

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir bitten um Veröffentlichung der nachstehenden Pressemitteilung.

Kein Fortschritt erkennbar!

Die bisherigen, von der CIMA vorgestellten Teilschritte zum Leerstandsmanagement können uns nicht glücklich stimmen. Man gewinnt den Eindruck, dass wir auf der Stelle treten und nicht vorankommen. Ein konkretes Konzept ist immer noch nicht erkennbar.

Wir fordern schon seit langem, dass neben der aktiven Einbindung der Eigentümer und der Einzelhändler in das Thema auch alternative Nutzungen, wie z.B. Popup-Stores oder andere temporäre Lösungen geprüft werden sollen.

Es gibt Agenturen, die sich z.B. auf die Vermittlung von Popup-Stores spezialisiert haben. Darüber, dass hier bereits Gespräche geführt wurden, ist uns nichts bekannt.

Auf seiner Jahreshauptversammlung hat der Werbering ebenfalls eine Leerstandskampagne vorgeschlagen, mit klarer zielführender Einbindung vieler Akteure, aber unter Verzicht des Zuklebens der Schaufenster. Die Vertreterin der CIMA war ebenso anwesend, wie Vertreter der Politik und der Verwaltung. -Warum wurde dieser Vorschlag bisher nicht aufgegriffen?

Wir brauchen eine transparente Darstellung der leeren Ladenlokale, damit diese von möglichen Mietinteressenten auch räumlich erfassbar sind. Als Antwort auf die Situation schlägt die CIMA vor, dass die Schaufenster mit Vereinsdarstellungen zugeklebt werden sollen.

Was das mit der Darstellung eines modernen Handelsstandorts zu tun hat erschließt sich uns nicht; abgesehen davon, dass aus unserer Sicht in keinem beschlussfähigen Gremium über diesen Weg entschieden wurde.

Ein Motto „Wir in Grevenbroich“ zu generieren und daraus schon identitätsstiftende Signale abzuleiten, ist für uns zu kurz gegriffen. Zudem kann man sich nicht des Eindrucks verwehren, dass das gewählte Motto große Ähnlichkeiten zu dem Slogan „Wir in NRW“ aufweist. Etwas mehr Einfallsreichtum und Kreativität und das Herausarbeiten eines Alleinstellungsmerkmals für unsere Stadt ist wohl zumindest zu erwarten.

Auch uns liegt eine Kopie der Projekt-Ausschreibung der CIMA zur Beklebung der leeren Ladenlokale vor. Im Begleittext wird u.a. die Situation wie folgt geschildert: „Angesichts der Vielzahl von Objekten, ihres Zustands und der zum Teil überhöhten Preisvorstellungen der Immobilieneigentümer ist eine kurzfristige Nachnutzung aller Leerstände nicht zu erwarten.“ Wir finden, das gehört absolut nicht in eine professionelle Ausschreibung. Im Fazit kommt das einer KO-Erklärung der CIMA gleich.

Wir haben den Eindruck, dass eine Placebo-Aktion zur Überbrückung der Sommerferien gestartet werden soll.

Schon seit Monaten haben wir Zweifel an der Effektivität des CIMA-Citymanagements, deshalb haben wir schon für die Mai-Sitzung des Rates eine Anfrage zu den konkreten, vertraglich vereinbarten Leistungen der CIMA eingebracht. Dass diese bis heute nicht beantwortet wurde, verstärkt unsere Zweifel zusätzlich.

Wir bedanken uns für Ihre redaktionelle Berücksichtigung.

Bei Rückfragen stehe ich Ihnen gerne persönlich zur Verfügung: 0171-5221149

Mit freundlichen Grüßen



Martina Suermann
Fraktionsvorsitzende