



## Maßnahmepakete zur Revitalisierung der Greifswalder Innenstadt in der Corona-Krise

<i>Einbringer/in</i> Katja Wolter	<i>Datum</i> 23.11.2020
--------------------------------------	----------------------------

<i>Beratungsfolge</i>		<i>Sitzungsdatum</i>	<i>Beratung</i>
Hauptausschuss	Beratung	30.11.2020	Ö
Bürgerschaft	Beschlussfassung	16.12.2020	Ö

### **Beschlussvorschlag**

Die Bürgerschaft beschließt die in der Sachdarstellung aufgeführten fünf Maßnahmepakete zur Revitalisierung der Greifswalder Innenstadt in der Corona Krise durch Umwidmung nicht verbrauchter Mittel aus dem städtischen Corona-Soforthilfe-Fonds 2020 in Höhe von insgesamt 225.000,00 EUR.

Der Verein Greifswalder Innenstadt e.V. erhält für die Umsetzung der Maßnahme einen Zuwendungsbescheid in Höhe von 105.000,00 EUR (Maßnahmepakete 1-4), die Greifswald Marketing GmbH in Höhe von 120.000,00 EUR (Maßnahmepaket 5).

Der Verein Greifswalder Innenstadt e.V. und die Greifswald Marketing GmbH werden verpflichtet, regelmäßig dem Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus und Digitalisierung zum Umsetzungsstand zu berichten.

### **Sachdarstellung**

Die Corona-Krise ist für die Gewerbetreibenden, Dienstleister und Gastronomen mit wirtschaftlich mit harten Einschnitten verbunden, die auch nicht allein durch Einmalzahlungen ausgeglichen werden können. Um besser für die Herausforderungen der Zukunft (Neustart nach der Pandemie, verändertes Kaufverhalten, Digitalisierung, Generationswechsel in der Händlerschaft...) gewappnet zu sein, wollen der Verein Greifswalder Innenstadt und die Greifswald Marketing GmbH gemeinsam mit einem fünfteiligen Maßnahmenpaket die Akteure in der Innenstadt befähigen, im digitalen Zeitalter präsent zu sein, die Infrastruktur der Innenstadt mit WLAN ausbauen, Leerstand verringern und das Angebot mit neuen Ideen stärken sowie zum Neustart nach der Pandemie mit breit angelegter Werbung auf den Urlaubsinseln Werbung für die Greifswalder Innenstadt machen. Die Zusammenarbeit der beiden Akteure soll stark ausgebaut und Marketingaktionen miteinander abgestimmt werden, um möglichst effizient die Zielgruppen anzusprechen. Die durch Paket 5 zu schaffende Personalstelle bei der GMG soll sich um die Umsetzung der Pakete 1-4 unter Einsatz der Budgets in regelmäßiger enger Abstimmung mit dem VGI kümmern. Die Maßnahmepakete sollen durch Umwidmung nicht verbrauchter Mittel aus dem städtischen Corona-Soforthilfe-Fonds 2020 finanziert werden.

### **1.) Ausbau des öffentlichen WLAN-Netzes, Ausbau digitaler Angebote und Werbemaßnahmen zur Belebung der Greifswalder Innenstadt**

- Ausbau der Internetseite [www.greifswalder-innenstadt.de](http://www.greifswalder-innenstadt.de) als Angebots- und Einkaufsplattform, vernetzte Darstellung in der Greifswald-App
- Entwicklung von Werbemaßnahmen für die Internetseite [www.greifswalder-innenstadt.de](http://www.greifswalder-innenstadt.de) und die Greifswald-App zur gezielten Ansprache von Urlaubern auf Usedom, Rügen, Fischland-Darß-Zingst usw.
- ein digitaler Kümmerer sorgt dafür, dass alle grundsätzlich interessierten Händler, Gastronomen, Dienstleister und Einrichtungen eine digitale Präsenz erhalten und befähigt werden, selbst auch digitale Angebote zu erstellen
- kostenfreies WLAN für die Greifswalder Innenstadt in Ergänzung bestehender Freifunk-Angebote

- Ziel: Vollständige digitale Präsenz der Händlerschaft, Dienstleister, Gastronomie und Kulturszene

**Kosten 40.000,00 EUR**

### **2.) Übergangslösung für leerstehende Ladenflächen**

- viele Start Ups suchen Räumlichkeiten für Ihre Ideen
- Idee: VGI übernimmt nach Auswahl unter Einbeziehung anderer Akteure (z.B. Stadt, IHK) die Miete für die Start Ups für eine befristete Zeit, um den Bedarf am Markt zu testen und den Einstieg für diese Start Ups in den Markt zu erleichtern
- gefördert werden sollen nur neue Angebote für den Einzelhandel und Dienstleistungen, die es in der Innenstadt noch nicht gibt
- z.B. Unverpacktläden, Schuster, und viele mehr
- darüber hinaus Einbeziehung der Kreativwirtschaft für Zwischennutzung
- Ziel: Verminderung des Leerstandes, Erhöhung der Angebotsvielfalt, Förderung neuer Geschäftsideen

**Kosten 20.000,00 EUR**

### **3.) Planung von Werbemaßnahmen und Events bis einschließlich 2022**

- Planung und finanzielle Unterstützung vielfältiger Events und Durchführung von Werbemaßnahmen für Veranstaltungen mit pandemiebedingt notwendiger Neukonzeptionierung der Veranstaltungsformate

- Ziel: jeder Urlauber soll die Einkaufs- und Erlebnismöglichkeiten in Greifswald kennen(lernen)

**Kosten 40.000,00 EUR**

### **4.) Kooperation mit „Gutes aus Vorpommern“**

- Kooperation zum Ausbau dieser von der Sparkasse Vorpommern initiierten Plattform zur Präsentation besonderer Angebote aus Greifswald und Veranstaltungen und inhaltliche Vernetzung mit der Seite [www.greifswalder-innenstadt.de](http://www.greifswalder-innenstadt.de)

- Motto: Wir bringen zusammen, was Du suchst und Vorpommern Dir bietet!  
Händler, Gastronomen, Dienstleister, Jobs & mehr

**Kosten 5.000,00 EUR**

### **5.) Schaffung Personalstelle über Projektförderung (Umsetzung der Maßnahmen 1-4)**

- für die Umsetzung der o.a. Maßnahmepakete wird bei der Greifswald Marketing GmbH für 24 Monate eine Personalstelle geschaffen

- zum Ausbau der bisher überwiegend ehrenamtlich getragenen Tätigkeiten des Event- und Binnenmarketings des VGI und dauerhaften Verzahnung mit Aktivitäten der GMG zur Erhöhung der Sichtbarkeit und Relevanz der Stadt als Event- und Einkaufsstandort

- Ziel ist, dass sich diese Stelle nach Ablauf der 24 Monate selbst trägt. Dies kann z.B. durch die Gründung einer Werbegemeinschaft erzielt werden

### Kosten 120.000,00 EUR

#### Finanzielle Auswirkungen

Haushalt	Haushaltsrechtliche Auswirkungen (Ja oder Nein)?	HHJahr
Ergebnishaushalt	ja	2020
Finanzhaushalt	ja	2020

	Teil- haushalt	Produkt/Sachkonto/ Untersachkonto	Bezeichnung	Betrag in €
1	1	57100.54190000/ 79100.71700	Zuweisungen und Zuschüsse für laufende Zwecke an Sonstige	225.000

	HHJahr	Planansatz HHJahr in €	gebunden in €	Über-/ Unterdeckung nach Finanzierung in €
1	2020	1.005.000,00	28.690,00	751.310,00

	HHJahr	Produkt/Sachkonto/ Untersachkonto Deckungsvorschlag	Deckungsmittel in €
1			

Folgekosten (Ja oder Nein)?	nein
-----------------------------	------

	HHJahr	Produkt/Sachkonto/ Untersachkonto	Planansatz in €	Jährliche Folgekosten für	Betrag in €
1					

#### Auswirkungen auf den Klimaschutz

Ja, positiv	Ja, negativ	Nein
		X

#### Begründung:

#### Anlage/n

Keine