

**Öffentliche Anhörung A 02
des Ausschusses für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung
und Verkehr am 10. März 2014**

**STELLUNGNAHME
16/1448**

A02, A11, A18, A07

Thema: Erstes Gesetz zur Änderung des Gesetzes ISG/
Beantwortung Fragenkatalog und
Stellungnahme der Neusser Marketing GmbH & Co. KG (Neuss Marketing).

Vorbemerkung:

Neuss Marketing ist eine Tochtergesellschaft der Stadt Neuss. Sie förderte die Gründung der 4 bestehenden und in der Dachorganisation ZIN (Zukunftsinitiative Neuss) organisierten Quartiere in der Innenstadt Neuss. Neuss Marketing begleitete detailliert den Versuch des Marienviertels, eine gesetzliche Standortgemeinschaft zu etablieren.

Neuss Marketing ist im Vorstand von ZIN vertreten.

Fragebogen:

Zu den **Fragen 1.-3.** kann hier nur pauschal Stellung bezogen werden.

Die Chancen, eine gesetzliche ISG erfolgreich anzugehen, beruhen unserer Erkenntnis nach im Wesentlichen auf dem Vorhandensein oder der Etablierung einer motivierten Führungsgruppe (oder –Persönlichkeit).

Historisch gewachsene Strukturen wie Werbegemeinschaften, die Existenz von „starken“ und einer Innenstadt aus unterschiedlichen Gründen verbundenen Personen und deren Belastbarkeit sind eine gute Basis für eben jene vom Handel besetzten Bereiche einer Stadt, wenn es um die Entwicklung von Immobilien- und Standortgemeinschaften geht.

Wir glauben, dass sich Initiativen nicht allein auf das Zentrum beschränken müssen. Ob allerdings für reine Wohnquartiere oder Gewerbegebiete die gleichen personellen Voraussetzungen zu finden sein werden, mag bezweifelt werden.

Zur Frage 4.

Die Frage ist im konkreten Zusammenhang mit dem Scheitern der gesetzlichen Initiative „Marienviertel“ Neuss zu beantworten. Das Quartier besteht im Übrigen als Bestandteil der ZIN-Organisation fort.

Die Verantwortlichen des Marienviertels hatten in enger Abstimmung mit der Verwaltung der Stadt Neuss die doch nicht unerhebliche logistische Arbeit aufgenommen, sowohl einen sinnvollen und das Quartier fördernden Maßnahmenkatalog zu entwickeln, den geforderten 5-Jahresplan zu definieren, das betroffene Satzungsgebiet exakt festzulegen und dann an die Kärnerarbeit zu gehen, die einzelnen Betroffenen in persönlichen Gesprächen zur Zustimmung zu überzeugen.

Die Begleitung der Aktion durch die Öffentlichkeit war nachhaltig gut und unterstützend (Politik, Presse). Die mündlichen Zusagen der etwa um die 70 Beteiligten ließen auf ein positives Ergebnis auf die offizielle Befragung hoffen, zumal die finanzielle Hauptlast des Engagements bei einigen großen Partnern liegen würde, die Belastung für die „kleineren“ Beteiligten sich im überschaubaren Rahmen hielt. Außerdem hatte die Verwaltung angekündigt, mit einem Verfügungsfonds ergänzende Maßnahmen zu finanzieren.

Das letztendlich knapp negative Ergebnis unterliegt im Detail natürlich dem Datenschutz. Nachfragen im Quartier selbst ergaben: von den beiden zu erfüllenden Kriterien hätte das Quorum bezüglich der Fläche überhaupt kein Problem dargestellt. Bezüglich der „Köpfe“ ließ sich nach Analysen der Antragsteller schließen, dass gerade die Partner mit im Vergleich minimalen Flächen, aber eben auch jeweils einer Stimme, diejenigen waren, an denen der Antrag scheiterte. Bei der lokalen Verteilung dieser Immobilien, wäre ein anderer Gebietszuschnitt kaum erfolgreich durchzuführen gewesen. Insofern könnte man sich schon vorstellen, dass die Stimmbewertung gerade von solchen Kleinstflächen statistisch anders zu regeln sein sollte. Ein Quorum von 33% wäre hilfreich.

Peter Rebig
Geschäftsführer

Neusser Marketing GmbH & Co. KG

Februar 2014