

Mit dem „Troisdorf Gutschein +plus“ unterstützt die Stadt Troisdorf den lokalen Handel, Dienstleister und die Gastronomie bereits mit 500.000 Euro, die zu einer lokalen Kaufkraftbindung von 2,5 Millionen Euro führen werden. Bereits jetzt wird dadurch eine schnelle Wiederbelebung von Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistern erreicht. Die Resonanz der Bürgerinnen und Bürger ist äußerst positiv. Stand 26. Mai 2021 wurden bereits Gutscheine im Wert von mehr als 450.000 Euro verkauft und im Wert von mehr als 125.000 Euro eingelöst. Die Kaufanreize stationär einzukaufen werden positiv verstärkt.

Der HFA hatte im Rahmen der Haushaltsplanberatung zum Doppelhaushalt 2021/2022 weitere 500.000 Euro für 2021, die ursprünglich ebenfalls in das Gutscheinsystem fließen sollten, zunächst gesperrt. Diese sollen nunmehr für innovative Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt und der Stadtteilzentren genutzt werden.

Ergänzend wurde ein Förderantrag für das „*NRW-Sofortprogramm zur Stärkung unserer Innenstädte und Zentren in NRW*“ mit einem förderfähigen Volumen i.H.v. 852.682 Euro eingereicht. Im Rahmen dieses Förderantrags wurden u.a. Maßnahmen zur vergünstigten städtischen Vermietung von leerstehenden Ladenlokalen und die Einrichtung eines Zentrenmanagements beantragt. Die Maßnahmen sollen die negativen städtebaulichen Auswirkungen des Lock-Downs für den Einzelhandel abfedern und einer sich verschärfenden Leerstandsentwicklung in den Innenstädten und Zentren entgegenwirken. Eine Rückmeldung des Fördergebers zum Förderantrag wird im Laufe des Monats Juni erwartet.

Die im Folgenden genannten Themenfelder sollen im Rahmen des im NRW-Sofortprogramm beantragten Zentrenmanagements bearbeitet werden. Daraus resultierende Maßnahmen und deren Umsetzung erfordern die Schaffung weiterer personeller Kapazitäten, die bei der TROWISTA in Form einer zunächst auf zwei Jahre befristeten Vollzeitstelle geschaffen werden sollen.

In den folgenden Bereichen sind Verwaltung und die TROWISTA bereits tätig geworden:

### **1. Themenfeld: Online-Bestellplattform und App**

- a. Die Stadt Troisdorf und die TROWISTA unterstützen das zentrale Stadtportal [www.troisdorf.city](http://www.troisdorf.city) und die dazugehörige Troisdorf-App. Das Portal existiert unter der Domain bereits seit 2015 und wird von der Troisdorfer Agentur Mediata GmbH betrieben. Wichtige Kennzahlen: Über 2.200 erfasste Unternehmen in Troisdorf, über 2,5 Mio. Seitenaufrufe in 2020, ca. 8.000 App-Downloads, Facebook: 6.610 Abonnenten, Instagram: 1.578 Abonnenten, Twitter: 435 Abonnenten.

Auch durch die enge Kooperation mit den Werbegemeinschaften Troisdorf aktiv e.V. und Sieglarer Marketing Gemeinschaft e.V. (SMG) ist das Portal in weiten Teilen der Troisdorfer Händlerschaft, Gastronomie und dem Dienstleistungsbereich akzeptiert. Die Preismodelle werden grundsätzlich als fair eingestuft, ein eigenes Redaktionsteam inkl. Außendienstmitarbeiterin tragen dazu bei, dass Informationen von Gewerbetreibenden, Vereinen und vielen weiteren Akteuren aufbereitet und verbreitet werden. Das Portal trägt digital aber auch physisch zu einer intensiven Vernetzung Troisdorfer Akteure bei. Zusätzlich bietet es auch Unternehmen die Möglichkeit, Stellen- und Ausbildungsangebote digital zu verbreiten. Auch Informationen der Stadtverwaltung werden hierüber kommuniziert. Die Funktionalitäten einer Bestellplattform erfüllt das Portal derzeit nicht, jedoch eine Übersicht Troisdorfer Gewerbetreibender, die online verkaufen. Das Portal soll um weitere Funktionalitäten ergänzt werden.

- b. Die TROWISTA fördert den Aufbau digitaler Kompetenz in der Händlerschaft. Hierzu hat sie 2020 das Förderprogramm „digitalen und stationären Einzelhandel zusammendenken“ intensiv in der Troisdorfer Händlerschaft beworben und informierte sowohl im Troisdorfer Rundblick, digital als auch in zahlreichen Einzelgesprächen. Ergebnis: allein über die TROWISTA wurden rund 10 Förderanträge letztlich erfolgreich begleitet. (Diese beinhalteten u.a.: Aufbau oder Relaunch der eigenen Website, Aufbau von Social Media-Aktivitäten, Anschaffung digitaler Hardware, Schulungen, Newslettereinrichtung).

In diesem Zusammenhang kooperiert die TROWISTA fortlaufend mit den Digital Coaches NRW. Diese sind vom Land NRW finanzierte neutrale Berater\*innen, die vor Ort Händler\*innen zu digitalen Themenfeldern beraten und auch Webinare zu relevanten Themen, wie z.B. Click & Meet und Click & Collect anbieten.

- c. Mit "eBay Deine Stadt" können deutsche Kommunen sofort verfügbare, lokale Online-Marktplätze einrichten. Aus NRW haben bereits Gummersbach, Mönchengladbach und Moers dieses Angebot angenommen. Das Kooperationsmodell impliziert einen eigenen Auftritt von Gewerbetreibenden aus Troisdorf, die über eBay verkaufen. So entsteht ein „eBay Troisdorf“. Die dort eingestellten Produkte werden jedoch parallel auch über eBay Deutschland eingebunden und erreichen somit eine globale Kundschaft. Neben einer einmaligen Einrichtungsgebühr pro Stadt von 5.000 € und einer monatlichen Gebühr von 500 € wird hierfür eine personelle Unterstützung, die vor allem Händler\*innen für „eBay Troisdorf“ gewinnen soll und diese bei der Einrichtung und bei Fragen unterstützen soll, benötigt.

Aus Sicht der Verwaltung und der TROWISTA kann „eBay Troisdorf“ ein Baustein für Händler\*innen sein, die sich bewusst dafür entscheiden, über diesen Kanal sowohl Kunden in Troisdorf als auch global über eBay zu erreichen. Die Verwaltung schlägt vor, die Laufzeit zunächst auf ein Jahr zu begrenzen und die Ergebnisse fortlaufend zu evaluieren und dem HFA über die Erfahrungen zu berichten.

Insgesamt empfiehlt die TROWISTA, die Erfolgsaussichten einer lokalen Online-Verkaufsplattform nicht überzubewerten. Mehrere Studien haben die Effektivität bereits untersucht und kommen zu dem Schluss, dass lokale bzw. regionale Marktplätze bezüglich des Handelsvolumens eine vergleichsweise untergeordnete Rolle spielen.

Grundlegendes Manko: Es fehlt ihnen an wesentlichen Dingen, die das Einkaufen im Internet wirklich attraktiv machen, von der großen Auswahl bis zu den günstigsten Preisen. (siehe hierzu: <https://www.onlinehaendler-news.de/online-handel/marktplaetze/133279-coronakrise-lokale-marktplaetze-online-handel>, abgerufen am 11.5.2021: Zitat Gerrit Heinemann, Handelsexperte und Professor an der Hochschule Niederrhein: „*Alle regionalen Marktplätze in Deutschland kommen zusammengenommen auf ein GMV (Gross Merchandise Volume = Brutto-Handelsvolumen) von maximal 20 oder eher 10 Millionen Euro pro Jahr – das entspricht dem Umsatz einer gut gehenden Aldi-Filiale.*“)

Darüber hinaus ist eine geeignete Kombination eines Warenwirtschaftssystems und eines Online-Shops die Voraussetzung für einen erfolgreichen Online-Verkauf. Nach Kenntnis der TROWISTA ist dies bei den allerwenigsten stationären Händlern in Troisdorf der Fall. Gründe hierfür sind u.a. mangelnde personelle und finanzielle Ressourcen, keine ausreichende Motivation und Sortimente, die der Konkurrenz im Internet vermeintlich nicht standhalten können.

Vor diesem Hintergrund setzt sich die TROWISTA auch weiterhin dafür ein, vor allem die Entwicklung digitaler Kompetenzen der einzelnen Gewerbetreibenden zu fördern und passgenaue Angebote und Kontakte individuell aufzubauen. Ziel ist es, dass Händler\*innen in der Lage sind, fundierte wirtschaftliche Entscheidungen zu treffen, welche digitalen Aktivitäten zu ihrem individuellen Geschäftsmodell passen. Dies kann beispielsweise von der Pflege des Google-Business-Kontos über den Aufbau einer eigenen Website und Social Media-Kanal oder dem Eintrag in einem Portal bis hin zum Verkauf über einen eigenen Online-Shop oder einer Verkaufsplattform, wie z.B. ebay Troisdorf, reichen.

Sollten weitere übergeordnete Portal- und App-Angebote eingeführt werden, empfiehlt die TROWISTA, die existierenden und etablierten Strukturen, wie das zentrale Stadtportal [www.troisdorf.city](http://www.troisdorf.city), zu berücksichtigen und darauf zu achten, diese mit neuen Angeboten in der Akzeptanz nicht zu schwächen.

Eine wissenschaftlich fundierte Untersuchung darüber, welche übergeordneten Maßnahmen für die Troisdorfer Gewerbetreibenden sinnvoll sind und wie z.B. das bestehende Stadtportal samt App sinnvoll weiterentwickelt werden können, kann aus Sicht der TROWISTA sinnvoll sein. Auch Themen der Citylogistik aus Sicht der Händler\*innen könnten damit untersucht werden.

Erfahrungen anderer Kommunen

Wie wichtig eine frühzeitige Einbeziehung aller relevanten Akteure und eine faktenbasierte Untersuchung sind, zeigen zwei Beispiele aus der Region Bonn/Rhein-Sieg. Nach nur kurzer Zeit hat die Deutsche Post DHL den lokalen Online-Marktplatz **Allyouneed City Bonn** Ende 2018 eingestellt, da sie nicht länger als Betreiber des Marktplatzes fungieren wollte. Teile der Händlerschaft beklagten zudem den hohen Aufwand der Artikeleinpflege und dass kaum Neukunden gewonnen werden konnten.

An dem aktuell in Bad Honnef betriebenen **Online-Kiezkaufhaus** beteiligen sich von rund 75 Einzelhändler\*innen aktuell 31, von denen lediglich elf Online-Bestellungen und dementsprechend deren Auslieferung anbieten. (Quelle: IHK Bonn/Rhein-Sieg, Magazin „Die Wirtschaft“ Ausgabe 03/21, Artikel: "Handeln für den Handel", Seite 14).

## **2.Themenfeld: Klimaneutrale Citylogistik in der Innenstadt und den Troisdorfer Stadtteilen**

Die City-Logistik bündelt innerstädtische Güterverkehre, um eine Entlastung des Verkehrs in Städten zu erzielen. Dabei gibt es unterschiedliche Ansätze, zu denen die TROWISTA bereits erste Gespräche geführt hat. Allen Ansätzen gemein ist die Voraussetzung einer Dispositions- und Kommunikationszentrale, die die Güterversorgung der Innenstadt und ggfls. den Stadtteilen übernimmt.

### Überregionale Warenlogistik der Einzelhandelsunternehmen

1. Ansatz: Nutzung von Ladenlokalen durch überregionale Logistikdienstleister (z.B. Deutsche Post, DHL, UPS, Hermes, GLS, etc.) als Citydepots und Auslieferung der Pakete auf der letzten Meile mit ihren jeweils eigenen E-Fahrzeugen und Lastenrädern:

Nach Ansprache durch die TROWISTA im Frühjahr 2021 hat die Deutsche Post DHL Group eine Mengenbetrachtung für den Bereich der Fußgängerzone in Troisdorf erstellen lassen und kam zu dem Schluss, dass die Menge der Sendungen den Aufwand nicht rechtfertigt. Die Entwicklung werde aber kontinuierlich geprüft.

2. Ansatz: Anmietung einer Halle durch einen lokalen Logistikdienstleister. Die Gewerbetreibenden ändern ihre Lieferanschrift auf die Anschrift der Halle. Die überregionalen Logistikdienstleister (z.B. Deutsche Post, DHL, UPS, Hermes, GLS, etc.) beliefern diese Halle und der lokale Logistikdienstleister bündelt die Sendungen und übernimmt die Lieferung ins /Abholung vom Geschäft.

Die TROWISTA hat diesbezüglich bereits Gespräche mit der incharge GmbH aus Düsseldorf geführt, die dort das Konzept als lokaler Logistikdienstleister erfolgreich umsetzt. Die Auslieferung in die Geschäfte erfolgt dort jedoch aktuell noch mit Verbrennungsfahrzeugen. Nach Einschätzung von incharge ist es schwierig, in Troisdorf die für einen wirtschaftlichen Betrieb erforderliche Mindestanzahl an teilnehmenden Gewerbetreibenden zu erreichen. Zudem sei die Frage zu klären, wer als lokaler Logistikdienstleister vor Ort fungiert und gleichzeitig die Akquise und Betreuung der Gewerbetreibenden übernimmt. Bislang liegen der TROWISTA noch keine Interessensbekundungen vor.

Lokale Warenauslieferung vom Einzelhändler an den Endkunden

Ansatz: Einsatz von Lastenrädern. In Geschäften bestellte Waren werden bis zum Endkunden klimaneutral transportiert.

Hierzu stehen Stadtverwaltung und TROWISTA mit dem Zukunftsnetz Mobilität NRW (Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH) in Verbindung. Mit Verweis auf erste wissenschaftliche Untersuchungen empfiehlt das Zukunftsnetz Mobilität NRW im Vorfeld die Entwicklung eines urbanen Logistikkonzeptes. Besondere Berücksichtigung sollten in diesem Kontext die Bedarfe der Gewerbetreibenden, potentieller Kundschaft und die Untersuchung eines geeigneten Betreibermodells finden.

Fazit: Aus Sicht der TROWISTA zeichnet sich derzeit noch kein wirtschaftlich rentables Citylogistikmodell für die Troisdorfer Innenstadt und die Stadtteile ab. Der Fokus entsprechender Logistikdienstleister richtet sich derzeit vor allem auf größere Städte mit höheren Sendungsvolumen. Mit der Ansiedlung von Amazon ist 2021 ein weiterer Logistikdienstleister in Troisdorf angesiedelt worden, mit dem sowohl Stadtverwaltung als auch die TROWISTA Gespräche zu einem Citylogistik-Konzept führen werden.

Um das Thema Citylogistik weiter voranzutreiben sind weitergehende Untersuchungen im Vorfeld notwendig. Um diese entsprechend begleiten und daraus resultierende Maßnahmen ergreifen zu können, sind weitere personelle Kapazitäten erforderlich.

**3.Themenfeld: Kinderbetreuung in der Fußgängerzone und den Stadtteilen**

Troisdorf setzt auf eine Wahrnehmung als familienfreundliche Stadt. Dazu gehören auch familienfreundliche Einkaufsmöglichkeiten, besonders in der Fußgängerzone. Diese punktet generationenübergreifend mit Spielmöglichkeiten, Sitzgelegenheiten und Platz zum Verweilen.

Das Angebot einer Kinderbetreuung, beispielsweise in Form eines Elterncafés, würde aus Sicht der TROWISTA positiv auf das Einkaufserlebnis einzahlen. Daher hat sie bereits mehrere Gespräche mit ortsansässigen Gewerbetreibenden geführt, um diese für ein solches Konzept zu motivieren. Bislang liegen der TROWISTA keine Interessensbekundungen für einen solchen gewerblichen Betrieb vor. Das Geschäftsmodell wird von den örtlichen Gewerbetreibenden als nicht wirtschaftlich eingeschätzt: durch Platz für Kinder werde die Flächenproduktivität negativ beeinflusst, die Betreuung sei personalintensiv und der Umsatz würde aufgrund der jeweils langen Aufenthaltszeit vergleichsweise gering ausfallen. Möglichkeiten, eine Form der Kinderbetreuung von Seiten der Stadt zu schaffen, werden allerdings noch weiter geprüft.

#### **4. Themenfeld: Mehr Begrünung in der Fußgängerzone**

Die Fußgängerzone ist vor wenigen Jahren mit Landesmitteln aufwändig saniert worden. Eine Öffnung des Belages zur Schaffung von ausreichend großen Pflanzflächen für eine zusätzliche Begrünung ist zum einen wegen der Zweckbindungsfristen der Fördermittel, aber vor allem auf Grund der komplexen Leitungssituation (Gas, Wasser, Elektrizität, Telekommunikation, Kanal) ausgeschlossen. Es können daher nur Fassadenbegrünungen ohne Bodenanschluss oder vertikale Fassadenbegrünungen errichtet werden. Die Fassadengestaltung in der FGZ mit meist großen Schaufenstern im Erdgeschoss lässt in den allermeisten Fällen nur eine Vertikalbegrünung zu.

Das Land Nordrhein-Westfalen hat das Sonderprogramm „Klimaresilienz in Kommunen“ im Rahmen der Corona-Hilfe des Landes Nordrhein-Westfalen aufgelegt. Ziel des Förderprogramms ist die Verbesserung des Stadtklimas durch die Begrünung von Fassaden und Dächern: Eigentümer von Wohngebäuden oder gewerblich genutzten Gebäuden können demnach eine Förderung für die nachträgliche Anlage von Dach- und Fassadenbegrünungen erhalten, wobei maximal 50 Prozent der als förderfähig anerkannten Ausgaben erstattet werden. Das städtische Klimaschutzmanagement wird gemeinsam mit der TROWISTA für das Förderprogramm werben und Immobilieneigentümer gezielt auf die Möglichkeiten einer Förderung hinweisen. Es soll darüber hinaus geprüft werden, ob über die landesseitige Förderung hinaus zusätzliche städtische Mittel bspw. im Rahmen des „Städtischen Förderprogramms zur energetischen Sanierung und Dachbegrünung“ zur Verfügung gestellt werden können (Stichwort: Kumulierungsverbot).

#### **5. Themenfeld: Kunst und Kultur in der FGZ und den Einzelhandelsstandorten der Ortsteile stärken**

Die Corona-Pandemie verstärkt auch vor dem Hintergrund der massiven Zunahme von Onlinehandel und Homeoffice die Notwendigkeit kommunalen Handelns in der Fußgängerzone und den Einzelhandelsstandorten der Ortsteile. Es gilt, die Aufenthaltsqualität zu erhalten und weiter auszubauen, um Kund\*innen zu gewinnen und zu binden.

Eine erfolgreiche Umsetzung möglicher Aktivitäten kann nur gelingen, wenn Finanzmittel wie aus dem Sofortprogramm zur Stärkung der Innenstädte zur Verfügung stehen.

Die Verwaltung plant zeitnah einen Austausch mit den Akteuren aus den Werbegemeinschaften (Troisdorf Aktiv, SMG) und Kultureinrichtungen, um eine Wiederbelebung der Kultur in den Zentren auf den Weg zu bringen. Den hiesigen Kulturschaffenden kommt in diesem Prozess eine besondere Bedeutung zu. Synergien bereits geplanter/terminierter Veranstaltungen durch Auskoppelung an anderen Stellen im Stadtgebiet sind dabei zu prüfen und möglichst zu nutzen.

Zusätzliche Schwerpunkte bei den Innenstadt-Festen 2021 bspw. durch Samstags-Sommerferienprogramm in der FGZ mit wechselnden Aktionen für Familien sind ein weiterer Schritt, der sich auf die Ortsteile ausweiten lässt.

Erfolgreiche Formate wie der Abendmarkt oder die Schlemmertour können mit anderer Schwerpunktsetzung in der City und den Ortsteilen stattfinden. Ebenso sind die beispielhaft in Stichworten skizzierten Formate sowohl in der Innenstadt wie auch in den Ortsteilen denkbar und müssen konzeptionell näher betrachtet werden:

- Aktionen mit Bibliotheken, Bilderbuchmuseum, Kreativwerkstatt, Kulturvereinen, Kunsthaus und Kunstschaffenden
- Jahreszeitliche Kunstaktionen
- Kinderferienprogramme
- Kinder-Flohmärkte
- Kunstaktionen für Kinder und Familien
- Lange Einkaufsabende, -nächte, -samstage
- Längste Tafel
- Marching-Bands, Walking Acts zum Bespielen größerer Flächen
- regelmäßig wiederkehrende Musikformate auf Plätzen mit Bands unter Einbindung der ortsansässigen Gastro
- Sommer in der City (Musik, Sport, Vereine, Kunsthaus, Skulpturen, Straßenmalen)

