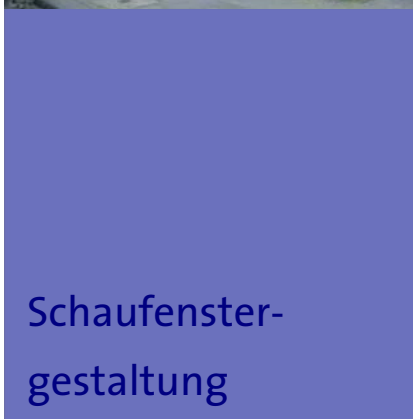




# Neue Konzepte für leer stehende Ladenlokale - Die Zwischennutzungsagentur



Öffentlichkeitsarbeit  
Broschüren  
Internetpräsentation



Schaufenster-  
gestaltung



Aktionen  
Veranstaltungen

Geschäftsführung:

Dr. Paul G. Jansen

Dipl.-Geogr. Ursula Mölders

Dipl.-Ing. Dominik Geyer

HRB Köln 36154

Bachemer Str. 115

50931 Köln-Lindenthal

Postfach 41 05 07

50865 Köln

Fon 0221 94072-0

Fax 0221 94072-18

info@stadtplanung-dr-jansen.de

www.stadtplanung-dr-jansen.de

## 1 Status quo des Projekts „Ladenlokale“

Unansehnliche und zugeklebte Schaufenster bestimmen das Straßenbild in zahlreichen, ehemals durch kleinteiligen Handel geprägten Geschäftsstraßen Wuppertals. Insbesondere die gründerzeitlichen Stadtteile sind vom Leerstandsproblem betroffen. Im Rahmen des Projekts „Soziale Stadt – Innovationen und Impulse für gründerzeitliche Stadtteile“ sind daher Lösungsansätze für die Stadtteile Ostersbaum, Oberbarmen, Unterbarmen, Elberfelder Nordstadt und Arrenberg, aber auch für Problemlagen in den Städten Remscheid und Solingen erprobt worden.

In den vergangenen zwei Jahren Projektarbeit konnten vielfältige Erfahrungen gesammelt werden. Das Projekt konzentrierte sich dabei insbesondere auf den Stadtteil Ostersbaum. Zur Belebung leerer Ladenlokale konnten jedoch auch Initiativen in der Friedrichstraße und in der Nordstadt unterstützt werden.

Im Stadtteil Ostersbaum wurde in Kooperation mit der Initiative des startpunkt e. V. und durch die Kooperation mit dem Büro planAR mit Sitz in der Huppertsbergfabrik, dem Stadtteilbüro des Nachbarschaftsheim und der Stadt Wuppertal ein Konzept entwickelt und umgesetzt, um die Ladenlokale in einem ersten Schritt im Stadtbild optisch aufzuwerten und sie positiv in Erinnerung zu rufen. Dazu wurde ein Wettbewerb ausgeschrieben, bei dem Grafiker und Künstler aufgefordert wurden, Ideen zur Schaufenstergestaltung einzureichen. Ziel war ein durchgängiges Design der leeren Geschäftsräume und Schaufenster, das sich einprägt und die Ladenlokale als Chance für den Stadtteil aufwertet. Das Siegerplakat soll mit dem Titel „Platz für neue Ideen“, weniger die Schrecken eines leeren Schaufensters als vielmehr die Möglichkeiten, die sich daraus ergeben, kommunizieren. Mit Hilfe eines Projekts, in dem Jugendliche und junge Erwachsene Erfahrungen in handwerklichen Tätigkeiten sammeln konnten, wurden insgesamt drei leer stehende Ladenlokale hergerichtet. Zwei weitere Ladenlokale wurden im Rahmen eines Workshops zur Schaufenstergestaltung in Szene gesetzt. Finanziert wurden die Arbeiten mit Hilfe des EU-Programms „Lokales Kapital für soziale Zwecke“.

Bilanz des bisherigen Engagements zahlreicher ehrenamtlich tätiger Akteure und Projektbeteiligten: Die Erfolge zeigen den Weg - fast alle durch das Projekt renovierten und inszenierten Ladenlokale konnten unmittelbar nach der Inszenierung an eine Unternehmensberatung, Ingenieurbüro und ein Künstleratelier vermietet werden. Die Zwischennutzungen bieten ein hohes Entwicklungspotential für die langfristige Vermietung. Es gilt diese Chance zu nutzen, um sowohl den Bewohnern als auch den noch bestehenden Betrieben ein attraktives Umfeld zu bieten und den weiteren Funktions- und Imageverlust der Stadtteile zu verhindern. Ziel ist zudem, die Rahmenbedingungen für die langfristige Vermietung von Flächen zu verbessern.

Doch es ist auch ein langer Atem aller Beteiligten erforderlich. Zahlreiche Gespräche und intensive Überzeugungsarbeit waren erforderlich, um die Eigentümer für die Maßnahmen zu gewinnen. Viele Eigentümer haben die Hoffnung auf einen neuen Mieter aufgegeben und sehen keine Chance, durch eine Initiative einen neuen „ordentlichen“ Mieter zu finden oder attraktive Umnutzungen zu realisieren. Der Leerstand wird in Kauf genommen in der Hoffnung, dass vielleicht doch noch eines Tages ein zahlungskräftiger Mieter mit einem soliden Gewerbe auf das Objekt aufmerksam wird. Gegenüber Zwischennutzungen sind zahlreiche Vorurteile und Unsicherheiten in Bezug auf die vertraglichen Modalitäten und auf die Solidität der Nutzer aus dem Weg zu räumen. Oft heißt es, der Aufwand für Vorbereitung und Vertragsabschluss lohne sich nicht bei zu kurzen Nutzungsfristen.

Aufbauend auf diesen Erfahrungen sollen nun im Rahmen des Förderprogramms „Stadtumbau West“ die bisherigen Lösungsansätze weiterentwickelt werden.

## **2 Die Idee der Zwischennutzungsagentur**

Um einen Weg zu finden, die oben beschriebenen Potentiale zu fördern und gleichzeitig den genannten Problemen zu begegnen, ist es erforderlich, eine feste Institution zu schaffen, die sowohl für die Eigentümer als Ansprechpartnerin zur Verfügung steht als auch potentielle (Zwischen)Nutzer akquiriert. Dies soll in Form einer „Zwischennutzungsagentur“ erfolgen. Um die Akzeptanz zu erhöhen, soll die Zwischennutzungsagentur die Vermittlung und Beratung kostenlos anbieten. Eine gebührenpflichtige Dienstleistung würde den Großteil der Kunden abschrecken.

Grundsätzlich sind drei Kategorien an leeren Ladenlokalen zu unterscheiden:

1. Ladenlokale, die aufgrund ihrer Lage, ihrer Größe und ihres Zustands vermietungsfähig sind und vom Eigentümer selbst oder über einen Makler am Markt angeboten werden.
2. Ladenlokale, die zwar grundsätzlich (ggf. nach Durchführung von kleineren Renovierungs- und Umbauarbeiten) vermietbar wären, beim Eigentümer jedoch keine Motivation besteht, diese selbst oder über einen Makler am Markt anzubieten.
3. Ladenlokale, bei denen für den derzeitigen Nutzungszweck keine Chance mehr auf Vermietung besteht.

Zielsetzung der Zwischennutzungsagentur ist es, die nicht mehr am Markt angebotenen Ladenlokale der 2. und 3. Kategorie aktiv einer neuen Nutzung zuzuführen. Dadurch kann zugleich die Vermietbarkeit der Ladenlokale der 1. Kategorie verbessert oder zumindest stabilisiert werden. Die Arbeit der Zwischennutzungsagentur lässt sich insofern als Marketing für das gesamte Quartier beschreiben, das

die normale Maklertätigkeit gezielt ergänzt und die Wiederherstellung funktionsfähiger Marktbedingungen verfolgt. Die Vermietung der Ladenlokale der 1. und 2. Kategorie könnte ggf. durch den Aufbau einer über das Internet verfügbaren Vermittlungsplattform unterstützt werden.

Zur Aufwertung des Erscheinungsbilds und um auf die Potentiale der leer stehenden Ladenlokale aufmerksam zu machen, sollen die Ladenlokale der 2. Kategorie temporär zu einem reduzierten Mietpreis (z. B. in Höhe der Nebenkosten) für künstlerische oder gemeinnützige Zwecke (Schaufensterdekoration, Ausstellungen, Lesungen etc.) zur Verfügung gestellt werden. Daneben kommen als Nutzer auch Existenzgründer und Ich-AGs in Betracht. Hier bietet sich die Vereinbarung von Staffelmietverträgen an. Denkbar sind auch zeitlich befristete kommerzielle Nutzungen (z. B. Showroom, Kunstsupermarkt während der Weihnachtszeit). Mittelfristiges Ziel für die Ladenlokale der 2. Kategorie bleibt die dauerhafte Vermietung zu marktgerechten Preisen.

Bei den Ladenlokalen der 3. Kategorie agiert die Zwischennutzungsagentur als Beraterin, um gemeinsam mit den Eigentümern Ideen für eine Umnutzung zu entwickeln und sie bei der Umsetzung zu unterstützen.

#### *Räumliche Abgrenzung*

Der räumliche Schwerpunkt der Arbeit der Agentur könnte sich zunächst auf den Arrenberg konzentrieren. Hier hat sich in den vergangenen Monaten eine Initiative gegründet, die sich die Aufwertung des Quartiers zum Ziel gesetzt hat. Dadurch können Synergieeffekte genutzt und die Arbeit der Akteure intensiv unterstützt werden. Darüber hinaus kann die Agentur die anderen räumlich definierten Bereiche unterstützen und bei Anfragen dort auch Vermittlungs- und Beratungsleistungen anbieten.

#### *Aufgaben der Zwischennutzungsagentur zur Vermittlung temporärer Nutzungen*

- Aktualisierung der im Rahmen des Projekts „Ladenlokale“ erhobenen Leerstände.
- Aufbau eines Leerstandskatasters (ggf. einer über das Internet verfügbaren Vermittlungsplattform)
- Akquirieren potentieller Zwischennutzer durch intensive Öffentlichkeitsarbeit.
- Kontaktaufnahme zu den Immobilieneigentümern, Ermittlung von „Nutzungsgebühren“ für Zwischennutzungen und Alternativnutzungen, Überzeugungsarbeit.
- Kontaktaufnahme zu Multiplikatoren und Wissensträgern im Stadtteil.

- Unterstützung bei der Bewertung und Konzeptentwicklung von Räumlichkeiten, um die Eignung für Zwischennutzungen zu prüfen.
- Entwicklung von Zwischennutzungskonzepten für Straßenzüge.
- Unterstützung in baurechtlichen Fragen, z. B. bei der Einholung notwendiger Genehmigungen bei der Stadtverwaltung.
- Unterstützung von Existenzgründern und „Ich-AGs“ bei der Suche nach geeigneten Räumlichkeiten in Kooperation mit dem Netzwerk „Bergische Gründungsoffensive“ - eine Initiative regionaler Institutionen.
- Zusammenarbeit, Moderation und Coaching von Initiativen, um eine nachhaltige Arbeit zu gewährleisten.
- Aktivierung von Eigentümern für die Realisierung von Leuchtturm-Projekten, wie z. B. im Bereich der Farbmühle in Wuppertal-Unterbarmen.
- Beratung der Eigentümer, um die Möglichkeit der Umnutzung von Erdgeschossflächen zu prüfen (z. B. Wohnen, Gemeinschaftsräume)

### *Nutzungsbedingungen*

Die Nutzungsbedingungen sind individuell zwischen Nutzer und Eigentümer auszuhandeln. Die Zwischennutzungsagentur leistet Unterstützung bei der Überzeugung der Vermieter. Ein durch einen Rechtsanwalt zu entwickelnder Mustervertrag kann hierfür Orientierungshilfe bieten. Für die Nutzung der Räumlichkeiten sind in der Regel mindestens die Nebenkosten vom Nutzer zu erbringen.

### *Wer „kümmert“ sich?*

Die Zwischennutzungsagentur soll mit Honorarkräften auf Werkvertragsbasis im Umfang einer Vollzeitstelle besetzt werden. Die Mitarbeiter der Zwischennutzungsagentur müssen einerseits über hohe kommunikative Fähigkeiten verfügen und andererseits auch Erfahrungen in der Moderation und Mediation haben. Weiterhin sind planerisches und betriebswirtschaftliches Know-how gefragt. Es sollten auch Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung vorliegen.

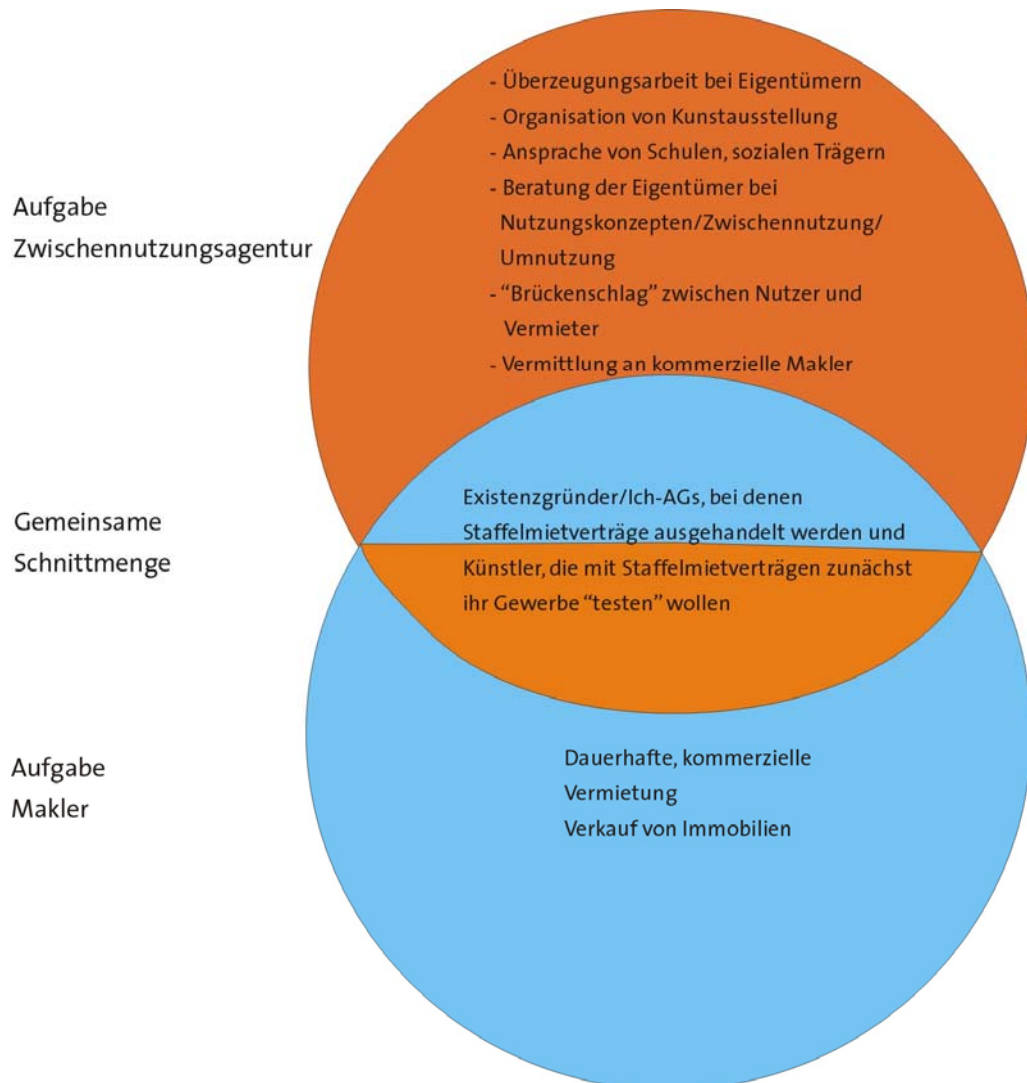
### *Kooperation mit den lokalen Maklern*

Ziel ist mit den lokalen Maklern zusammenzuarbeiten. Erforderlich ist eine enge Abstimmung um die räumlichen Grenzen sowie die Spielräume für die Gestaltung der „Mietpreise“ der Zwischennutzungen festzulegen. Durch regelmäßige Zwischenberichte bei Jour Fixe Terminen informiert die Zwischennutzungsagentur u. a. die Wirtschaftsförderung der Stadt Wuppertal und einen Vertreter des Maklernetzwerks über ihre Aktivitäten und stimmt ihre Vorgehensweise ab. Dadurch können Synergieeffekte genutzt sowie Verfahrenshemmnisse frühzeitig erkannt und gelöst werden. Geprüft werden sollte die Bildung eines Beirats, der die Arbeit der Zwischennut-

zungsagentur begleitet und aus Vertretern von Eigentümern, Makler und einem Vertreter der Sparkasse besteht.

Das hiermit vorliegende Konzept wurde bereits mit dem Makler-Netzwerk Wuppertal sowie der Wirtschaftsförderung Wuppertal abgestimmt und ist hier auf große Zustimmung gestoßen.

Die folgende Abbildung veranschaulicht die Schnittstelle zwischen der Zwischennutzungsagentur und der professionellen Maklertätigkeit:



### 3 Kostenplan

In der Startphase liegt der Fokus darauf, die Zwischennutzungsagentur als Institution zu etablieren und viele Eigentümer zu aktivieren und zu motivieren, damit sie die Chance nutzen, über die Zwischennutzung ihrer Ladenlokale neue Mieter zu finden.

Jährliche Kosten entstehen für

- Öffentlichkeitsarbeit (Broschüren, Flyer, Plakate) 10.000 EUR

- Materialkosten für Büro, Anschaffung eines Computers, laufende Telefonkosten etc.  
4.000 EUR
- Honorarkosten für Werkverträge  
50.000 EUR
- Miete und Nebenkosten (falls die Nutzung eines leeren Ladenlokals nicht mietfrei möglich sein sollte)  
6.000 EUR
- Kosten um Aktionen durchführen („Bespielung“ von Ladenlokalen durch kleine Events, Nebenkosten, Strom und Wasser)  
30.000 EUR