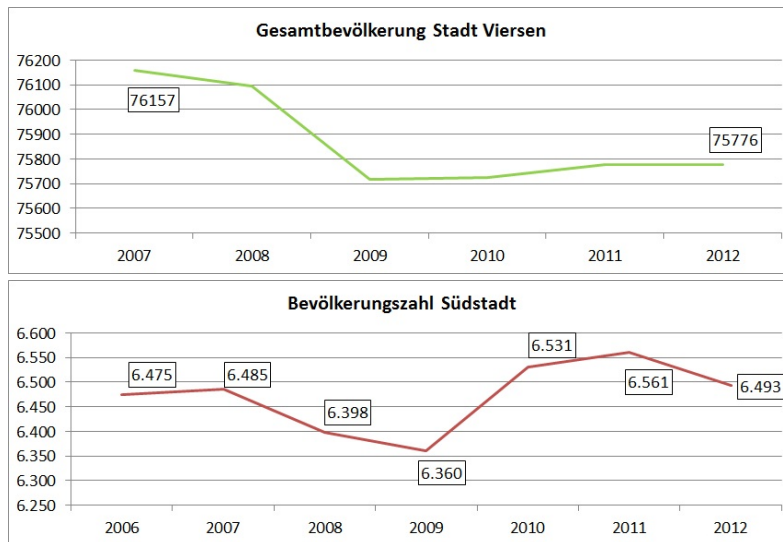


Quelle: Einzelhandelskonzept Viersen, Junker + Kruse 2011

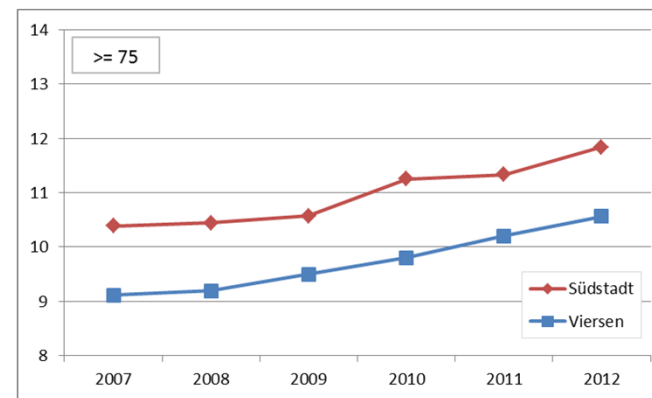
# Sozio-ökonomische Kontextindikatoren

## Analyse

- Zunahme des Anteils der 50-59-Jährigen und der über 75-Jährigen
- Starker Rückgang des Anteils der 25- bis unter 40-Jährigen
- Leicht höherer Anteil an Personen mit Migrationshintergrund
- Anteil der Langzeitarbeitslosen an den Arbeitslosen höher und ansteigend



Anteil der über 75-Jährigen an der Gesamtbevölkerung



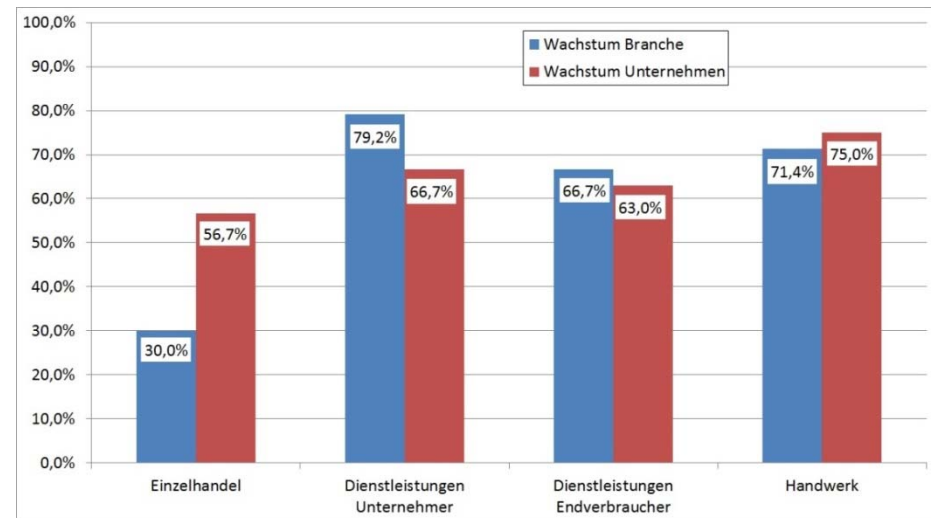
Quelle: Eigene Darstellungen

# Unternehmensbefragung

## Analyse

- fast ausschließlich kleine Unternehmen
- größtenteils Dienstleistungen für Endverbraucher und Einzelhandel
- viele Fachhändler mit einer überlokal ausgerichteten Kunden- und Mitarbeiter/-innenstruktur
- relativ positive Selbsteinschätzung der Unternehmen

Vergleich der Entwicklungsperspektiven der Branche und der Unternehmen

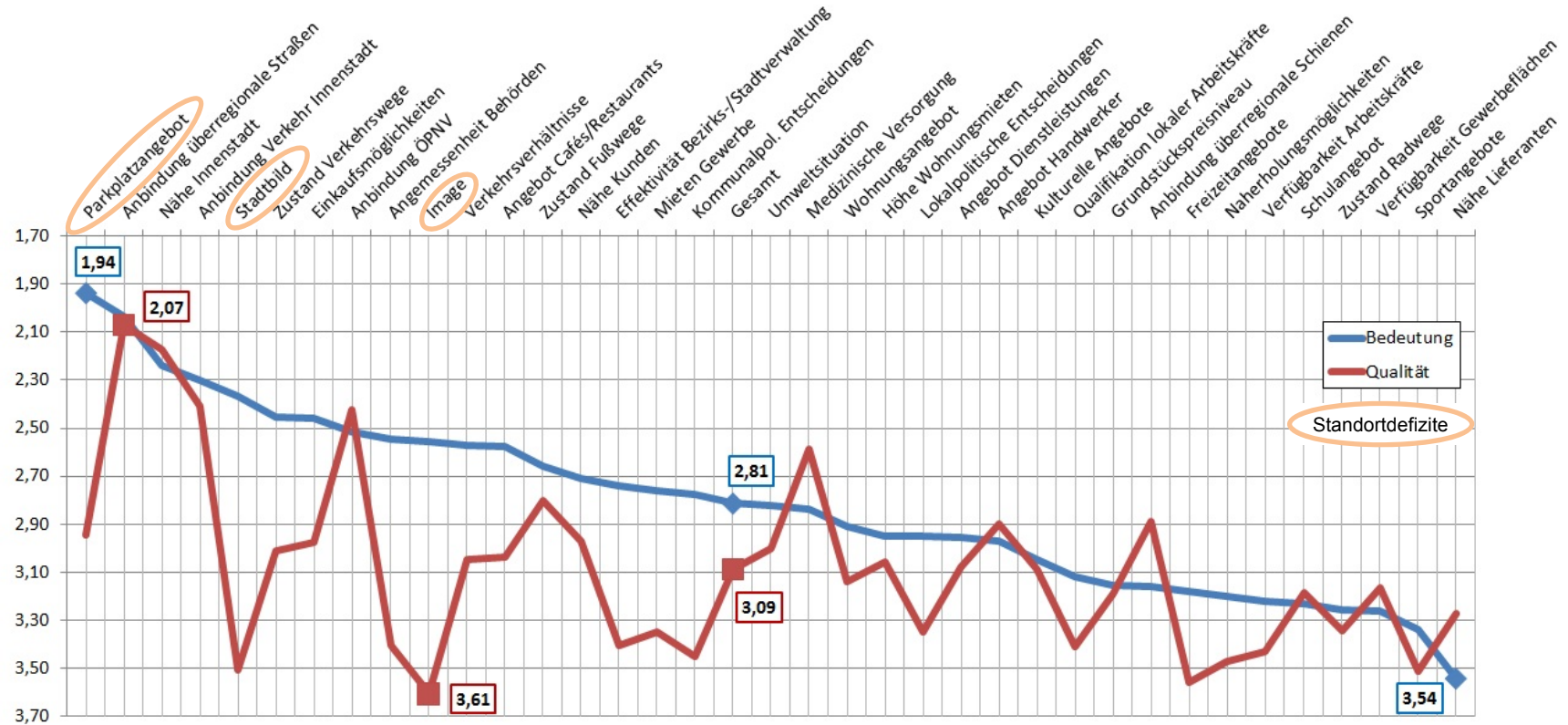


Quelle: Eigene Darstellung

# Unternehmensbefragung

## Analyse

Vergleich der Bedeutung und der Qualität der lokalen Standortfaktoren



Quelle: Eigene Darstellung

# Betriebswirtschaftliches Quartiersmanagement

Arbeit vor Ort

## Grundlegendes

- Sensibilisierung der Unternehmer/-innen zur Beteiligung an der Studie
- Ermittlung von Multiplikatoren und weiteren Kooperationspartnern
- Zusammenarbeit mit dem Stadtteilbüro und den weiteren BIWAQ-Teilprojekten Arbeitsförderung und Übergang Schule-Beruf
- Vernetzung mit weiteren Akteuren (Stadt, Verbände, Politik, etc.)
- Aktivierung und Beratung der Unternehmerschaft
- Beratung von potentiellen Existenzgründern

# Betriebswirtschaftliches Quartiersmanagement

Arbeit vor Ort

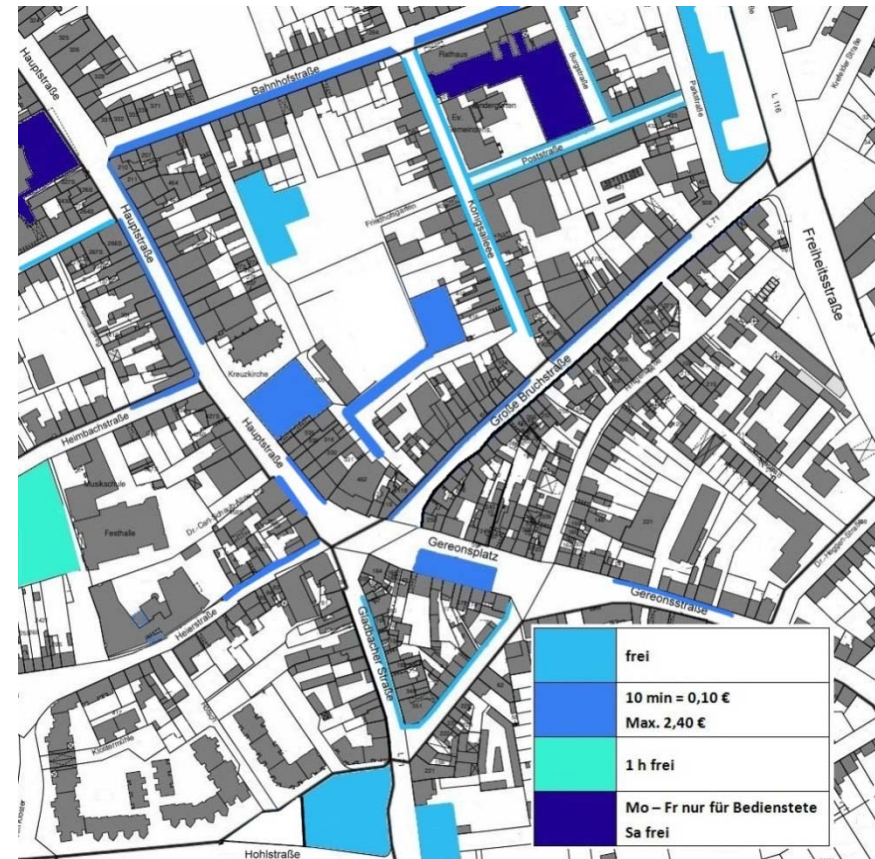
## Maßnahmen

- Einzelberatung für Unternehmer/-innen und Gründer/-innen
- Implementierung eines Unternehmer/-innen-Treffs
- Vernetzung der Unternehmer/-innenschaft mit bestehenden Angeboten (z. B. Immobilienberatung, Werbering)
- Sondierung erster Gemeinschaftsprojekte mit den Unternehmer/-innen (z.B. Gemeinschaftswerbung)

# Parkplatzkartierung

## Analyse

- Parkplatzsituation besser als erwartet.
- Informationen über vorhandene Flächen müssen verbreitet werden.

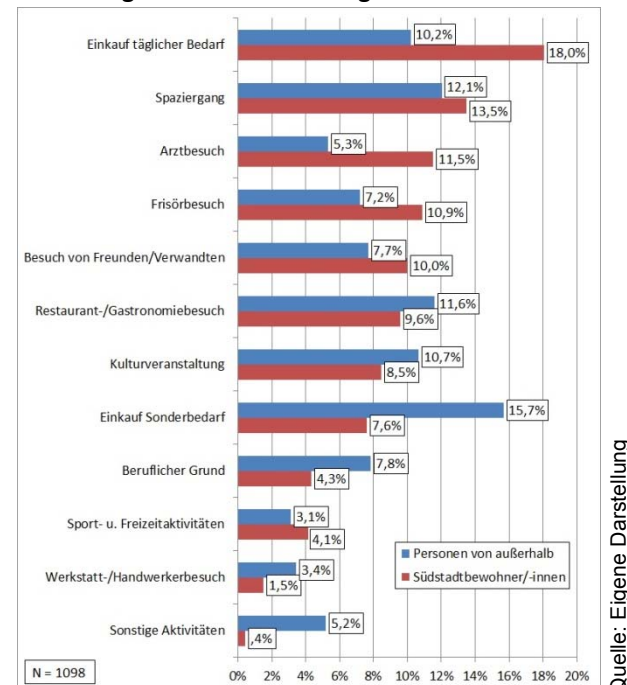


Quelle: Eigene Darstellung

## Passantenbefragung in der Süd- und Nordstadt

- derzeitige Funktion:
  - Einkauf des täglichen Bedarfs (Südstadtbewohner/-innen)
  - Einkauf von Sonderbedarf (Personen von außerhalb)
  - Ort zum Spazieren gehen

Welche der folgenden Punkte erledigen Sie in der Südstadt?

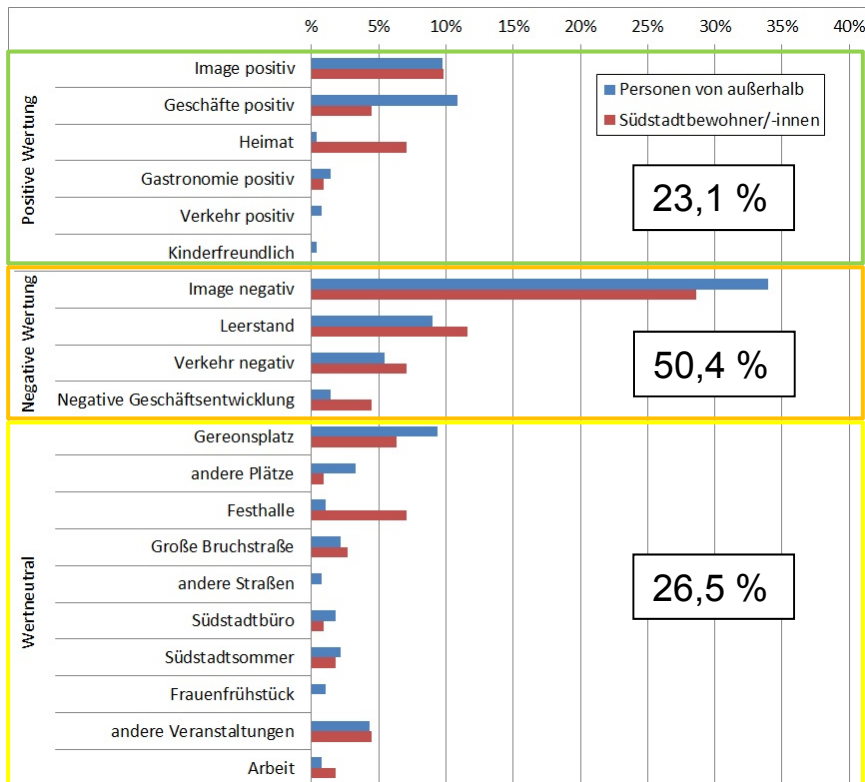




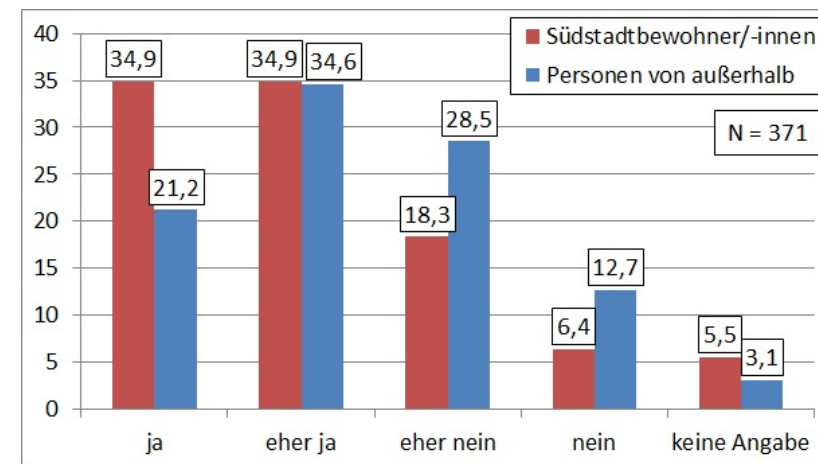
# Imagebefragung

## Analyse

Was fällt Ihnen als Erstes ein, wenn Sie an die Südstadt denken?

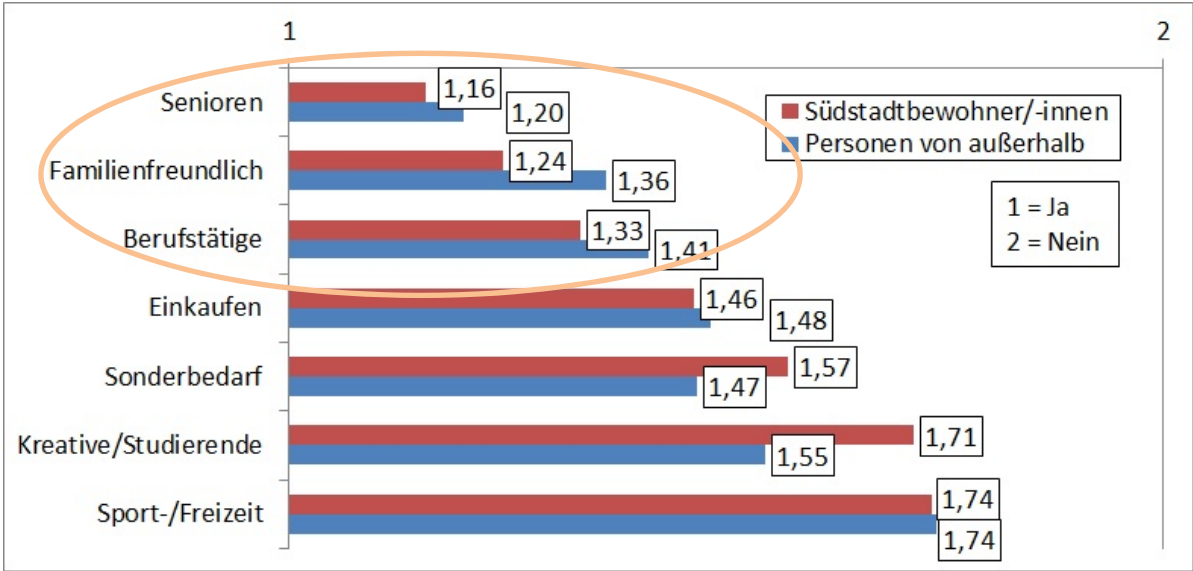


Gefällt Ihnen die Viersener Südstadt?



Quelle: Eigene Darstellungen

Welche Entwicklungsrichtungen halten Sie für realisierbar?



Quelle: Eigene Darstellung

### Bildung einer Arbeitsgruppe „AG Gemeinschaftswerbung“ aus fünf Unternehmer/-innen der Südstadt

- Fokussierung auf den Einzelhandel und auf Dienstleister
- Angebot an Sonderbedarf in der Südstadt hervorheben

### Entwicklung eines gemeinsamen Labels:

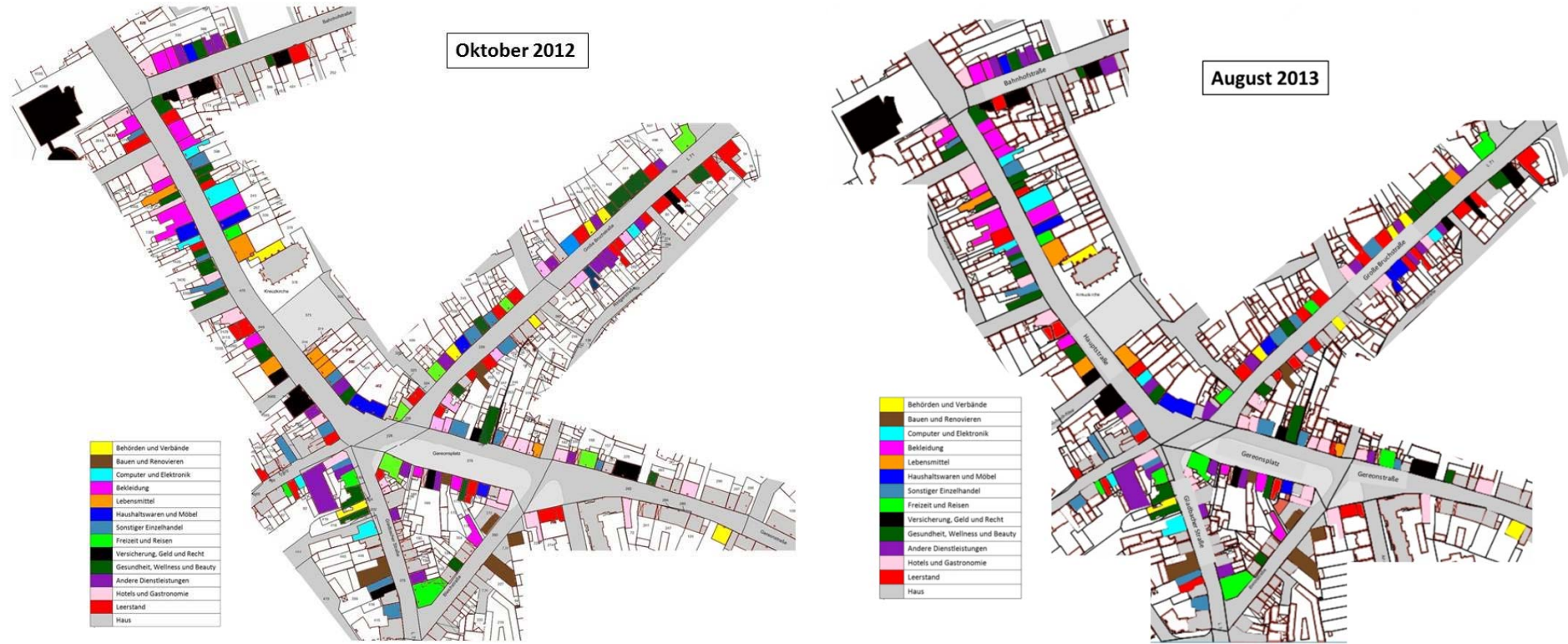


- Gemeinsame Werbekampagnen für die Südstadt
- Aushängeschild einer funktionierenden Unternehmer/-innenschaft
- Problem: Leerstände prägen das Stadtbild!

Quelle: Eigene Darstellung

# Kartierung der Gewerbeflächen und Leerstände

## Analyse



Quelle: Eigene Darstellungen

### Kurzfristige Maßnahmen

- Leerstandsverschönerung durch das Partnerprojekt „Übergang Schule-Beruf“
- Leerstandsmentoring durch ansässige Unternehmer/-innen



Quelle: Eigene Fotos

### Mittel- und Langfristige Maßnahmen:

- Unterstützung bei der Vermarktung
- Vernetzung mit Unternehmer/-innenplattform
- Zusammenarbeit mit dem „AK Immobilien“
- Angleichung der Öffnungszeiten (?)



# Stadtbildverschönerung

Analyse  
Arbeit vor Ort

## Neugestaltung des Gereonsplatzes:

- Potentialanalyse **Analyse**
- Begleitung der Planungen vor Ort **Arbeit vor Ort**

## Erhaltung des Wochenmarktes:

- Besucheranalyse des Wochenmarktes **Analyse**
- Empfehlungen hinsichtlich der Verlegung des Marktes **Arbeit vor Ort**

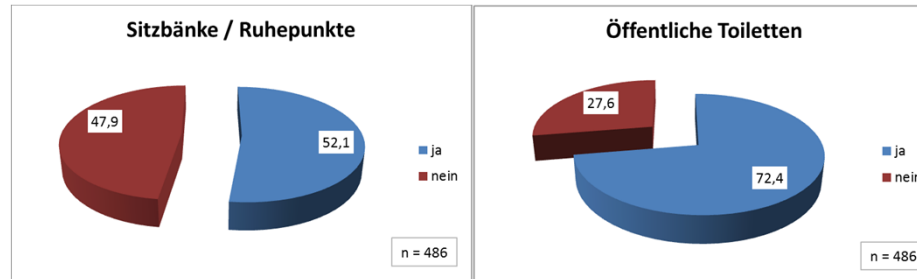


# Seniorenbefragung

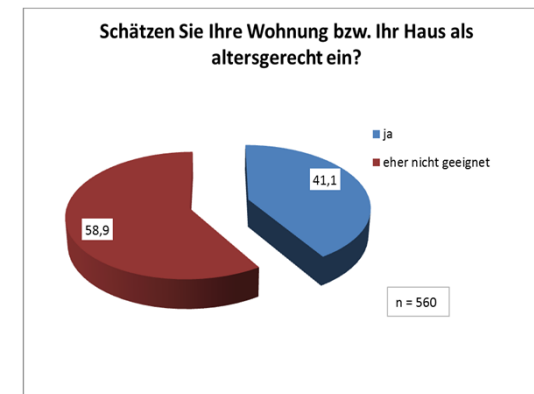
## Analyse



Welche Maßnahmen würden dazu beitragen, Ihnen das Leben im Stadtteil lebenswerter/einfacher/angenehmer zu gestalten?



- Die befragten Personen betreiben viele Aktivitäten außerhalb der Südstadt, wünschen sich aber eine wohnortnahe Versorgung
- Die Zufriedenheit mit der Wohnsituation ist im allgemeinen hoch, jedoch gibt es Hindernisse, die das Leben erschweren, und einige Ideen und Ansatzpunkte, die das Quartier seniorengerechter machen könnten



Quelle: Eigene Darstellungen

# Weiterer Ansatz: Senioren

Arbeit vor Ort

- Entwicklung von Handlungsansätzen mit den Akteuren im Stadtteil (Unternehmen, Wirtschaftsförderung, Stadtplanung, etc.)
- Ansiedelung von Seniorenökonomie
- Erweiterung der Produkte und Dienstleistungen in der Südstadt

**Projekte sind zeitlich befristet und sollen sich in ihrer Zeit selbst überflüssig machen!**

- Abschlussbericht mit Empfehlung zur Neupositionierung der Südstadt
- Leitfaden zur Standortentwicklung
- Mit den Fachabteilungen in der Stadtverwaltung und mit dem Stadtteilbüro werden zukünftige Handlungsansätze forciert.
- Presse und Öffentlichkeit werden auf die Neupositionierung der Südstadt aufmerksam.

**Projekte sind zeitlich befristet und sollen sich in ihrer Zeit selbst überflüssig machen!**

- „Unternehmer/-innen-Treff“ und „Gemeinschaftswerbung“ werden von Akteuren im Stadtteil weitergeführt und weiterentwickelt.
- Leerstände werden mit Unterstützung der Wirtschaftsförderung vermarktet oder einer alternativen Nutzung zugeführt.

# Neupositionierung

Analyse  
Arbeit vor Ort

Mit dem Ziel der Neupositionierung des Stadtteils sollen nachhaltige Effekte entstehen:

- Existenzgründer/-innen entscheiden sich für die Südstadt.
- Senioren und Familien leben in der Südstadt und bleiben dort. Ihre Nahversorgung ist gesichert, weitere Dienstleistungsangebote siedeln sich an.
- Der negative Funktionswandel in der Südstadt wird abgemildert bzw. positiv umgewandelt.



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

