

# 3.

## Beteiligung der Öffentlichkeit

### 3.1 Befragung Stärken und Schwächen

Anhand der Ergebnisse der durchgeführten Fragebogen-Erhebung bei Eigentümern und Gewerbetreibenden kann hier aus Sicht der Befragten das „Stimmungsbild“ zur Situation des Neuwieder Zentrums beleuchtet werden.

#### Stärken

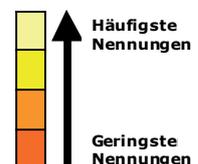
Als besonders stark prägendes und somit am höchsten im Bewusstsein der Befragten verankertes Merkmal ist die Lage am Rhein zu nennen (22 Antw.). Dieses Merkmal wird eindeutig am häufigsten benannt und bildet bei den Befragten offenbar mit großem Abstand die nahe liegendste Assoziation, wenn sie an „Neuwied“ denken.

Weniger stark ausgeprägt, aber immer noch als herausragende Merkmale einzustufen sind 5 nahezu gleichauf liegende Themen, die sich einerseits auf bauliche Anlagen, andererseits auf örtliche Eigenschaften beziehen (14 bzw. 13 Nennungen):

- als bauliche Anlagen stehen hierbei das **Schloss** und der **Deich** (Deichmauer) im Vordergrund.
- Als Eigenschaften werden einerseits die bestehende **Größe der Stadt und des Kernbereiches** als solche benannt, die in ihrer **Übersichtlichkeit**, der **Karree-Struktur** und der **Zentralität** positiv bewertet werden und andererseits
- die großzügige, zusammenhängende **Fußgängerzone**.
- Das Ganze findet zusammengefasst seinen Ausdruck auch noch in der Nennung des Schlagwortes „**kurze Wege**“.

Antwort	Häufigkeit	Bewertungsstufe
Lage am Rhein	22	1
Schloss	14	1
kurze Wege	14	1
übersichtlich, Stadtkern, Stadtgröße, Zentralität, Karreestruktur	14	1
Deich	13	1
Zentrale Fußgängerzone, großzügig, zusammenhängend	13	1
Schlosspark	9	2
gute Erreichbarkeit, Verkehrsanbindung	9	2
gute Geschäfte, Angebot	8	2
viel Parkraum	8	2
Kultur (Villa Musica), Theater	8	2
Aktionen, Veranstaltungen	8	2
schulische Versorgung	7	2

In der nächst niedrigeren Bewertungsstufe (9 – 7 Nennungen) werden folgende Themen als Stärken gesehen:



- Schlosspark
- gute Erreichbarkeit, Verkehrsanbindung
- gute Geschäfte, Angebot
- viel Parkraum
- Kultur, Theater (hierbei wird allerdings oft auf die im außerhalb liegenden Stadtteil Engers liegende Villa Musica Bezug genommen)
- Aktionen, Veranstaltungen
- schulische Versorgung

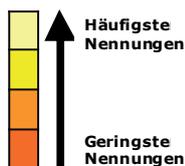
Schon deutlich abgeschlagen mit 5 – 3 Nennungen folgen die Kriterien

- gute Infrastruktur
- Außengastronomie
- Herrnhuter Viertel

- schöne Hausfassaden, Barockstadt, schön gestaltete Innenstadt
- Luisenplatz
- attraktive Stadtteile (incl. Abtei Rommersdorf, Engers, Zoo)
- großes Einzugsgebiet
- attraktive Umgebung/ hoher Freizeitwert
- religiöse Toleranz, multikulturell
- Historie, geschichtliche Namen (Raiffeisen, Roentgen)
- Restaurants (Essen), Gastronomie

Antwort	Häufigkeit	Bewertungsstufe
gute Infrastruktur	5	3
Außergastronomie	4	3
Herrnhuther Viertel	4	3
schöne Hausfassaden, Barockstadt, schön gestaltete Innenstadt	4	3
Luisenplatz	4	3
attraktive Stadtteile (Zoo, Rommersdorf, Engers)	4	3
großes Einzugsgebiet	3	3
attraktive Umgebung/ hoher Freizeitwert	3	3
religiöse Toleranz, multikulturell	3	3
Historie, geschichtliche Namen (Raiffeisen, Roentgen)	3	3
Restaurants (Essen), Gastronomie	3	3
gute Busverbindung zu Vororten	2	4
viele nette Mitbürger	2	4
medizinische Versorgung	1	4
Museum/ Schwimmbad, VHS	1	4
große „entspannende“ Straßen	1	4
verkaufsoffene Sonntage, night shopping	1	4

Nur noch als Einzelmeinung zu werten sind die Begrifflichkeiten, die noch weniger Nennungen aufweisen und daher hier nicht weiter berücksichtigt werden sollen. Bei insgesamt rund 120 Rücksendungen ist der Anteil der Stärken-



Nennungen als insgesamt wenig ausgeprägt einzustufen.

### Schwächen

Bei der Suche nach Schwächen sind die Befragten offenbar wesentlich leichter und häufiger fündig geworden.

Mit allein 69 Nennungen (als Gruppe addiert) wird hier sofort das drängendste Problem deutlich: es ist der Verlust der angemessenen **Lebensmittel-Versorgung** nach Schließung des Kaufhauses (bzw. des Aldi-Marktes), die Existenz von „**Billigläden**“ und der als ungenügend angesehene **Branchenmix**, damit insgesamt der **Verlust an Angebotsqualität und Anziehungskraft**.

Als separate Nennung wird das Kriterium Geschäfts-**Leerstand** zudem noch 30 mal angeführt.

Die zweithäufigste Kategorie bei den benannten Schwächen bildet eine Gruppe, die man mit dem Oberbegriff „**unbefriedigende Stadtgestalt**“ umschreiben kann – sie umfasst 49 Nennungen und muss daher ebenfalls als besonders gewichtig eingestuft werden. Hierunter wurden solche Antworten subsumiert wie

fehlendes Flair, keine Aufenthaltsqualität, kein Einkaufs-Erlebnis	10
optischer/ baulicher Zustand der Innenstadt	9
Rheinuferpromenade	8
kein „Stadtbild“, unharmonisch	7
Stadtbild heruntergekommen	7
schlechte Beleuchtung, verdreckt	4
Fußgängerzone schlecht gestaltet	4

Die weiteren benannten Schwächen folgen in deutlichem Abstand und bilden ein breites Mittelfeld an Gruppen.

Es wird angeführt von der **Parkplatz-Situation**: die insgesamt 22 Nennungen teilen sich etwa zur Hälfte auf in das (mangelhafte) Angebot und in die (überhöhten) Gebühren. (Als Einzelmeinung wird noch ein fehlendes Leitsystem, ein fehlendes Angebot für Berufstätige und die Verkehrsführung bemängelt.)

Es folgt das Thema **Sauberkeit** (incl. „Tauben“ und „Passagen“) mit insgesamt 19 Antworten. Nahezu gleichauf folgt der Themenbereich **Bevölkerungsstruktur** (hoher Ausländeranteil, hoher Migrantenanteil in der Innenstadt, nachts zu viele Ausländer/ Gewaltpotential, Störung durch ausländische Jugendgruppen) mit 17 Nennungen und ein Thema, das mit „**abendlicher Unbelebtheit**“ umschrieben werden könnte (abends Totenstille/ Stadtkern ohne Leben, fehlende gehobene (Außen-) Gastronomie, fehlende Ausgehmöglichkeiten, zuwenig kulturelle Angebote Innenstadt, zu frühe Schließung Außengastronomie). Hierzu erfolgten 16 Nennungen.

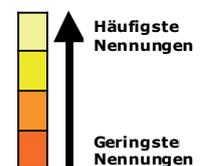
Am Ende des Mittelfeldes steht das Thema **Sicherheit** (zuwenig Polizei, mehr Ordnung, zuviel Kriminalität, Unsicherheitsgefühl abends) mit 14 Antworten.

Wenige Einzelthemen treten noch hervor: Es sind dies der schlechte **Straßen- und Gehwegzustand** (13) sowie die fehlende bzw. un gepflegte **Begrünung** (12).

Mit 5 Nennungen bezüglich fehlender **Sitzgelegenheiten** und 4 Bemängelungen der unterschiedlichen **Ladenöffnungszeiten** nähert

man sich dann bereits den hier unberücksichtigt bleibenden Einzelnennungen (drei und weniger Antworten).

Antwort (-Kategorien)	Häufigkeit	Bewertungsstufe
Angebotsqualität und Anziehungskraft	69	
Stadtgestalt	49	
(Geschäfts)Leerstand	30	
Parkplatz-Situation	22	
Sauberkeit	19	
Bevölkerungsstruktur	17	
Unbelebtheit	16	
Sicherheit	14	
Straßen- und Gehwegzustand	13	
Begrünung	12	
fehlende Sitzgelegenheiten	5	
unterschiedliche Ladenöffnungszeiten	4	



## Handlungsbedarf

In einer weiteren Frage wurde nach dem aktuellen Handlungsbedarf und nach kommunalen Handlungsfeldern gefragt, die vordringlich bearbeitet werden sollten.

Es wird hier auf Ausführungen zu Antworten verzichtet, die sich unmittelbar aus der zuvor geschilderten Nennung von Mängeln ableiten und daher häufig eingetragen wurden (Beispiele: Leerstand als „Schwäche“ angegeben – Antwort für Handlungsbedarf: Leerstand beseitigen; Schwäche: fehlendes Grün– Handlungsbedarf: Bäume pflanzen)

Die **verbleibenden** Themen fielen sehr gering aus und können insoweit nur als Hinweise dienen. Es sind nur Antworten mit mehr als einer Nennung aufgeführt:

Tourismusmarketing, Förderung Fremdenverkehr	4
neues Konzept für Märkte (Künstler-/Floh-/Weihnachts-)	3
zu scharfe Kontrolle Parkplätze	3
Bus-Parken beseitigen	2
Verbesserung ÖPNV	2
mehr Außennutzungsflächen und Werbung	2
Wohnqualität verbessern	2
Heimathaus / Stadthalle	2

### Konkrete Projekte

Hier wurde gefragt, welches Projekt oder welche Maßnahme dem Befragten „besonders am Herzen“ liege, um eine mehr gefühlsmäßige Gewichtung zu ermitteln. Die Antworten hierauf (mehr als eine Nennung) fielen naturgemäß recht unterschiedlich aus, meistens wurde keine Antwort eingetragen:

Begrünung Luisenplatz, Verschönerung	5
Jugendzentrum, mehr für Jugendliche	5
Deichgelände aufwerten	3
samstags/ mehr kostenlos parken	3
Taubenbekämpfung	2
Umbau Schlosstr	2
Parkplatz für Kunden und Arbeitnehmer	2
dringende Attraktivitätssteigerung	2
ungünstige Ladenflächen wegen B-Plan Mittelstr.	2
kulturelles Angebot verbessern, Niveau heben	2

### Schlussfolgerungen:

Die Stadt Neuwied als Ganzes wird in ihrer Grundstruktur positiv wahrgenommen. Die Lage am Rhein, die überschaubare Größenordnung und die Infrastrukturausstattung werden generell als gut angesehen, die im Vergleich zur Stadtgröße relativ großzügige Einkaufszone mit ihren weitläufigen Fußgängerbereichen und der übersichtlichen Karree-Struktur können als Vorteil angesehen werden.

Diese positive Grundstimmung wird allerdings umso stärker von kritischen Meinungen überlagert, je mehr die einzelhandelsbezogene Angebotsstruktur und die Aufenthaltsqualität der City bewertet werden. Hierzu haben sich offenbar über die Jahre in der Wahrnehmung spürbare Abwertungstendenzen entwickelt. Der weitläufige City-Bereich erfordert ein gesteigertes Maß an Investitionen beim privaten und öffentlichen Eigentum zur Aufrechterhaltung bzw. Entwicklung eines zeitgemäßen Erscheinungsbildes und der Nutzbarkeit. Den Entwicklungen im Einzelhandel kann über ein erhöhtes Maß an Kooperation und Kommunikation im Rahmen eines City-Managements begegnet werden. Zu beiden Aspekten soll das Förderprogramm „Aktives Stadtzentrum Neuwied“ Unterstützung bieten.

Im Einzelnen lassen sich anhand dieser Befragung noch einige weitere Aufschlüsse erhalten:

- die eher „öffentlichkeitswirksamen“ Themen wie Parkplatzsituation, Ausländeranteil, Sauberkeit und Sicherheit, Begrünung spielen mit einem Anteil von jeweils rund 10 – 20 % an der Gesamtzahl der Rückläufe von der Gewichtung her nicht die große Rolle, wie sie meist vermutet wird – diese Themen liegen bei der Befragung nur im (oberen) Schlussdrittel.

Zwar kommt ihnen eine noch beachtenswerte Bedeutung zu, sie sollten andererseits nicht zu hoch angesiedelt werden. Die beiden Komplexe Branchenstruktur und Stadtgestalt müssen demgegenüber als wesentlich schwerwiegender und als die entscheidenden Themen angesehen werden.

- der Verlust des Kaufhauses samt Lebensmittel-Sortiment stellt eine einschneidende Verschlechterung der Versorgungssituation dar. Nachdem sich nunmehr eine Wiedernutzung durch derzeit in der Randlage des Einkaufsbereiches ansässige Unternehmen abzeichnet, verschärft sich die Leerstands-Problematik in der Randzone erheblich.
  - der hohe Anteil an „Schwächen“-Antworten zu dem Themenfeld Stadtgestaltung legt ein beredtes Zeugnis über den dringenden Bedarf an Erneuerungsmaßnahmen ab, die wiederum eines durchdachten Gestaltungskonzeptes mit einer ablesbaren Handschrift bedürfen. Zusätzlich belegt etwa die recht häufige Nennung des schlechten Straßenzustandes, dass der Mangel an positiv wahrnehmbarer Stadtgestalt auch durch einen Rückstand an entsprechenden Unterhaltungsmaßnahmen verstärkt wird. Schon im Einzelhandelskonzept 1999 wird der veraltete, „liegen gebliebene“ optische Eindruck des Zentrums bemängelt.
  - die Antworten auf die Fragen zum Handlungsbedarf oder zu konkreten Projekten erscheinen wenig ergiebig im Hinblick auf eine besondere Bedeutung einer bestimmten Maßnahme oder deren Priorität. Allerdings ist vor dem Hintergrund der Nennung zu Einrichtungen für die Jugend
- das Scheitern der Umnutzung des Gebäudes in der Hermannstraße zu bedauern.
- besonders bemerkenswert beim Thema Handlungsbedarf ist allerdings, dass trotz des objektiv hohen Leerstandes an Wohnungen im Untersuchungsgebiet das Thema Wohnen bzw. Verbesserung der Wohnqualität bei den Befragten offenbar nur eine marginale Bedeutung hat und hierzu kein Problembewusstsein oder Veränderungsdruck zu bestehen scheint. Gerade im Falle Neuwieds bildet das Wohnen neben dem Einzelhandel den wichtigsten Bestandteil der Nutzung in der City, so dass auch dieses Handlungsfeld im „Aktiven Stadtzentrum Neuwied“ verstärkter Aufmerksamkeit bedarf.
  - die vorhandene Deichmauer am Rheinufer wird (für den Außenstehenden unerwartet) nur als Stärke benannt, keine explizite Nennung erfolgt bei den Schwächen. Zwar mag sie implizit unter dem Schwächen-Begriff „Rheinpromenade“ mit angesprochen sein, doch wird mit dieser Nennung eher der generell unattraktive Zustand des Deichvorgeländes angesprochen sein, nicht die Deichmauer als solche. Auch hätte man sonst etwa die Antwort „Trennung von Fluss und Zentrum“ erwarten können, diese blieb aber aus. Daher kann gefolgert werden, dass die Deichmauer als Neuwieder „Unikum“ bei den Befragten positiv im Bewusstsein verankert ist und bei Aufwertungsmaßnahmen dieses Objekt besonders im Blickpunkt stehen sollte, um die Deichmauer als besonderes Identifikationsmerkmal der (Innen-)Stadt weiter zu stärken.

### 3.2 Befragung Gewerbetreibende

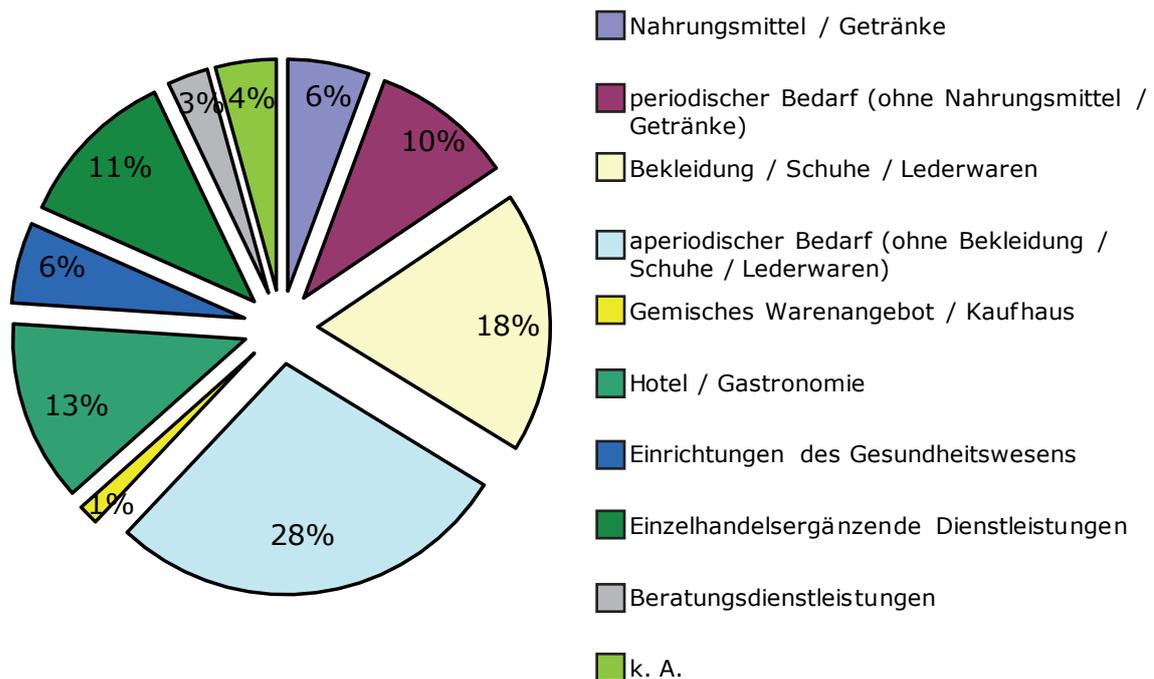
Mit der Befragung der Gewerbetreibenden im Untersuchungsgebiet sollte die Einschätzung insbesondere der Einzelhändler zur Beurteilung der eigenen Situation und der Veränderungsbedürfnisse ermittelt werden, um hieraus Ansatzpunkte für konkrete Maßnahmen zu erhalten. Weiterhin wurde dazu die Meinung zum Erscheinungsbild des eigenen Betriebes und des Umfeldes abgefragt. Auch sollte wegen der Zielsetzung des Förderprogramms die Mitwirkungsbereitschaft bei der Einrichtung von Interessengemeinschaften und die Investitionsbereitschaft ermittelt werden.

Rund die Hälfte der eingegangenen Fragebögen kam von 55 Gewerbetreibenden, rechnet man noch diejenigen dazu, die auch Eigentümer des Gebäudes sind (16 Fälle) sind 55 % der Befragten Gewerbetreibende (Gesamthäufigkeit = 71 Gewerbetreibende).

Mit zusammen 46 % hiervon ist der Antwort-Anteil der Branchen Bekleidung/ Schuhe (18 %) sowie aperiodischer Bedarf (28 %, entsprechend den Branchengruppen der städtischen Nutzungserhebung 2006) deutlich am stärksten vertreten, am schwächsten die Gruppe Nahrungsmittel/ Getränke mit 4 % sowie Beratungsdienstleistungen mit 2 %. Dieses Ergebnis entspricht bezüglich der Geschäfte Bekleidung/ aperiodischer Bedarf auch der örtlichen Wahrnehmung.

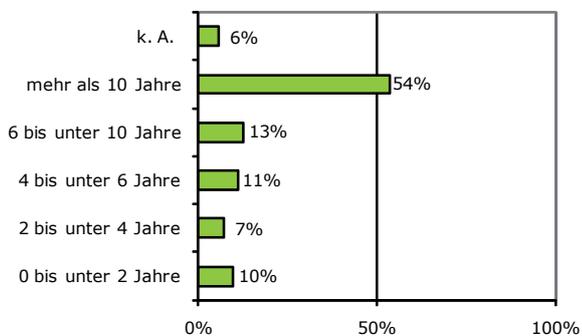
Bei den meisten Teilnehmern handelt es sich um „alteingesessene“ Betriebe, 54 % sind bereits mehr als 10 Jahre am jetzigen Standort. Nimmt man den Anteil der Geschäfte hinzu, die mehr als 4 Jahre bestehen, sind bereits 78 % der Teilnehmer erfasst. 10 % der Teilnehmer sind erst 1 Jahr (bzw. kürzer als 2 Jahre) am Standort, insgesamt 17 % kürzer als 4 Jahre. Setzt man diese kurzfristige Betriebsdauer von

#### Frage 7: Branchenverteilung der Gewerbetreibenden



einem Jahr (als „Gedankenspiel“) in das Verhältnis zur Gesamtzahl von 527 Betrieben im Untersuchungsbereich (Erhebung 2006, ohne Leerstand), entspräche diese kurzfristige Standortbindung einem Anteil von etwa 50 Betrieben, was den 2009 festgestellten Eindruck einer hohen Fluktuation im Gebiet unterstützt.

**Frage 7: Ansiedlungsdauer**



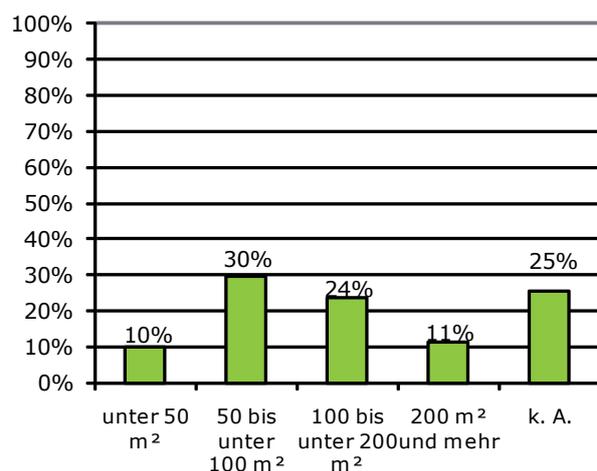
### Fragestellungen zum Verkaufsflächenbedarf (Fragen 9 – 11)

Mit der Frage nach der geschossweisen Lage des Geschäftes im Gebäude sollte geprüft werden, ob etwa ein Mangel an Verkaufsfläche nur durch ein (meist ungünstiges bzw. unerwünschtes) Ausweichen in ein Obergeschoss zu kompensieren war. Die Nennung mehrerer Geschosse des gleichen Geschäftes trat in 10 Fällen auf, wobei jedoch nur in 2 Fällen von einer möglichen Benachteiligung ausgegangen werden könnte. (Eine Bank oder ein Hotelbetrieb sind zB. nicht benachteiligt.) Erwartungsgemäß sind die meisten Gebäude (72 %) nur im EG durch Geschäfte genutzt.

Auch die folgenden Fragen nach Verkaufsfläche bzw. nach dem Veränderungsbedarf der Geschäftsräume zielten auf die Klärung von mög-

lichen Engpässen ab, die die Verbesserung des Angebots behindern könnten.

Die Frage nach der vorhandenen Verkaufsfläche wurde nur von 75 % der Teilnehmer beantwortet. Von diesen Antwortenden verfügen insgesamt 40% über Flächen unter 100 m<sup>2</sup>, von diesen wiederum 10 % sogar weniger als 50 m<sup>2</sup>. 24 % der Teilnehmer verfügen über 100-200 m<sup>2</sup>, nur 11 % verfügen über Flächen von mehr als 200 m<sup>2</sup>. Dies bedeutet bei heutigen Kundensprüchen an Auswahl und Präsentation von Waren sicherlich bei vielen Geschäften nur eine eingeschränkte Angebotsmöglichkeit. Setzt man die „kritische Grenze“ für die Neuansiedlung eines Geschäftes mit höherem Qualitätsanspruch bei 150 – 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche an, so trifft diese im Untersuchungsbereich also nur auf ein recht geringes Maß an baulich überhaupt vorhandenem Gebäude-Bestand von etwa einem Viertel.



Bei den ansässigen Geschäften besteht demgegenüber offenbar kein nennenswerter Veränderungsbedarf bei den Räumlichkeiten:

Von den Gewerbetreibenden gaben 77 % an, dass die Räumlichkeiten in der Größe und Ausstattung ihren Anforderungen genügen und kein Änderungsbedarf besteht. Weitere 13 % gaben an, dass dies zwar nicht vollständig zutrifft, jedoch so weit, dass bauliche Veränderungen oder Geschäfts-Verlagerungen in nächster Zeit nicht beabsichtigt sind. Nur 4 % waren mit ihrer derzeitigen Größe oder Ausstattung nicht zufrieden, so dass sie bauliche Veränderungen beabsichtigen.

Von diesen 3 Nennungen bezog sich eine Antwort auf den Umbau des Dachgeschosses (da auch Eigentümer), 2 Nennungen erwogen den Umbau/ Neugestaltung des Ladens- beide sind der Branche Nahrungsmittel zuzuordnen.

Von den 10 Nennungen, die nur teilweise zufrieden waren, ließen 3 erkennen, dass sie derzeit nicht über die notwendigen Mittel verfügen. Hierunter befinden sich jedoch keine angebotsprägenden Branchen.

Zur Frage, wieso bauliche Maßnahmen nicht in Betracht kommen, äußerten sich erstaunlicherweise nur Personen, die keinerlei Veränderungsbedarf angeführt hatten. Unter Anderen verwiesen 4 Nennungen darauf, dass sie nicht Eigentümer seien, nur 1 Nennung verweist auf dessen fehlende Investitionsbereitschaft. Die übrigen Antworten sind wenig aussagekräftig und tragen nicht zu einer Maßnahmenfindung bei.

Auch gab kein einziger Teilnehmer konkret an, sein Geschäft verlagern zu müssen.

### **Schlussfolgerung:**

Die Zusammenschau der Antworten lässt den Schluss zu, dass die Beteiligten sich ganz überwiegend nicht veranlasst sehen, Überlegungen zu geänderten Verkaufsflächen oder der Ausstattung ihrer Geschäfte anzustellen. Offenbar wird die gegenwärtige Größe für angemessen erachtet, die Frage der Verbesserung bzw. Vergrößerung des Angebotes scheint sich ebenfalls nicht zu stellen. Dabei kann hier nicht geklärt werden, ob sich dieser Sachverhalt aus der Selbsteinschätzung eines marktgerechten Angebotes ergibt oder ob die wirtschaftliche Lage den Gedanken an eine Veränderung der Situation verbietet.

### **Fragestellungen zum Erscheinungsbild (Fragen 12 – 13)**

Bei diesem Fragenkomplex soll die Selbstwahrnehmung der Gewerbetreibenden ermittelt werden, wie sie die baulich-gestalterische Außenanstellung der Geschäfte und der Gebäude beurteilen.

Den Eingangs- bzw. Schaufensterbereich ihres Geschäftes bewertet demnach die gute Hälfte der Händler mit „zufriedenstellend“. Mit „sehr gut/ gut“ beantwortet fast ein Drittel (29 %) der Teilnehmer diese Frage, dagegen sind immerhin 14 % mit diesem für die „Anziehungskraft“ des Geschäftes sicherlich besonders relevanten Faktors unzufrieden.

Erweitert man das Blickfeld auf das jeweilige Gebäude als Ganzes, in dem sich der Betrieb befindet, also primär die Außenwirkung der Fassadengestaltung, so verringert sich bei gleich bleibendem „Mittelfeld“ die (sehr) gute Bewertung um 8 %, der unbefriedigende Eindruck steigt demgegenüber um 4 % an (und der

verbleibende Rest äußerte sich zu dieser Frage nicht).

Die Einzelbewertung der jeweiligen Werbeanlage zeigt hierzu keine signifikante Abweichung, so dass bei allen Bewertungsgegenständen rund die Hälfte der Gewerbetreibenden nur ein „zufriedenstellend“ vergibt.

Die einzelnen Korrelationen zwischen diesen drei Fragen schwanken demgegenüber durchaus stärker – so bewerten etwa diejenigen, die ihr Geschäft mit (sehr) gut einstufen, nur zur Hälfte auch das Gebäude mit (sehr) gut und diejenigen, die ihr Geschäft mit unbefriedigend bewerten, betrachten fast alle auch das Gebäude als unbefriedigend – doch reicht an dieser Stelle die wichtigste Feststellung aus, dass lediglich ein Fünftel aller Teilnehmer von dem Gebäude, in dem ihr jeweiliges Geschäft liegt, einen (sehr) guten Eindruck hat und auch nur ein knappes Drittel den äußeren Geschäftseindruck positiv bewertet. Hier scheint also ein entsprechendes Problembewusstsein vorhanden zu sein. Das Ergebnis deckt sich von der Aussage her mit der unabhängig vorgenommenen Gestaltanalyse.

Ungewöhnlich erscheinen demgegenüber die Angaben zur Möglichkeit der Außenwerbung und der Außennutzung (Warenstände/ Bewirtung) Hier antworten 35 %, dass die Werbemöglichkeiten nicht ausreichend seien und sogar 42 % betrachten das Ausmaß der vorhandenen Außennutzung als nicht ausreichend. Kein einziger Teilnehmer ist dagegen der Meinung, dass hier möglicherweise bereits zuviel des Guten passiert ist. Eine solche Einstufung ist aus Sicht des Stadtplaners angesichts der tatsächlich vorgefundenen Situation kaum nachvollziehbar. Es verwundert, wenn auf der einen Seite ein Niveauverlust an Angeboten und

das Überhandnehmen von „Billiganbietern“ beklagt wird, auf der anderen Seite aber die für eine qualitätvolle Außendarstellung maßgeblichen Gestaltfaktoren nicht erkannt und gerade solche Maßnahmen für erforderlich gehalten werden, die die „billige“ Erscheinung wesentlich mit verursachen.

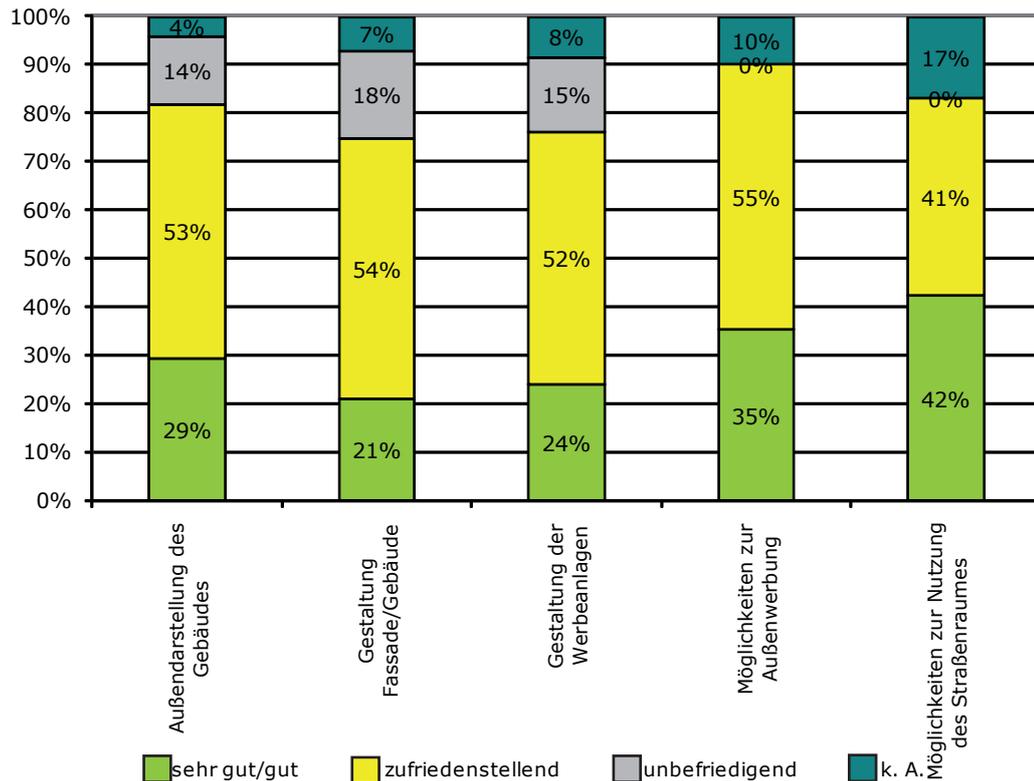
Mit der offenen Frage zur Bewertung des näheren Umfeldes wurde die Beurteilung über den eigenen „Tellerrand“ hinaus untersucht. Hierbei wurde zunächst nach dem vorherrschenden Eindruck der Qualitätsstufe des eigentlichen Warenangebots und der damit verbundenen Kundenattraktivität gefragt, ferner sollte das baulich-gestalterische Erscheinungsbild und der Erneuerungs-/ Umgestaltungsbedarf der Gebäude und des Straßenraumes für den Straßenabschnitt im Umkreis des Betriebes bewertet werden.

Wegen der nicht vorgegebenen Antwortmöglichkeit kann hier nur eine grobe Einstufung der Antworten in eine eher positive, eine neutrale oder unbestimmte und in eine eher negative Kategorie vorgenommen werden.

Zunächst fällt dabei auf, dass zum Zustand des öffentlichen Raumes 38 % der Teilnehmer und zum Erscheinungsbild der umliegenden Gebäude sogar 51 % keine bzw. keine klassifizierbaren Angaben machen wollten. Insoweit soll dieses Thema hier nicht vertieft werden. Von den verbliebenen Antworten schätzen 41 % das Erscheinungsbild des öffentlichen Raumes und 31 % die privaten Gebäude eher negativ ein, neutrale Aussagen werden von jeweils 10 % vorgenommen und 11 % bzw. 8% sehen das Erscheinungsbild eher positiv.

Im Folgenden wird anhand der räumlichen Zuordnung der Antworten ein kurzes

Frage 12: Außenwirkung

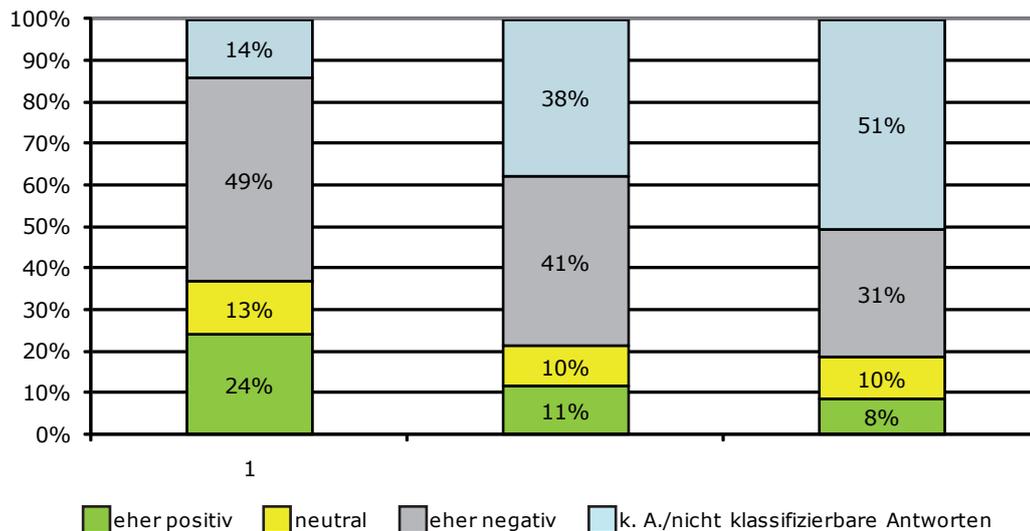


Stimmungsbild für einzelne Straßenabschnitte zum Themenbereich Kundenattraktivität/ Warenangebot/ Einkaufsatmosphäre gegeben. Beachtliche 49 % bewerten die Faktoren insgesamt eher negativ, 13 % neutral und 24 % eher positiv. Innerhalb der Straßenabschnitte variiert die Beurteilung auch recht stark, offenbar in Abhängigkeit von der Nähe zu Kreuzungspunkten.

Obere Mittelstraße:

- „nicht sehr gut, da viele Handyläden und 1€ Läden“
- „mittelmäßig“
- „viele Telefongeschäfte, Döner-Läden, z.T. gute Fachgeschäfte wie Optiker, Juwelier, Schuhe, Taschen, uvm.“
- „zu wenig attraktive Fachgeschäfte“
- „Straßenseite komplett vermietet mit florierenden Geschäften, gut“

## Frage 13: Näheres Umfeld



## Mittlere Mittelstraße:

- „Einseitiges Warenangebot, nur Bekleidung oder Bäckerei“
- „sehr belastet durch Leerstand von Kaufhaus „Claus“. Dreck, wilde Werbeaufkleber, verwahrloster Gesamteindruck“
- „sehr guter Standort innerhalb der Ladenstraße“
- „war sehr gut, ist wenig von übrig geblieben. Wichtige Geschäfte sind weg und die kleinen Geschäfte haben nicht die Kräfte um das länger aufrecht zu erhalten.“
- „Das Warenangebot könnte noch vielfältiger sein“

## Obere Marktstraße:

- „schlecht, „tote Hose““
- „Warenangebot ausreichend, Einkaufsatmosphäre schlecht“
- „befriedigend bis gut“
- „knapp ausreichend“

- „Warenangebot und Einkaufsatmosphäre schlecht, viel auffälliger Leerstand. Aber durch Banken, Schulen und Krankenhäuser viel Laufkundschaft“

## Mittlere Marktstraße:

- „negativ: Spielhalle, Shisha-Café, Internetcafé + Telefonladen“
- „katastrophal“
- „ist besser geworden!“
- „Durchgangsstraßenniveau“

## Schlossstraße:

- „ausreichend“
- „nicht befriedigend“
- „außer Pizzerien gibt es nur noch einen Frisör, sonst existiert kein Geschäft mehr. Bei den hohen Mieten, kein Wunder“
- „seit Schließung von mehreren Einzelhandelsgeschäften in der Schlossstraße nicht ausreichend belebt.“

Langendorfer Straße/ Luisenplatz:

- „ausreichend“
- „sehr gut“
- „unattraktiv, zu wenig grün. Es sind schöne Geschäfte da und sehr viel Außengastronomie“
- „Das Warenangebot ist nicht mehr so vielfältig. Wenn bei schlechtem Wetter oder im Winter die Stühle der Cafés nicht besetzt sind, wirkt der Luisenplatz sehr kalt und ungemütlich“
- „befriedigend, bis auf Leerstand“
- „ungenügend“
- „wir waren zufrieden, aber seit dem Bau des Kauflands sind uns viele Kunden (Laufkunden) verloren gegangen.“

Engerser Straße:

- „nicht befriedigend“
- „guter Branchenmix, besser als die Mittelstraße (auf die Kürze der Engerserstr. gesehen)“

Die Frage zur Verlagerungsabsicht wegen des unzureichenden Umfeldes (Nr. 13 d) wurde nur dreimal bejaht, wobei sich dies noch um zwei „evtl.“ reduziert.

### **Schlussfolgerung:**

Das Ergebnis der Begehung (s. Kap. Gestaltanalyse) wird durch die Befragungsergebnisse in überaus deutlicher Form bestätigt oder tlw. sogar noch kritischer bewertet. Vor diesem Hintergrund erscheinen grundsätzliche Maßnahmen erforderlich, die sowohl konzeptionelle Bearbeitungen (Erstellung eines gestalterischen Leitkonzeptes, Marketing-Konzept) wie natürlich auch bauliche Umgestaltungen umfassen. Auch diese Auswertung lässt erkennen, dass es kaum kleinteiligere zielgruppenspezifische

Zonen innerhalb des Einkaufsbereiches gibt, die zu einer besseren Profilierung mit unterschiedlichen Qualitäten beitragen.

### **Fragestellungen zu Verlagerungs- Standorten und Geschäftsaufgabe (Fragen 14 – 15)**

Dieser Fragenkomplex stellt sich insgesamt als wenig ergiebig in der Auswertung dar.

Wie bereits bei vorherigen Fragen dargestellt, werden Verlagerungen praktisch nicht ins Auge gefasst. Insoweit wurden die wenigen Angaben bei Frage 14 offenbar mehr oder weniger als hypothetischer Fall beantwortet („was wäre, wenn“).

So wurde dreimal eine Verlagerung von der äußeren Mittelstraße in die 1a-Lage benannt, zusätzlich einmal die Langendorfer Straße.

Andere Gebiete in Neuwied außerhalb des Zentrums wurden nicht genannt, als außerhalb Neuwieds gelegener Standort wurde viermal die Stadt Koblenz erwähnt.

Auch das Thema Geschäftsaufgabe/ Nachfolge stellt sich als nicht bedeutsam dar.

Von vier Fällen, die als Geschäftsaufgabe genannt werden, sind 3 innerhalb der nächsten beiden Jahre vorgesehen, einer zwischen 3-5 Jahren. Zwei Inhaber erklären, dass ein Nachfolger-Problem besteht. An Motiven ergeben sich Altersgründe, ein Umzug und zwei Geschäftsaufgaben, wenn der Umsatz nicht steigt. Alle Geschäfte liegen in der Randlage.

### Fragestellungen zur zukünftigen Entwicklung (Frage 16)

Mit dieser Frage wird nach den „erledigten“ Äußerungen über die jetzige Lage der Blick in die Zukunft gerichtet. Wo soll angesetzt werden, um die Entwicklung „in den Griff zu bekommen“? Auch hier ist wegen der offenen Fragestellung eine schlagwortartige, cursorische Auswertung vorzunehmen.

Mit 45 Antworten zu einer eher positiven Entwicklung befinden sich die optimistischen Einschätzungen offenbar (leider) etwas in der Minderheit gegenüber den 57 Antworten, die die Entwicklung eher negativ einschätzen, wobei die Frage entweder überhaupt nicht beantwortet wurde oder von den antwortenden Teilnehmern dann meistens zu beiden Richtungen Argumente genannt wurden.

Zur positiven Seite lassen sich im Wesentlichen folgende Kategorisierungen bilden, die weitgehend auch schon in anderen Zusammenhängen genannt wurden:

- 16 mal steht die Verbesserung des Warenangebotes und die Beseitigung des Leerstandes im Vordergrund. Der bessere Branchenmix, verbunden mit dem großen Wunsch nach einem Lebensmitteleangebot, sowie das Zurückdrängen der 1-Euro-Läden, die Ansiedlung von exklusiveren Geschäften und niedrigere Mieten werden als Voraussetzung benannt
- 11 mal wird die vorzunehmende Attraktivitätssteigerung durch zügige Umgestaltungen von Fassaden und des Straßenbildes, durch Verschönerungs- und Ordnungsmaßnahmen und mehr Aktivitäten genannt, die zu mehr Laufkundschaft führen
- 5 mal wird die Steigerung der Außenwahrnehmung von Neuwied im Umland aufgeführt. Durch weitere Aktionen soll die Trendwende erreicht und wieder mehr Kundschaft in das Zentrum gelockt, aber auch neue junge Familien zum Zuzug bewegt werden
- 4 mal wird auf die Stärkung des „Wir-Gefühls“ verwiesen, die Bereitschaft zu gemeinsamen Initiativen und Veränderungen betont
- und auch die Haltungen zum positiven Denken werden mehrmals genannt („weil der Mensch eine Hoffnung braucht“)

Spiegelbildlich ergeben sich hieraus die benannten Befürchtungen für eine negative Entwicklung, die daher nur noch um einige zusätzliche Punkte ergänzt werden sollen:

- so wird hier die mangelnde Initiative und Bereitschaft der Akteure deutlich häufiger ins Feld geführt und das Verlaufen von Projekten im Sande bemängelt
- die Kaufkraft sei gering und daher bestehe kein Anreiz für den Einzelhandel, nach Neuwied zu kommen
- die Konkurrenz durch die dezentralen Standorte und das veränderte Käuferverhalten
- für eine bessere Entwicklung muss das Kaufhaus wieder belebt werden
- die Mieten sind zu hoch und steigen weiter und die Vermieter vermieten an jeden
- die „falschen“ Geschäfte eröffnen und die Jugendlichen lungern dort herum
- abends entsteht ein Unsicherheitsgefühl

**Schlussfolgerung:**

Die Befragungs-Ergebnisse lassen die über die Jahre entstandenen Probleme und Fehlentwicklungen mit großer Deutlichkeit hervortreten. Neben der Schwächung der Innenstadt durch die generellen Entwicklungstendenzen im Einzelhandel, die zu Defiziten in Branchenmix und Angebotsbreite sowie zu hoher Fluktuation und Leerstand geführt haben und damit zu einem Schwund der Kundschaft beitragen, mischen sich Schwächen aus der „stehen gebliebenen“ Bauentwicklung mit sich schleichend verstärkenden Gestaltmängeln im Stadtbild, die die Attraktivität des Einkaufserlebnisses zusätzlich mindert.

Es versteht sich von selbst, dass eine derartige Häufung von unterschiedlichsten Ursachen nicht mit einem „großen Schlag“ aufzulösen ist. So wünschenswert die Revitalisierung eines zentralen Kaufhauses wäre, steht derzeit bekanntlich selbst ein großer Warenhauskonzern im Insolvenzverfahren und es sind auch in Großstädten keine Neuansiedlungen von klassischen Kaufhäusern bekannt geworden. Daher verbleibt nur die Verfolgung der mühsameren Strategie:

- an vielen Handlungssträngen gleichzeitig ansetzen und die Initiativen wecken,
- die privaten und öffentlichen Akteure zu gemeinsamem Handeln bündeln
- und dabei auch die finanziellen Mittel entsprechend koordinieren.

**3.3 Befragung Eigentümer**

Mit der Befragung der Gebäude-Eigentümer sollten genauere Erkenntnisse über die aktuelle Nutzung der Gebäude, über das Ausmaß des Leerstandes, über die Beurteilung der Eigentümer zum baulichen Zustand ihrer Gebäude und des Umfeldes sowie über beabsichtigte Investitionen gewonnen werden. Von den „reinen“ Eigentümern kamen 42 ausgefüllte Fragebögen zurück (36 %), rechnet man wie bei den Gewerbetreibenden die 16 Fragebögen mit, die beide Funktionen besitzen, so sind 45 % der Antworten Eigentümer (Gesamthäufigkeit = 58 Eigentümer). Dabei war in 60 % der Fälle die Anschrift des Eigentümers nicht identisch mit dem untersuchten Grundstück, so dass von einem hohen Anteil von auswärtigen Eigentümern auszugehen ist. Da an ca. 250 Eigentümer der Fragebogen versendet wurde, ist die Rücklaufquote mit 23 % zwar positiv zu bewerten, lässt aber bei bestimmten Fragen keine sicheren Rückschlüsse zu.

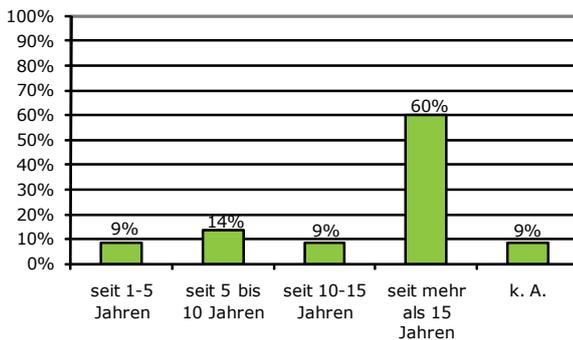
**Fragestellungen zu Alter und Nutzung der Gebäude (Fragen 18 – 21)**

Die Antworten zur Eigentumsdauer zeigt, dass diejenigen Eigentümer, die den Fragebogen zurückgesandt haben, lange mit dem Gebäude verbunden sind – die Mehrheit von 60 % besitzt das Gebäude länger als 15 Jahre. Rechnet man noch die beiden Klassen 10-15 Jahre und 5-10 Jahre dazu, so können 82 % der Eigentümer als langjährige Besitzer angesehen werden. Nur 9 % besitzen ihr Gebäude kürzer als 5 Jahre (9 % keine Angabe).

Aufgrund der hohen Anzahl der langjährigen Besitzer ist allerdings auch davon auszugehen, dass es sich häufig um ältere Eigentümer handelt, deren Investitions-Neigung geringer

einzustufen ist. Viele Eigentümer sind der Stadt auch bereits aus dem früheren Sanierungs-Verfahren bekannt.

**Frage 18: Eigentumsdauer**



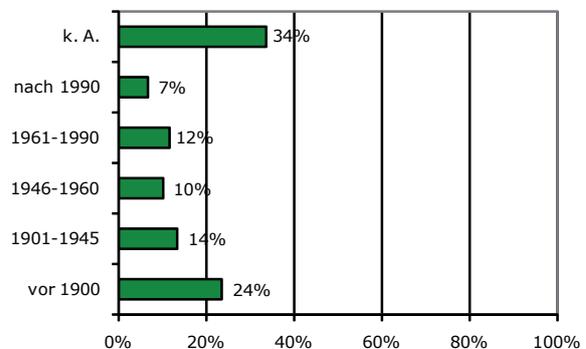
Zum Gebäudealter wurden die Antworten in Gebäudealtersklassen eingeteilt. Allerdings machten 34 % keine Angaben. Es bestätigt sich der bei einer Begehung zu gewinnende Eindruck, dass die Gebäudealter sich stark verteilen. Die Gebäude, die vor dem 2. Weltkrieg errichtet wurden, scheinen noch etwas in der Mehrheit zu sein – 38% fallen in diese Kategorie (davon 24 % vor 1900). Die Nachkriegsbauten schlagen mit 29 % zu Buche, wobei sich die Baujahre offenbar recht gleichmäßig verteilen und in der jüngeren Vergangenheit (nach 1990) eher zurückgegangen sind.

Dieses Ergebnis illustriert den stadtgestalterischen Einfluss durch Gebäude aus der zweiten Hälfte des vergangenen Jahrhunderts, die zu dem heute nicht mehr besonders qualitativ anmutenden Baustil der Hochkonjunktur-Zeit gehören und in der Gegenwart zu dem „alltäglichen“ und unspezifischen Gesamtbild beitragen.

Die Auswertung zur Nutzungsart der einzelnen

Geschosse und der Fremd- oder Eigennutzung soll hier nur in einigen interessanten Konstellationen beschrieben werden. Überhaupt sind die Antworten zur Nutzungsart sehr häufig nicht beantwortet worden – 45 % der Teilnehmer beantworten diese Frage gar nicht (häufiger wurde dennoch die Nutzungsrechtsform angekreuzt).

**Frage 19: Gebäudealter**



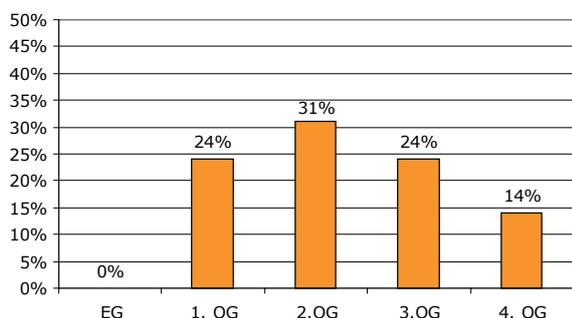
Auf der Suche nach Gebäuden, die im Erdgeschoss noch bewohnt sind, ergab sich keine einzige Rückmeldung – ebenso wurde kein Fall benannt, in dem in allen Geschossen gewohnt wird. Zwar gibt es solche Fälle im Gebiet, aber deren Eigentümer sahen sich offenbar wenig betroffen von der Fragebogen-Aktion (interessant wäre hier eine räumliche Häufung von Gebäuden mit Wohnnutzung gewesen).

Daraus ergibt sich möglicherweise, dass die Wohnnutzung innerhalb des (engeren) Fragebogensgebietes gegenüber dem übrigen Untersuchungsbereich eine geringere Wertigkeit bei den Eigentümern besitzt, obwohl sie ja quantitativ durchaus eine hohe Bedeutung hat.

Gebäude, in denen gar nicht gewohnt wird, liegen in 9 Fällen vor, Gebäude mit nur einem Wohngeschoss wurden in weiteren 4 Fällen

benannt. (Fast) reine Geschäftsgebäude stellen demnach ebenfalls eine untergeordnete Größe dar, eine räumliche Konzentration ist nicht erkennbar.

Frage 20: Wohnnutzung



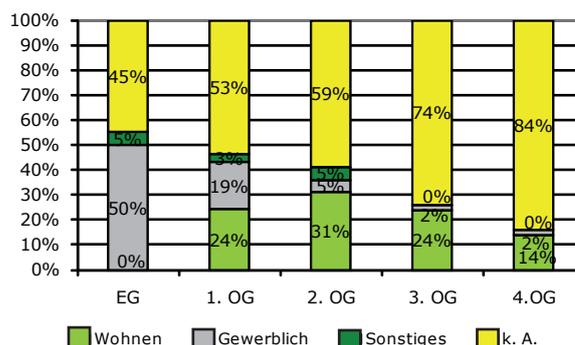
Auch Eigentümer, in deren Gebäude ein gastronomischer Betrieb vorhanden ist, scheinen sich nicht beteiligt zu haben oder dies nicht kund tun zu wollen, denn erstaunlicherweise wird diese Nutzung nicht aufgeführt.

Die Anzahl von Fällen, in denen mindestens einmal das Feld „selbst genutzt“ angekreuzt wurde, beläuft sich auf 14 (24 %), wobei es sich hier um das 2. OG handelt, das offenbar am beliebtesten ist. In 12 Fällen wird das EG selbst genutzt –es dürfte sich also in der Regel um gewerbliche Nutzung handeln – und in 8 Fällen (14 %) ist wohl das gesamte Gebäude selbst genutzt.

Naturgemäß ergeben sich aus den sonstigen Angaben das Überwiegen der gewerblichen Nutzung (Ladennutzung) im EG 50 % und des Wohnens in den Obergeschossen (im 1. OG: Büro-/Praxisnutzung mit 12 %, Ladennutzung 3 %, inklusive der Räume mit Wohn- und Büro-nutzung insgesamt 19 % gewerbliche Nutzung, - im 2. OG: Büro-/Praxisnutzung bzw. gewerbliche Nutzung mit 5 %). Oberhalb des 2. OG

wird praktisch nur noch Wohnnutzung angegeben.

Frage 20: Wie wird Ihre Immobilie derzeit genutzt?



Die Frage nach der inneren Erschließung der Gebäude ergibt, dass 13 Fälle (20 %) über keinen getrennten Eingang für die Obergeschosse verfügen –dies muss als durchaus ungünstiger Wert angesehen werden und verdeutlicht, dass die Hemmschwelle zur Vergrößerung der Verkaufsflächen recht niedrig lag (und das Wohnen eine geringe Wertschätzung erfährt). Weitere 9 Fälle sind nur von der Rückseite zugänglich.

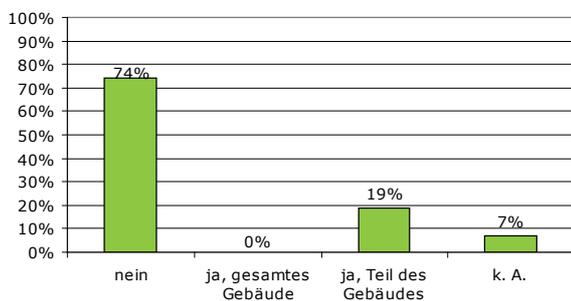
**Schlussfolgerung:**

Die fragmentarischen Antworten zu Nutzungsverteilungen ergeben innerhalb des Erhebungsgebietes keine räumlich zuzuordnenden Schwerpunkte von Nutzungen, die zur näheren Bestimmung von besonderen nutzungsspezifischen Maßnahmen Aufschluss geben.

### Fragestellungen zum Leerstand und Verkaufsabsichten (Fragen 22 – 24)

Die Teilnehmer der Fragebogen-Aktion können sich in der glücklichen Lage schätzen, eher wenig vom Leerstand betroffen zu sein: 43 Fälle (74 %) verzeichnen keinen Leerstand im Gebäude. Kein Teilnehmer hat ein insgesamt leer stehendes Gebäude zu vermelden, 11 Nennungen (19 %) geben einen teilweisen Leerstand an. Eine überlagernde Betrachtung der Leerstands-Kartierung mit den Fragebogen-Teilnehmern zeigt, dass auch viele Eigentümer mit Leerstand keinen Fragebogen abgegeben haben.

**Frage 22: Gibt es derzeit in Ihrer Immobilie Leerstand?**



Bei 7 benannten Fällen handelt es sich um gewerblichen Leerstand, 4 mal sind Wohnungen betroffen.

Die Angabe zur Dauer ist lückenhaft. 4 Fälle stehen erst seit 2009/ 2010 leer, prinzipielle Aussagen über die Tendenz von Leerstandszeiträumen erscheinen hier aber nicht möglich.

Interessanter sind die Begründungen für den Leerstand, die hier näher betrachtet werden sollen:

Während 2 Wohnungsvermieter den renovierungsbedürftigen Zustand der Wohnung nennen, gibt ein anderer Wohnungsvermieter an, der letzte Mieter möchte aus der Innenstadt weg. 2 Laden-Vermieter geben den allgemeinen Geschäftsrückgang bzw. fehlende Nachfrage an. 2 Büro-Vermieter benennen die „mangelhafte Infrastruktur“ bzw. die fehlende Attraktivität der Innenstadt. Wegen des informativen, sicherlich auch subjektiven Inhalts sei hier aus einer beigefügten Äußerung einer auswärtigen Hausverwaltung zitiert. Das Gebäude ist einer 1b-Lage zuzuordnen:

„Für Neuwied können wir feststellen, dass sowohl die Ladenvermietung wie auch die Vermietung der Wohnungen äußerst schwierig sind und wir in vergleichbaren Städten weitaus weniger Probleme haben. Gute Mietinteressenten, sowohl für Ladenflächen wie auch für Wohnungen sind in Neuwied leider kaum vorhanden bzw. zu finden.“

Trotz Totalsanierung des Ladens 2005/ 2006 ... war danach nur mit äußerster Mühe ein Mieter zu finden, welcher einen akzeptablen Mietpreis zahlt. Unser jetzige Mieter möchte diesen (Laden) aufgrund schlechter Umsätze ebenfalls schon wieder aufgeben...

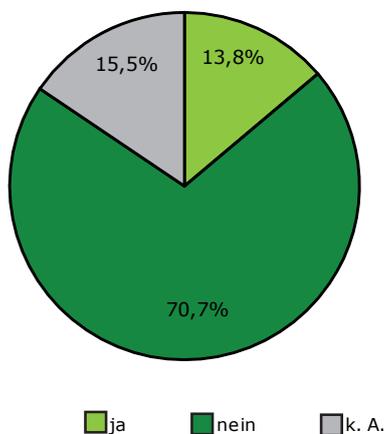
Bei den Wohnungen stellt es sich ähnlich dar und Leerstände von einem halben bis einem Jahr sind keine Seltenheit. ...Die (Miet)Kosten (werden) fast immer von den Ämtern übernommen. Wirklich gute und solvente Mieter sind hier leider überhaupt nicht zu finden...“  
Ferner „großes Angebot an Wohnungen, niedrige Mietpreise“.

In einem separaten Interview mit der Haus- und Grundeigentümergeinschaft wurde diese

Aussage hinsichtlich der Gewerbes für zu negativ angesehen. Es seien auch gut vermietbare Gewerbeeinheiten im Zentrum vorhanden. Bei den Wohnungsvermietungen kommen tatsächlich Fälle von ARGE-Leistungs-Empfängern vor, die Aussage sei aber nicht verallgemeinerungsfähig. Amtliche Wohnungseinweisungen seien nicht bekannt. Im Übrigen ist das Wohnungsangebot in Neuwied insgesamt als gut zu bezeichnen. Die Vermietung sei im Grundsatz ohne Probleme möglich, die Vermittlung verläuft oft über private Anzeigen. Stärkerer Nachfrage erfreuen sich vor allem Einfamilienhäuser in den Stadtteilen.

Immerhin 8 Nennungen (rund 14 %) bejahen – wenn auch tlw. unbestimmt – eine Verkaufsabsicht innerhalb der nächsten 2 Jahre. Diese beruht in der Mehrzahl der Fälle auf negativen Entwicklungseinschätzungen des Zentrums. Der Immobilienstandort wird als ungünstig eingestuft, ein Teilnehmer beruft sich auf zu hohe Belastungen und Nebenkosten sowie auf schlechte Erfahrung mit der Vermietung.

**Frage 24: Verkaufsabsichten**

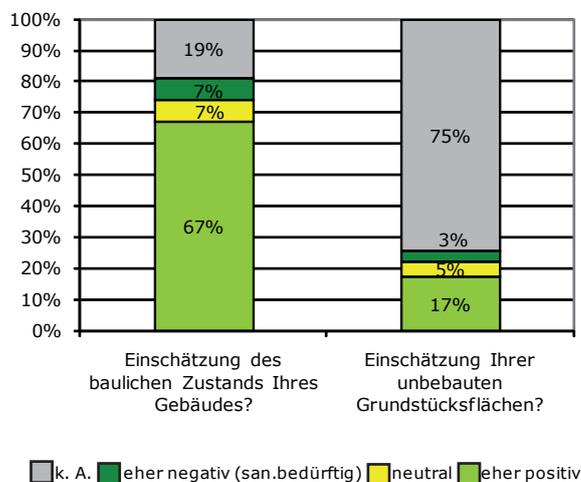


**Fragestellungen zur Beurteilung des Gebäudezustands (Fragen 25 – 26)**

39 Eigentümer (=67 %) beurteilen den Zustand ihres Gebäudes eher positiv, 4 äußern sich neutral/ befriedigend und 4 weitere Eigentümer betrachten ihren Gebäudezustand als eher negativ bzw. sanierungsbedürftig.

Hinsichtlich der Grundstücksflächen gaben 75 % der Teilnehmer keine Antwort, lediglich 2 Eigentümer geben eine eher negative Einstufung ab.

**Frage 25 und 26: Einschätzung des baulichen Zustands und des Erscheinungsbilds der unbebauten Grundstücksflächen**

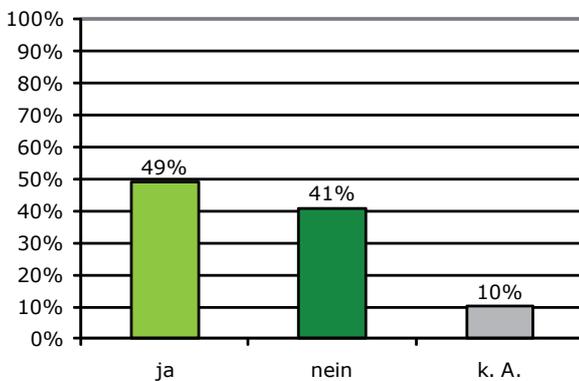


**Fragestellungen zu Investitionen (Fragen 27 – 28)**

Die Hälfte der Teilnehmer (29) bejaht die Frage, innerhalb der letzten 5 Jahre mehr als 20.000 € in ihr Anwesen investiert zu haben. Für die nächsten beiden Jahre gibt dies nur ein Viertel der Eigentümer (16) an. 10 Eigentümer wollen die Außenhülle (Dach, Fassade, Wärmedämmung..) verbessern, 4 streben eine innere

Modernisierung an und einer beabsichtigt Innen- und Außenmodernisierung. Zur Verbesserung der Freiflächen wurde keine Äußerung abgegeben.

**Frage 27: Haben Sie in den letzten 5 Jahren größere Investitionen (mehr als 20.000 EUR) in Ihre Immobilie getätigt?**



44 % der Teilnehmer (31) beabsichtigen keine Investitionen, weil sie nicht erforderlich seien, 7 geben fehlende Mittel an Investitionshemmnis an und 8 Eigentümer gehen davon aus, dass eine Modernisierung nicht wirtschaftlich wäre.

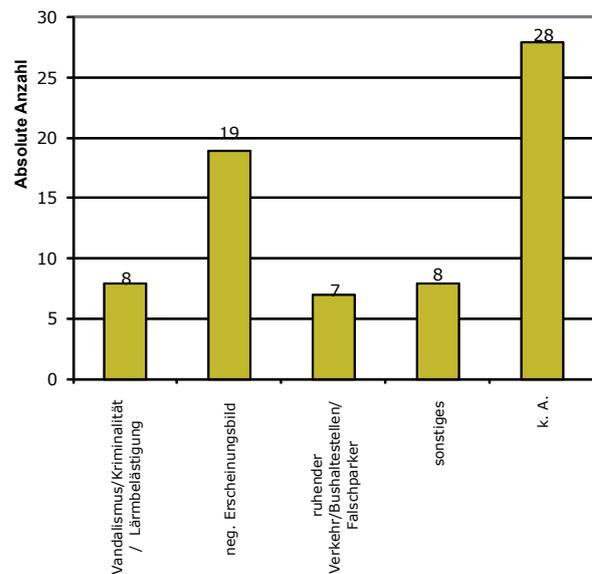
### Fragestellungen zur Umfeldqualität (Fragen 29 – 31)

Aufgrund der freien Formulierung nach „Störungen“ ergab sich hier eine große Bandbreite von Antworten (42, Mehrfachnennungen), die von der Bemängelung des Vandalismus (6) und Kriminalität (1) über die Lärmbelästigung einer Kneipe/ Disco, den bereits an anderer Stelle aufgeführten Leerstand, die Übermöblierung der Fußgängerzone mit damit verbundener Beeinträchtigung der Schaufenster bis zur Verschmutzung durch Tauben reicht.

Der ruhende Verkehr wird 5 mal bemängelt,

einmal werden die vielen Bushaltestellen genannt und einmal die Falschparker.

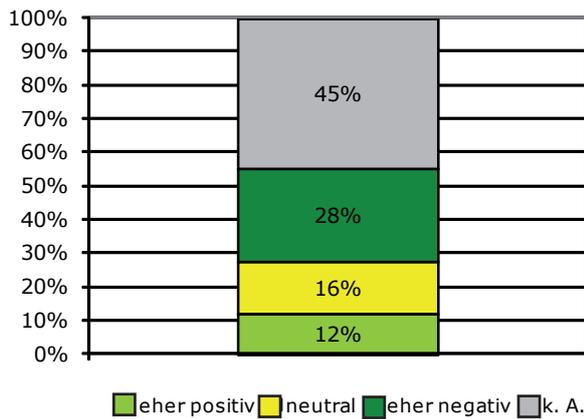
**Frage 29: Was stört Sie besonders im Umfeld Ihrer Immobilie, auch auf den rückwärtigen Grundstücksteilen (Blockinnenbereiche)?**



Die meisten Nennungen (19) betreffen die rückwärtigen Blockinnenbereiche. Sie seien un gepflegt, „chaotisch“, es bestehen baulich stark vernachlässigte Nebengebäude und Grundstücksbereiche. Die fehlende Sauberkeit und Müllprobleme werden bemängelt, ebenso die „gewachsene“ Unordnung der Anbauten, Balkone, Aufbauten etc. Ein Eigentümer kritisiert die fehlende Kontrolle, nachdem ein Innenhof neu gestaltet wurde: danach würde dieser sich selbst überlassen, beginnt zu verdrecken und ist infolge falsch geparkter Fahrzeuge eingeschränkt nutzbar.

Die Wohnqualität des Umfeldes beurteilen 45 % der Teilnehmer überhaupt nicht (womöglich kennen sie sie auch nicht?), 28 % eher negativ. 16 % äußern sich noch neutral/ befriedigend und nur 12 % geben eine eher positive Einschätzung ab, was insgesamt sicherlich ein deutlich kritisches Signal zur Wohnumfeldqualität abgibt.

**Frage 30: Wie schätzen Sie die Wohnqualität Ihres Umfeldes ein?**

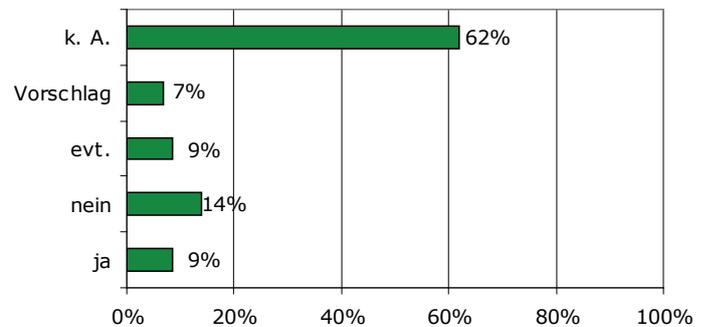


Hinsichtlich der Bereitschaft, bei Verbesserungsmaßnahmen des Wohnumfeldes mitzuwirken, haben sich 10 Eigentümer (evtl.) bereitwillig geäußert (18 %). 62 % machen allerdings keine Angabe und 14 % sind nicht bereit.

Die der Maßnahme positiv gegenüber stehenden Eigentümer liegen allerdings räumlich weit verstreut über das Befragungsgebiet, so dass sich keine nahe liegende Kooperationsbasis ergibt. Ein Eigentümer ist mit 5 (nicht zusammen liegenden) Grundstücken im Gebiet vertreten und äußert sich wohlwollend, so dass hier möglicherweise ein Ansatzpunkt besteht.

Die Sparkasse Neuwied verweist auf „Unterstützung ggf. durch Sonderkreditprogramme“.

**Frage 31: Mitwirkungsbereitschaft bei Verbesserungsmaßnahmen des Wohnumfeldes?**

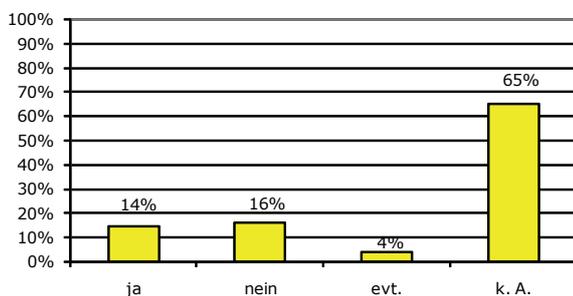


### 3.4 Mitwirkungsbereitschaft

Die Frage zur Mitarbeit in vorhandenen Institutionen zeigte von den 118 Teilnehmern einen „Organisationsgrad“ von 15 %: Diese 18 Teilnehmer verteilen sich zur Hälfte auf das Aktionsforum, 3 mal wird der Haus- und Grundeigentümerverband genannt, Einzelnennungen betreffen das Wirtschaftsforum, das Stadtmarketing (2), den Seniorenbeirat und einen Arbeitskreis der Sozialen Stadt.

Die Fragen 33 und 34 zur Mitwirkungsbereitschaft dienten insbesondere der Feststellung, ob sich bei den Befragten gemeinsame räumliche Bezüge ausmachen lassen. Vor dem Hintergrund, dass das Förderprogramm „Aktive Stadtzentren“ private Interessen- oder Standortgemeinschaften unterstützen will, die aber erfahrungsgemäß nur bei freiwilligen und interessegeleiteten Akteuren überhaupt einen Ansatz zur Realisierung aufweisen, ist es von besonderer Bedeutung, derartige „Kerne“ gemeinsamen Interesses ausfindig zu machen.

**Frage 34: Können Sie sich vorstellen, benachbarte Akteure zu motivieren, sich an dem Programm zu beteiligen?**



Die Antworten wurden daher in eine gesonderte Karte übertragen, die in vier Stufen die Mitwirkungsbereitschaft darstellt: das sich aus Frage 33 ergebende

Mitwirkungsinteresse an einer Kooperationsmöglichkeit wurde in die Angabe „konkretes Interesse“ und „mögliches Interesse“ unterschieden, ebenso

die sich aus Frage 34 ergebende Bereitschaft, Nachbarn zu gemeinsamen Aktionen zu motivieren.

Zunächst zeigt sich erwartungsgemäß, dass die Bereitschaft zur Motivation nicht selbständig als Antwort auftritt, sondern nur bei denjenigen Teilnehmern, die auch ein Mitwirkungsinteresse bekunden – gut die Hälfte der Mitwirkungsbereiten (19 von 34) könnte sich demnach auch eine gewisse Art von „Überzeugungsarbeit“ vorstellen.

Es erscheint an dieser Stelle nicht sinnvoll, die einzelnen verbalen Äußerungen genau zu analysieren, da letztlich ohnehin die tatsächliche Mitwirkungsbereitschaft bei späteren persönlichen Gesprächen genauer zu hinterfragen ist. Auch auf eine kartographische Darstellung wird hier verzichtet, da einerseits die Vertraulichkeit der Angaben zu wahren ist und andererseits spätere Gespräche auch mit Personen geführt werden sollten, die nicht an der Befragung teilgenommen haben.

Die räumliche Verteilung der Antworten ergibt im Wesentlichen zwei Bereiche mit einer gewissen Häufung der Mitwirkungsbereitschaft:

So zeigen zum einen die Anlieger rechts und links der zentralen Mittelstraße (Karrees 106, 107) eine deutlich erhöhte Konzentration von mitwirkungs- und motivationsbereiten Teilnehmern, zum anderen stellt sich die Südseite der zentralen Marktstraße (Karree 108) als ein Mitwirkungsschwerpunkt heraus. (Die gegenüberliegende Straßenseite fällt demgegenüber durch

einen besonderen Mangel an Beteiligung auf.)

In den übrigen Teilen des Befragungsgebietes stellt sich im Vergleich zu den beiden eben genannten Abschnitten eine deutlich schwächere Bereitschaft heraus. Während an der oberen Marktstraße noch einige vereinzelte Nennungen zu verzeichnen sind, erstaunt die praktisch völlige Teilnahmslosigkeit an der oberen Mittelstraße.

Entlang der Schlosstraße sind ebenfalls nur sehr wenige Nennungen zu verzeichnen. Der Luisenplatz/ Langendorfer Straße fällt als eigenständiger Bereich mit höherer Bereitschaft nicht auf. Bei „großzügiger“ räumlicher Betrachtung können die verzeichneten Nennungen aber überwiegend in die beiden oben genannten Schwerpunkte mit einbezogen werden. Dies kann auch für die vereinzelten Nennungen an der Engerser Straße gesagt werden.

Ein Vergleich dieses Ergebnisses mit der Investitionsbereitschaft (Frage 28) bestätigt die gefundene Schwerpunktbildung insoweit, als in einem dieser Bereiche auch eine gewisse Häufung an geplanten Investitionen in Gebäude vorhanden ist. Dabei handelt es sich jedoch überwiegend nicht um die Teilnehmer, die hier die Mitwirkungsbereitschaft bekundet haben.

### **Schlussfolgerung:**

Die beiden genannten Schwerpunkt-Lagen stellen die Bereiche dar, in denen gemeinsame Initiativen am ehesten zu erwarten sind. Die Kombinationsmöglichkeit von öffentlichen Maßnahmen und privaten Investitionen, die sorgfältig aufeinander abgestimmt werden sollten, um ein überdurchschnittlich wirksames und nach außen ausstrahlendes Ergebnis zu erzielen, erscheinen aus der jetzigen Perspektive in diesen Karrees am zweckmäßigsten.

### **Fragestellungen zu Arbeitsgruppen und Informationsbedarf (Fragen 35 – 38)**

Bei der Frage nach Arbeitsgruppen oder Aktionen gaben 83 % der Teilnehmer keine Antwort ab, weitere 6 % antworteten mit nein.

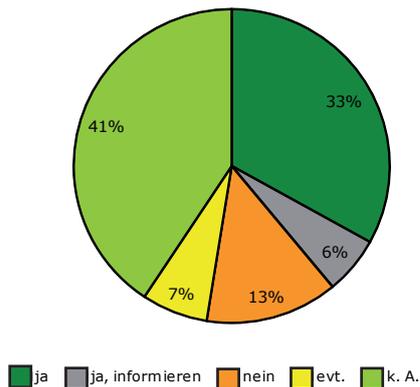
Einzelne Themen/ Vorschläge lauten:

- aktive Mitwirkung im Aktionsforum/ Citymanagement
- Werbung, Themenauswahl für Aktionen etc.
- Innenhöfe öffnen
- attraktivere Märkte, speziell an Weihnachten
- Verschönerungen rund ums Zentrum Luisenplatz
- Mitwirken bei stadtplanerischen Grundsatzfragen, Projektentwicklung, Machbarkeitsstudien, Arbeitskreisen o.ä.
- attraktivere Fußgängerzone
- Belebung der Innenstadt (Kunden aus anderen Städten anlocken)
- Radwege, Lebensmittelläden, Ansprechpartner für Bürger unserer Innenstadt

Das Interesse an einer Internetplattform wird von 33 % bekundet, weiter 6% würden sich informieren. Als Gegenmeinung sei einmal folgende Äußerung erwähnt:

„theor. ja, oder vielleicht wäre besser eine „Vollstandsbörse“. Was nutzt es Neuwied, wenn jeder sehen kann, dass „27“ Läden leer sind, aber nicht erkennen kann, dass „257“ besetzt sind?“

**Frage 36: Würden Sie sich über eine Internet-Plattform informieren oder aktiv daran beteiligen?**



Der Beratungsbedarf fällt mit 8 Fällen (7 %) sehr gering und unbestimmt aus. 2 mal werden Fördermöglichkeiten bzw. Vorschläge genannt. Ein Eigentümer teilt mit, dass er eine Fassadenumgestaltung nur in Angriff nimmt, wenn auch die Straße umgestaltet wird.

Die weiteren Anregungen und Kritik sind wiederum weit gefächert. Neben der dreimaligen Äußerung, dass es sich bei der Befragung um einen hervorragenden bzw. notwendigen Ansatz handele, wird 10 mal der dringende Handlungsbedarf angemahnt.

**Sonstiges:**

mehr Kontrollen durch Ordnungsamt, 2-3 mal im Jahr müsste ein Gesprächsforum stattfinden. Neue Konzeption von Weihnachtsmarkt, Flohmarkt und Kunstgewerbemarkt.

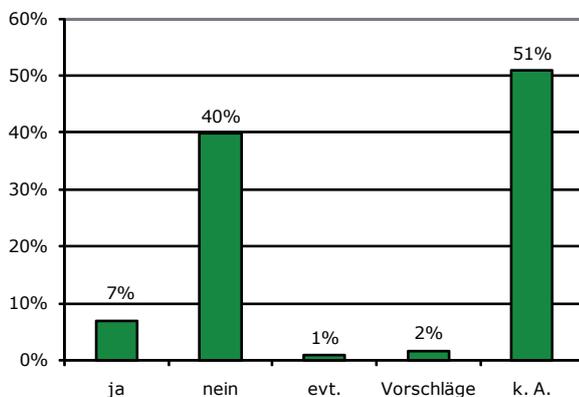
„Wie wäre denn mal wie in Koblenz ein Stadtstrand? Oder ein Platz mit Sand, Palmen, Gastronomie etc.?“

„Ich würde mir wünschen, dass der Kontakt zwischen Einzelhändlern/Stadt zustande käme.“

„Es ist viel Gutes in den letzten Jahren vollbracht worden! Nur schneller voran! Die Zeit drängt.“

„Eigentlich ist alles gesagt! Nur - gehen Sie die Problematik an. Es lohnt sich.“

**Frage 37: Haben Sie persönlichen Beratungsbedarf?**





### 3.5 Workshop zum Programm „Aktives Stadtzentrum Neuwied“

Um neben der schriftlichen Befragungsaktion von Handel und Gewerbe sowie den Gebäudeeigentümern auch einen Querschnitt der sonstigen im Untersuchungsbereich relevanten Akteure und Gruppen über das künftige Förderprogramm zu informieren und in den Analyseprozess einzubinden, wurde am 24. März 2010 ein halbtägiger Workshop mit von der Stadt eingeladenen Repräsentanten unter Moderation der NH|ProjektStadt durchgeführt. Die Veranstaltung fand im Café „Auszeit“ im Gemeindehaus der Marktkirche und somit direkt im Programmgebiet statt.

Nachdem die bisherigen Arbeitsschritte zu dem Ergebnis geführt hatten, dass die Handlungsfelder Einzelhandel und Wohnen die für die künftige Entwicklung am meisten bestimmenden Themen sein werden, wurde für den Workshop die Organisation von zwei Arbeitsgruppen vorgesehen, die diese Arbeitsfelder vertieft behandeln und aus Sicht der für das Zentrum relevanten Institutionen beleuchten sollten. Die eingeladenen Institutionen sind aus der nebenstehenden Tabelle ersichtlich.

In einer konstruktiven und diskussionsfreudigen Atmosphäre wurden in den Arbeitsgruppen und in der Schlussrunde eine Vielzahl von Aussagen und Vorschlägen eingebracht. Diese wurden zunächst während der Gesprächsrunden auf Stichwort-Kärtchen erfasst und sind im Folgenden als „Mindmap“-Protokolle wiedergegeben.

Einige zur Diskussion gestellte Fragen – etwa zu den konkreten Faktoren, die die Investitionen im Gebiet am meisten hemmen - wurden allerdings nicht näher beantwortet.

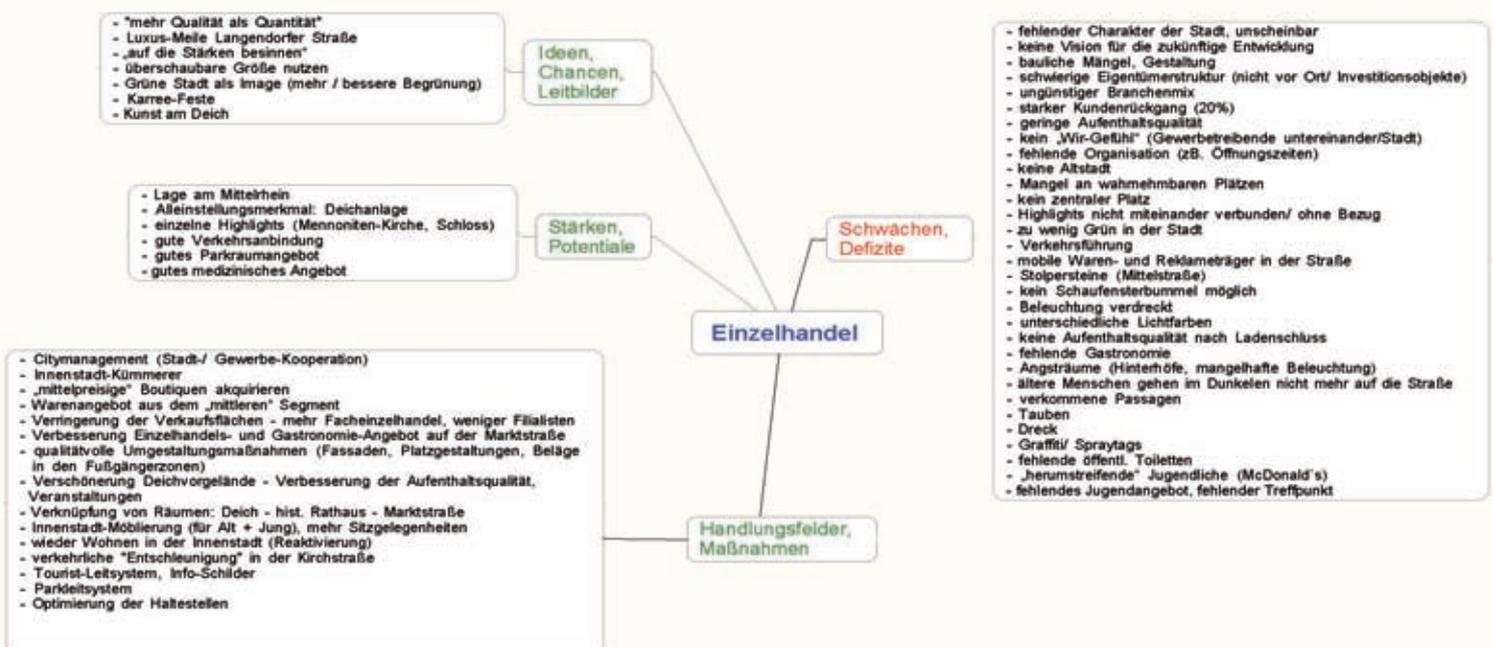
Vertretene Institution	Teilnahme Arbeitsgruppe
Mieterbund e.V.	nicht anwesend
Haus- und Grundbesitzerverein	nicht anwesend
GSG	Wohnen
Sparkasse Neuwied	Einzelhandel
VR - Bank Neuwied-Linz	nicht anwesend
Rheinhotel Hubertus (Gastromomie/ Hotel)	Einzelhandel
Arbeiterwohlfahrt Neuwied	Wohnen
Ev. Marktkirchengemeinde	Wohnen
Architekturbüro	Wohnen
Ärzeschaft	Einzelhandel
Einzelhändler/ Aktionsforum	Einzelhandel
Einzelhändler/ Aktionsforum	Einzelhandel
IHK Neuwied	nicht anwesend
Bürgermeister	Einzelhandel
Stadtbauamt	Einzelhandel/ Wohnen
Amt für Stadtmarketing/ Aktionsforum	Einzelhandel
Ordnungsamt	Einzelhandel
Amt für Jugend und Soziales	Wohnen
Seniorenbeirat	Wohnen
Migrationsbeirat	Wohnen
Jugendbeirat	Einzelhandel

Im Übrigen hatten die Anwesenden die Gelegenheit, einige ausgehängte Poster mit Umgestaltungsmaßnahmen in Augenschein zu nehmen, die für den öffentlichen Raum seitens der Stadtverwaltung bereits seit längerem angedacht sind.

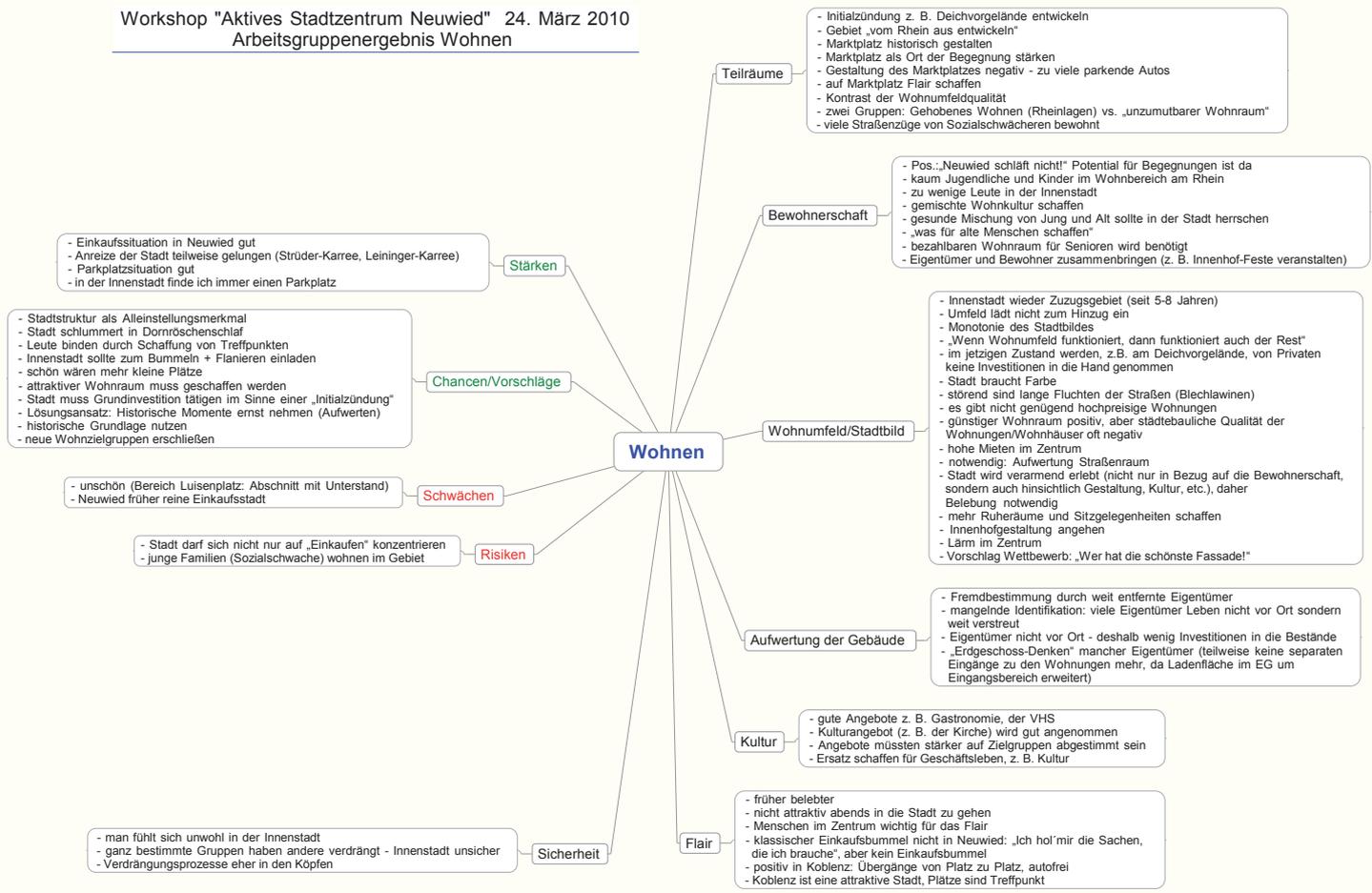
Als Kernpunkt aus dem Bereich Einzelhandel ist der Vorschlag zu werten, die Organisation eines City-Managements in einer eigenständigen, von der Verwaltung unabhängigen Form zu etablieren, die den zentralen Anlauf- und Koordinierungspunkt aller Maßnahmen bildet. Generell wurde die Stimmung deutlich, nun zügig mit der Umsetzung von Maßnahmen zu beginnen.



## Workshop "Aktives Stadtzentrum Neuwied" 24. März 2010 Arbeitsgruppenergebnis Einzelhandel



Workshop "Aktives Stadtzentrum Neuwied" 24. März 2010  
Arbeitsgruppenergebnis Wohnen



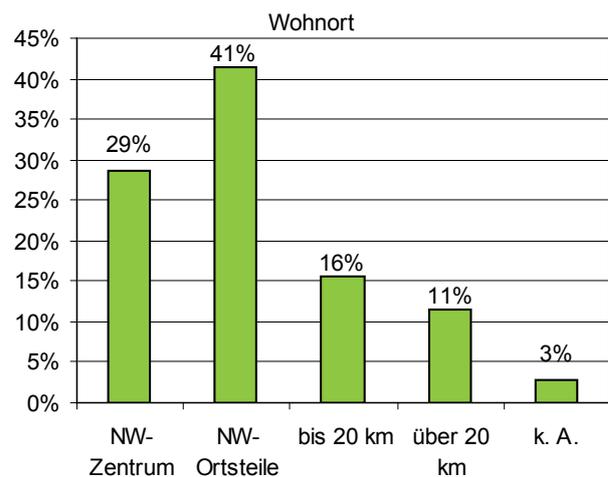
### 3.6 Passantenbefragung beim Gartenmarkt 2010

Für die Stadt Neuwied bildet der jährlich stattfindende zweitägige „Gartenmarkt“ eine attraktive Frühjahrs-Veranstaltung mitten im Zentrum auf dem Luisenplatz, die auf reges Publikums-Interesse in der Region stößt.



Daher konnte die Gelegenheit genutzt werden, im Rahmen eines Informationsstandes am 11. 4. 2010 mit einer Passantenbefragung zu den Themenfeldern Einkaufen – Öffentlicher Raum – Wohnen das Meinungsbild der Öffentlichkeit zu erkunden.

Dabei wurden künftige Projekte an Schautafeln erläutert und anhand eines Fragebogens Interviews geführt.

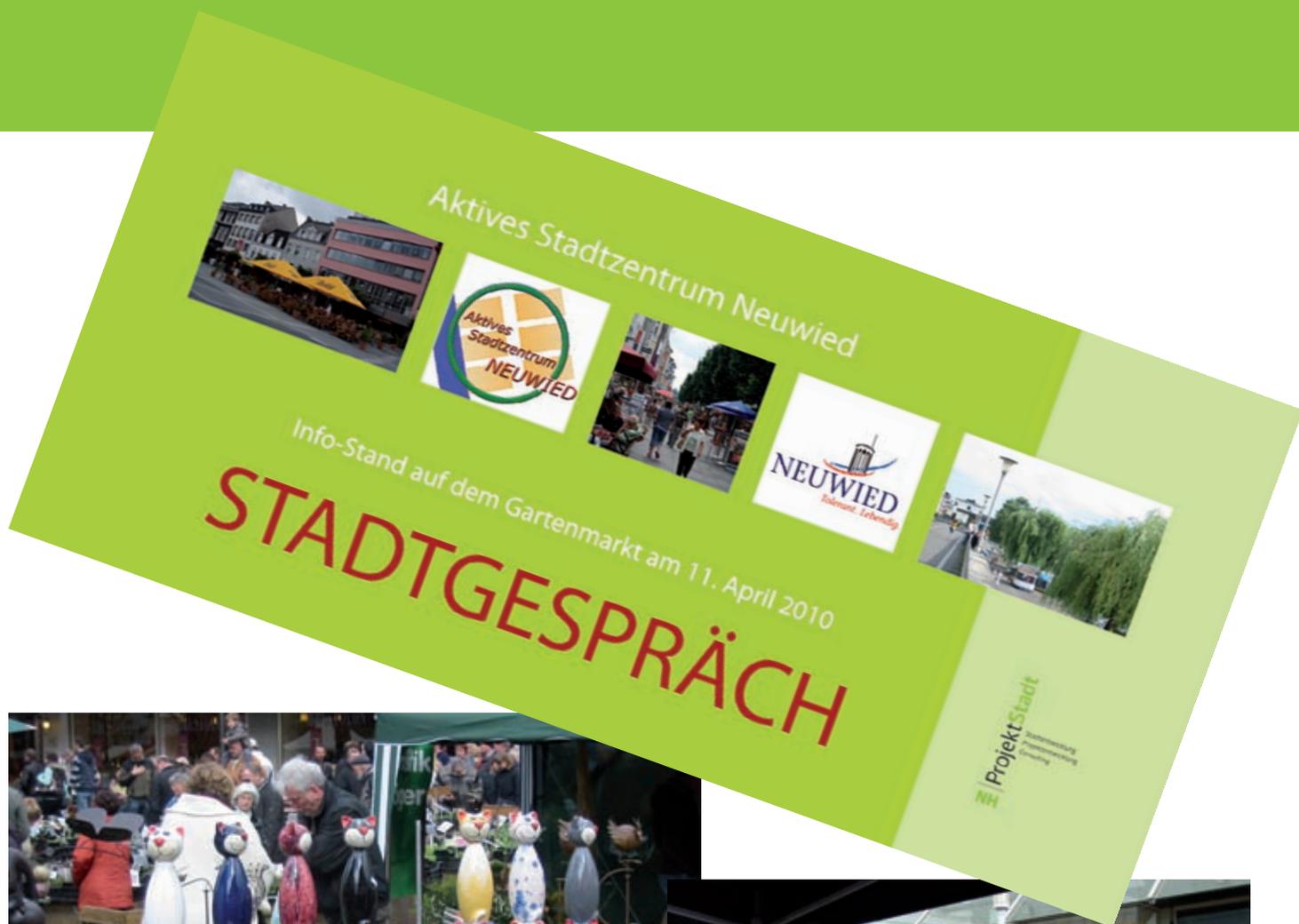


Von den 70 teilnehmenden, zufällig ausgewählten Bürgern stammte der ganz überwiegende Teil (70 %) aus Neuwied mit seinen Stadtteilen. Etwa jeder zehnte Befragte reiste mehr als 20 km weit an.

Während sich die Anzahl der Befragten ungefähr je zur Hälfte auf Männer und Frauen verteilte, bildete bei der Altersverteilung die Gruppe der über 50-jährigen mit 56 % die Mehrheit. Ein rundes Drittel fiel auf die Altersgruppe 21- 50 Jahre, unter 20 Jahren beteiligte sich nur 1 Person.

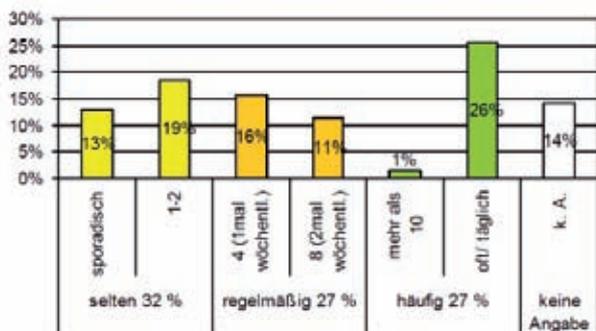
#### Themenfeld Einkaufen

Zur Häufigkeit des Zentrumsbesuches (noch ohne Zweck des Besuches) ergibt sich eine recht gleichmäßige Verteilung. Fasst man die Häufigkeits-Antwortmöglichkeiten zu den drei Gruppen selten – regelmäßig – häufig zusammen, so liegen die Anteile bei jeweils rund einem knappen Drittel. Demnach besucht die



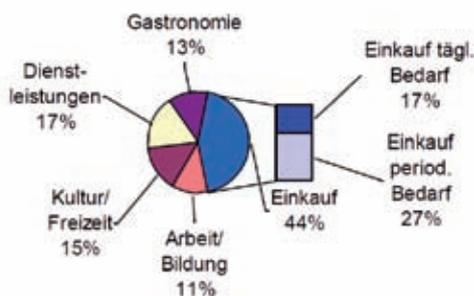
gute Hälfte der Befragten (54 %) also mindestens einmal pro Woche das Zentrum und wiederum die Hälfte davon kann praktisch als „Dauerbesucher“ gelten. Insgesamt kann diese Besucherfrequenz als positiv eingeschätzt werden; auch Veränderungen in der Stadt werden daher sicherlich recht schnell „registriert“.

Zentrumsbesuch pro Monat



Als Besuchszweck steht der Einkauf mit insgesamt 44 % der (mehrfach möglichen) Antworten deutlich im Vordergrund, wobei der periodische Einkauf gegenüber dem Einkauf für den täglichen Bedarf deutlich überwiegt. Alle anderen Besuchszwecke liegen z. T. deutlich unter 20 %. Damit spiegelt sich die recht geringe Prägnanz des Zentrums durch andere als Handelsnutzungen wider.

Anlass des Zentrumsbesuchs



Von den 18 Personen, die „oft/ täglich“ das Zentrum besuchen, geben 9 als Grund Arbeit/ Bildung und Einkauf an, überwiegend zum Einkauf erscheinen die anderen 9 Personen, während die anderen Kategorien (Gastronomie, Kultur/ Freizeit, Dienstleistungen wie Ärzte, Banken und Behörden) bei diesen Personen deutlich unterrepräsentiert waren (3-5 Nennungen).

Als **weitere Einkaufs-Ziele** neben dem Neuwieder Zentrum wurden für den Lebensmittel-Sektor im Wesentlichen folgende Orte genannt (mehr als 1 Nennung):

Distelfeld	13	18%
Bendorf	7	10%
Niederbiber	3	4%
Irlich	2	3%
Weißenthurm	2	3%
im jeweiligen Stadtteil	3	4%

Als weitere Einkaufs-Ziele für den sonstigen Bedarf wurden folgende Ziele genannt (mehr als 1 Nennung):

Distelfeld	11	14%
Koblenz	9	11%
Bonn	6	8%
Andernach	3	4%

Es erstaunt, dass zu diesen beiden Fragen jeweils rund 50% der Befragten keine Angaben machen wollten – am ehesten könnte hieraus geschlossen werden, dass keine festgelegten Einkaufspräferenzen bestehen, sondern je nach Anlass und Bedarf völlig unterschiedliche, weit gestreute Einkaufsziele angesteuert werden. Wenig nachvollziehbar ist eine nur einmalige Erwähnung des Standortes Mülheim-Kärlich, das damit ebenso „häufig“ genannt wurde wie ein Outlet-Center im niederländischen Roermond.

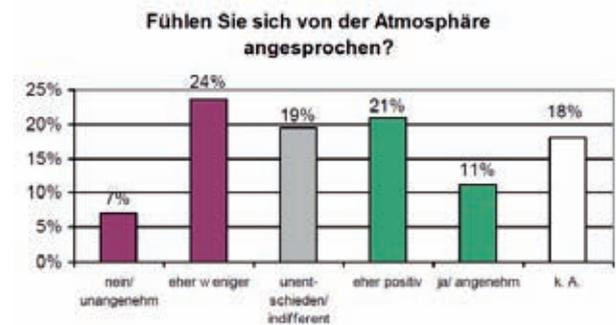
Zur **Frage, welches Angebot im Zentrum fehlt**, ergibt sich ein recht breit gestreutes Bild an Branchen, wobei der unlängst aufgegebene Lebensmittel-Sektor wie bei der Eigentümer- und Gewerbebefragung erneut am höchsten nachgefragt wurde. Unter „Angebot“ wurden aber von den Interviewten durchaus nicht nur Branchen verstanden, sondern ebenso auch soziale oder stadträumliche Angebote, was deren Wahrnehmung und Bedeutung unterstreicht.

Lebensmittel/Feinkost	20	20%
Fachgeschäfte	10	10%
gute Gastronomie/Cafés	9	9%
Bekleidung (mittleres bis gehobenes Preissegment)	7	7%
Kaufhaus	4	4%
Spielwaren	4	4%
Kultur- und Abendangebot	4	4%
Angebot für Jugendliche	4	4%
anspruchsvolleres Angebot	2	2%
Drogerie	2	2%
mehr Grün	2	2%
Einzelnennungen (schöne Sitzplätze, Lederwaren, Kiosk, originellere Angebote, Freifläche etc.)	12	12%
k. A.	20	20%
Summe	100	100%

30 Mehrfachnennungen

### Themenfeld Öffentlicher Raum

Hier standen Fragen zu von den Bürgern gewünschten Maßnahmen oder zu bereits vorgesehenen Projekten (etwa der Deichuferpromenade) im Vordergrund. Zunächst wurde danach gefragt, ob sich die Bürger von der Atmosphäre im Zentrum angesprochen fühlen.



Lässt man zunächst die unentschiedenen und ausstehenden Antworten – zusammen mehr als ein Drittel – außer Betracht, ergibt sich ein ausgeglichenes Bild zwischen den positiven und den negativen Einschätzungen – sie liegen mit addiert 32 % und 31 % nahezu gleichauf.

Es ist daher nur eine subjektive Einschätzung möglich, ob die recht große Zahl der unentschiedenen Antworten eher zur positiven oder zur negativen Seite den Ausschlag geben kann. Angesichts des sehr belebten und atmosphärisch gelungenen Gartenmarktes wäre eine positivere Stimmung zu erwarten gewesen. Insgesamt zeigt das „ausgeglichene“ Ergebnis, dass ein erheblicher Spielraum zur Verbesserung der Situation und zur Aufwertung der Atmosphäre besteht.

Zu der entsprechenden **Frage, was geändert werden sollte**, damit man sich wohler fühlt bzw. man häufiger ins Zentrum kommt, ergaben sich folgende Äußerungen, wobei sich Überschneidungen zum Thema Einkaufen bei den Befragten offensichtlich nicht vermeiden lassen.

unzureichender Branchenmix	14	15%
mehr Grün	9	9%
Abend- und Kulturangebot	9	9%
Gestaltung Zentrum	8	8%
Leerstände	7	7%
Sauberkeit	7	7%
Sicherheit	5	5%
Gastronomie	5	5%
Platzgestaltung	3	3%
Parkraum	3	3%
Verkehr	3	3%
Einzelnennungen (Gestaltung Deich, Bevölkerungsstruktur, Fußgängerzone, einheitliche Öffnungszeiten, Sitzgruppen, etc.)	8	8%
k. A.	15	16%
Summe	96	100%

26 Mehrfachnennungen

Zur den Kategorien „Gestaltung Zentrum“ bzw. „Platzgestaltung“ werden im Einzelnen etwa folgende Aussagen gemacht: Fußgängerzone besser gestalten, Marktplatz ohne Parkplätze, Mittelstraße erneuern, Luisenplatz müsste verbessert werden, Luisenplatz zu kahl - Spielplatzbelag ist abstoßend, Pflaster verbessern. Hieraus ergaben sich gegenüber der Eigentümer-/Gewerbebefragung keine andersartigen Vorschläge.

Mit der Frage nach einem konkreten Bauprojekt oder einer Umgestaltungsmaßnahme, die sich die Befragten vorstellen, sollten auch eigene, bisher möglicherweise nicht zur Sprache gekommene Ideen abgefragt werden.

Die häufigsten Antworten bezogen sich jedoch auf die an den Stellwänden präsentierten Vorhaben wie Deichuferpromenade, Marktplatz und die zentralen Straßenzüge, wobei für den Marktplatz eine weniger parkplatzbetonte Gestaltung im Vordergrund stand.

Eine Priorität für eine dieser konkreten Maßnahmen lässt sich aus diesen Antworten nicht

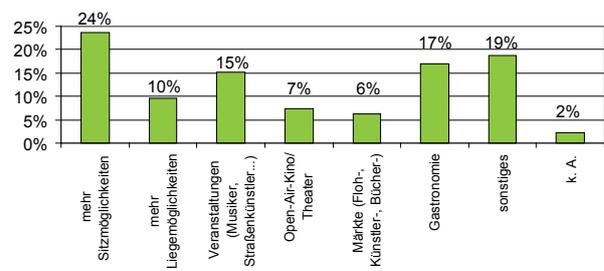
entnehmen.

Zusätzlich wurden Umgestaltungsmaßnahmen für den Luisenplatz noch als mehrfach gewünschte Maßnahme genannt.

Gestaltung Deichvorgelede	9
Gestaltung Marktplatz (mit Gastronomie, mit Bäumen und ohne Parkplätze, Sitzgelegenheiten)	8
Gestaltung Straßen (Marktstraße, Mittelstraße, Straßenzustand allgemein)	8
Gestaltung Luisenplatz (Wasserfläche, Springbrunnen etc.)	5
Jugendzentrum	2
mehr grün	2
Radwege (auch am Rhein)	2
Gestaltung Schlosspark	2
zentrale Omnibushaltestelle	2
Aufwertung Fußgängerzone/Zentrum (optischen Eindruck verbessern)	1
Kirchstraße verlagern	1
Sitzgelegenheiten	1
Seniorenwohnen	1
Hotel	1
Fischrestaurant	1
weniger Kneipen in der Schlossstraße dadurch weniger Belästigung	1
Parkraum	1
Einfahrtsstraßen freundlich gestalten	1

Im Hinblick auf die konkrete Umgestaltung der Deichuferpromenade wurde die Befragten um ihre Prioritäten zu einzelnen Nutzungs- bzw. Gestaltungsmöglichkeiten gebeten.

**Nutzung Deichvorgelede**



Als meist genannte Nutzungsarten (bei insges. 177 Nennungen) stehen die „ruhebetonten“, eher kurzzeitigen Nutzungen im Vordergrund (Sitzmöglichkeiten, Gastronomie), wogegen organisierte Veranstaltungen wie Märkte oder Kino deutlich zurückstehen. Dieses Ergebnis mag durch die überwiegend befragten Altersgruppen (s.o.) geprägt sein. Aus der zweit stärksten Kategorie „Sonstiges“ ergeben sich noch folgende Aussagen:

„grünere“ Gestaltung (Wiese, Blumen, Bäume, parkähnlich)	11
mehr für Kinder und Jugendliche (Spielplatz)	6
Personenschiffahrt, besser gestaltete Schiffsanleger	4
Trennung Fußweg/Radweg/Inliner-Strecke	3
(Eis)Café	3
Flanieren/Spazieren	1
Strand	1
Beleuchtung	2
Seniorenangebote	1
Picknick-Ecke	1
„Raumteiler“	1
nicht alles neu, reicht wie es ist	2
Straße/Stellplätze beseitigen	1

### Themenfeld Wohnen

Wegen des erheblichen Leerstandes von Wohnungen im Neuwieder Zentrum wurden die Passanten nach ihrer Neigung zum Wohnen in der Innenstadt bzw. nach den Voraussetzungen befragt, die hierfür erfüllt sein müssten.

Zu der Frage, ob sie sich vorstellen könnten, im Zentrum (Untersuchungsbereich) zu wohnen, antworten die befragten 70 Teilnehmer:

ja	23	33%
nein	36	51%
k. A.	11	16%
Summe	70	100%

Von den 23 Ja-Antworten stammten 16 aus Neuwied bzw. den Stadtteilen, so dass es sich nicht um einmalige Besucher des Gartenmarktes gehandelt haben dürfte.

Diese Befürworter machten Altersangaben von 43 - 88 Jahren, der Altersdurchschnitt dieser Antwortenden liegt bei 62,1 Jahren – die einzige befürwortende jüngere Teilnehmerin (30 Jahre) wohnt bereits im Gebiet. Somit könnte gefolgert werden, dass insbesondere Senioren sich über die Vorteile des innerstädtischen Wohnens im Klaren sind. Wie eingangs erwähnt, entstammte allerdings die Gesamtheit der Befragten überwiegend den oberen Altersgruppen, so dass dadurch kein repräsentatives Ergebnis entsteht.

Insgesamt besteht ein erheblicher Grad an ablehnenden Äußerungen, deren Motive weiter zu beleuchten sind.

Auf die Frage, welche Voraussetzungen zum Wohnen in der Innenstadt vorliegen müssten oder was geändert werden müsste, ergibt sich folgendes Meinungsbild:

Freiraum, Balkon, Garten	6	7%
Ruhe	5	6%
gute Lage, Wohnambiente	3	4%
gute Infrastruktur (Lebensmittelgeschäft, ÖPNV)	3	4%
Bevölkerungsstruktur	3	4%
Grün	2	2%
Sicherheit	2	2%
kurze Wege vorhanden	2	2%
Altenwohnen	2	2%
Qualitätvolle Wohnungen	1	1%
Innenhöfe verbessern	1	1%
bezahlbar	1	1%
kinderfreundlich	1	1%
Kulturangebot	1	1%
nichts, würde nie ins Zentrum ziehen	1	1%
Parkraum	1	1%
k. A.	46	57%
Summe	81	100%

11 Mehrfachnennungen

Die meist genannten Nennungen verdeutlichen, dass bei den hier Befragten die Vorstellungen vom Wohnen im traditionellen Wohngebiet oder „im Grünen“ vorherrschen und der Vorteil der innerstädtischen Infrastruktur nur mittelmäßig bewertet wird. Aus dieser Befragung ließe sich auch ableiten, dass allein die Qualität der Wohnung (1 Nennung) offenbar kaum den Ausschlag für die Wohnungswahl bildet.

Die Antworten zur Frage, welche sonstige Gründe – etwa persönliche Restriktionen oder Präferenzen – bestehen, nicht in der Innenstadt wohnen zu wollen, korrespondieren insoweit mit diesen Gründen, als die Befragten offenbar häufig zum Kreis der Eigenheimbewohner zählten und sich daher Überlegungen zum innerstädtischen Wohnen außerhalb des Blickfelds der Befragten befanden.

Aber auch die übrigen genannten Gründe (sofern überhaupt eine Antwort gegeben wurde)

verdeutlichen, dass die Attraktivität des Neuwieder Zentrums eher gering eingeschätzt wird. Auch wird die Konkurrenz von anderen Stadtteilen als Wohnstandort deutlich.

Eigentum (Haus und Garten)	10	14%
Landleben schöner, generell keine Innenstadt, andere Stadtteile sind schöner	5	7%
für Kinder und soziale Kontakte schwierig	2	3%
Bevölkerungsstruktur	2	3%
unattraktiv, wenig Flair	2	3%
Ruhestörung	2	3%
wenig Freiraum	2	3%
Sauberkeit	1	1%
schlechtes Abendangebot	1	1%
bestehende soziale Bindungen (Freundeskreis)	1	1%
Fußgängerzone verkleinern	1	1%
gerade umgezogen	1	1%
k. A.	43	59%
Summe	73	100%

3 Mehrfachnennungen

**Schlussfolgerungen:**

Die Umfrage lässt erkennen, dass das Zentrum bei den Bürgern in der Mehrzahl im Bewusstsein durchaus als Anziehungspunkt für den (überwiegend periodischen) Einkauf präsent ist und auch frequentiert wird und somit von einer Gefahr eines gravierenden „Verödens“ nicht ausgegangen werden kann. Die Inanspruchnahme anderer Standorte wie insbesondere des Distelfelds für den weiteren Einkaufsbedarf liegt auf der Hand und entspricht den heutigen Einkaufsverhaltensmustern.

Daher kann gefolgert werden, dass die Innenstadt durch Maßnahmen zur Verbesserung des derzeit offenbar als zu wenig attraktiv angesehenen Branchenmixes durchaus in ihrer Stellung verteidigt werden oder wieder an Boden gewinnen kann. Die Bewertung der Einkaufs-

Atmosphäre legt zusätzliche Maßnahmen im Bereich Öffentlicher Raum nahe.

Daher sollte die Verbesserung der Branchenstruktur mit unterstützenden gestalterischen Maßnahmen einhergehen, die ja bereits Gegenstand vieler Überlegungen sind. Insgesamt zwar nicht im Vordergrund, aber erwähnenswert ist der Stellenwert des „Grüns“ bei den Befragten. Obwohl der vorhandene zentrale Einkaufs-Bereich ja nicht unbegrünt ist, wird der jetzige Zustand von einigen Befragten (an zweiter Position bei der Frage zu Veränderungswünschen) als unzureichend empfunden. Auch bei der Frage zur Gestaltung der Deichuferpromenade taucht das Thema Begrünung noch einmal explizit auf. Daher sollte vor allem bei der künftigen Neuplanung der Straßen- und Platzgestaltungen (insbesondere Marktplatz) diesem Thema eine angemessene Aufmerksamkeit zuteil werden.

Bezüglich der Priorität von Umgestaltungsvorschlägen für den öffentlichen Raum lassen sich aus der Befragung keine Aussagen entnehmen, insoweit kann hier auf eigene Prioritätensetzungen zurückgegriffen werden.

Das Thema Wohnen im Zentrum hat für die meisten Befragten keine Aktualität, da die persönliche Lebenssituation und kritische Einschätzungen zur Wohnsituation im Zentrum dies praktisch ausschließen. Andererseits konnte ein Drittel der Befragten sich durchaus ein Wohnen im Zentrum vorstellen, so dass von einem gewissen Potential an Interessenten ausgegangen werden kann. Da es sich dabei um höhere Altersgruppen handelte, kann die Annahme gerechtfertigt sein, dass die Nähe zu Versorgungseinrichtungen und kurze Wege hierfür eine große Rolle spielen. Erforderlich erscheinen weiterhin Einrichtungen für soziale/ kulturelle Angebote

sowie eine ansprechendes und sicheres Wohnumfeld.



# 4.

## Ergebnisse (SWOT-Analyse) und Handlungsempfehlungen

Zum Abschluss der Analyse-Phase soll hier in einer Zusammenfassung eine Bewertung der gefundenen Situation vorgenommen werden, die sich aus den Ergebnissen

- der bereits vorliegenden Untersuchungen
- eigener Erhebungen
- der Fragebogen-Auswertung von Antworten der Gewerbetreibenden und Eigentümer
- des Workshops mit Vertretern örtlicher Institutionen (24.03.2010)
- der Passantenbefragung am Gartenmarkt (11.04.2010)

speist und somit ein breites Spektrum an Informationen umfasst.

Die Stärken-Schwächen-Analyse wird in diesem Zusammenhang inzwischen häufiger als „SWOT-Analyse“ bezeichnet. Es handelt sich hierbei um eine aus der Betriebswirtschaft bzw. aus dem strategischen Management entlehnte Methodik, die die Zusammenhänge zwischen Stärken (Strengths), Schwächen (Weaknesses), Chancen/ Möglichkeiten (Opportunities) und Risiken/ Gefahren (Threats) aufzeigen und daraus Entscheidungen etwa zur Marktpositionierung ableiten will.

Dabei beziehen sich die Stärken und Schwächen auf die internen Faktoren eines Unternehmens, während die Chancen und Risiken als externe Faktoren aus Veränderungen im Markt und etwa in der sozialen oder ökologischen Entwicklung vorgegeben sind. Die Begriffe Chancen und Risiken können auch als günstige und ungünstige Bedingungen angesprochen werden.

### Externe Faktoren:

Die Lage Neuwieds am Rhein und die regionale Einbindung in den Großraum Koblenz lassen infrastrukturell keine besonders hervorstechenden Nachteile oder Vorteile gegenüber den anderen Kommunen erkennen. Die verkehrliche Erreichbarkeit ist gut.

Die Entwicklung des Einzelhandels hat sich in den letzten Jahrzehnten in einer starken Verkaufsflächensteigerung und in der Ansiedlung in nicht-integrierten Lagen ausgedrückt. Hohe Mobilität und die Verlängerung von Ladenöffnungszeiten in Großstädten führen zu weiteren Benachteiligungen für kleinere Zentren. Im Rahmen eines städtebaulichen Förderprogrammes sind diese Entwicklungen nicht zu beeinflussen. Planungsrechtlich hat die Stadt Neuwied im Rahmen des neuen Flächennutzungsplanes das ihr zur Verfügung stehende Instrumentarium zur künftigen Eingrenzung dieser Entwicklung angewendet.

Die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie die Haushaltsslage der Kommunen sind äußerst angespannt und lassen nur sehr wenig Spielraum für Investitionen. Eine grundlegende Verbesserung dieser Situation ist nicht erkennbar. Die Fokussierung der Mittel und die Einbindung privaten Kapitals werden vor diesem Hintergrund als notwendige Strategie im Rahmen der Stadterneuerung angesehen. Der Wohnungsmarkt leidet meist nur noch in Ballungsräumen unter Verknappungen des Angebotes zu angemessenen Preisen. Stagnierende oder sinkende Bevölkerungszahlen

außerhalb der Ballungsräume führen zu abnehmenden Investitionen in den Wohnungsmarkt. Die Rückbesinnung auf den Bestand ist insbesondere aus ökologischen Gründen sinnvoll und erhält die Strukturen der traditionellen Stadt, verbunden mit der Bündelung/ Nähe von Infrastruktur und der Verkürzung von Wegen. Dies kommt auch der Veränderung der Altersstruktur der Bevölkerung entgegen.

Der großen Zahl der externen ungünstigen Bedingungen („Risiken“) stehen somit vergleichsweise wenig günstige Bedingungen („Chancen“) gegenüber, die zudem eher mittelfristig spürbar werden und die Einsichtsfähigkeit vieler Individuen zu kooperativem Handeln erfordern.

## **Interne Faktoren**

### **4.1 Handel und Gewerbe**

Aus den durchgeführten Erhebungen (Begehungen, Befragungen, Workshop) ergibt sich als Fazit ein in den letzten Jahren allmählich gesunkenes Maß oder – nach aktueller Schließung des Kaufhauses – ein sich gar verschärfender Verlust an hochwertigen Angebotsstrukturen im Einzelhandel des Untersuchungsgebietes. Allerdings kann die objektive Kaufkraftbindung noch durchaus als Indiz gewertet werden, dass keine extreme Abwanderung von Kunden besteht. Auch die zeitlich gut verteilte hohe Passantenfrequenz der Fußgängerzone Mittelstraße mag gegenüber früheren Zeiten abgenommen haben, erreicht aber immer noch einen Belebtheitsgrad, der nicht den Eindruck eines Verödens hinterlässt.

Besondere Ereignisse wie der (selbst in Augenschein genommene) Gartenmarkt 2010 verschaffen gar das Erlebnis eines überbordenden Besucheransturms mit offensichtlich stark überörtlicher Anziehungskraft und der

Passantendichte eines großstädtischen Weihnachtseinkaufs.

#### **► Zielsetzung: Stoppen/ Umkehren des qualitativen Abwärtstrends**

Zielsetzung muss daher die Begrenzung der weiteren Abnahmetendenzen im Angebot sein. Das langjährige Ausbleiben von positiven Entwicklungstendenzen zeigt, dass offenbar deutlich mehr Anstrengungen erforderlich sind als bisher, um wenigstens eine Konsolidierung zu erreichen.

#### **► Mängel:**

weitläufiger Geschäftsbereich, der keine ausreichende Differenzierung in unterschiedliche Geschäftslagenprofile aufweist und auch baulich-gestalterisch keine Assoziationen an ein qualitativvolles Angebot weckt. Damit fehlen entsprechende Zielgruppen als Kunden, die die großräumige Ausdehnung der Einkaufsstraßen als tragfähig erscheinen ließen.

Die Verkaufsflächengrößen der Geschäfte erscheinen vielfach sehr gering, allerdings wurden keine entsprechenden Bemängelungen bekannt. Für die Ansiedlung erwünschter Branchen erscheint dennoch eine Klärung von potentiellen Vergrößerungsmöglichkeiten von Ladenflächen zweckdienlich.

#### **► Chancen:**

Bündelung von finanziellen Ressourcen zur Schaffung von 1 - 2 kleinräumigeren, dafür attraktiveren Teilbereichen der Einkaufszone als „Motor“ und Anschauungsbeispiel.

#### **► Risiken:**

Die Randlagen können tendenziell weiter „leerlaufen“ bzw. werden weiter von „Billiganbietern“ nachgefragt.

► **Leitbild:**

„Qualität statt Quantität“, Profilschärfung Imagebildung für einzelne Abschnitte oder Karrees (ansatzweise etwa „Rosen-Karree – Einkaufen mit Stil“ [☺] mit entsprechender Pflanzen-Deko und Werbeauftritt, zum gekauften Kleid gibt's eine Rose....) merke: Neuwied – ab ins Karree ! (vgl. Länder-Aktion „Ab in die Mitte!“)

► **Strategie/ Maßnahmen:**

Zur Förderung durchgreifender Marketing-Strategien (Umsetzung von Geschäftslagenprofilen, Flächen- /Branchenmanagement, einheitliche Öffnungszeiten, Gestaltungskonzepte für Außenpräsentation, Aktionen,...) erscheint die Implementierung eines zentralen City-Managements sachgerecht und notwendig und wurde auch im Rahmen des Workshops von den Vertretern des Einzelhandels gefordert. Eine in Vorbereitung befindliche Image-Kampagne vom Aktionsforum und der Stadt, die die

Vorzüge und die Struktur Neuwieds besser bekannt machen soll, ist ein weiterer Ansatz zur Profilierung der Stadt.

Nach Einrichtung eines City-Managements sollten möglichst Arbeits-Konzepte entwickelt werden, die für kleinräumige Straßenabschnitte der Geschäftszone die Kombination des Einsatzes von öffentlichen Fördermitteln für die Aufwertung des öffentlichen Raumes mit anzustrebenden privaten Maßnahmen zur Steigerung der Einkaufsattraktivität umsetzt.

Die ohnehin notwendige Sanierung und Neugestaltung der Mittelstraße zwischen Luisenplatz und Engerser Straße könnte etwa im Zuge einer gemeinsamen Aktion zwischen Stadt und den anliegenden Eigentümern und Gewerbetreibenden im Sinne einer Gesamtplanung von Straße und Fassaden mit deutlich erhöhtem Gestaltungsanspruch initiiert werden.



**Gelungene „Aufwertung“ der Engerser Straße**

Für das Karree gegenüber dem Schloss ergibt sich nach dem angekündigten Wechsel des Bekleidungshauses C&A die ungewöhnliche Situation, dass sich zwei unmittelbar benachbarte große Gewerbe-Einheiten (C&A-Gebäude sowie die seit langem leer stehenden Läden der Schloss-Galerie) zu einem Brennpunkt des Leerstandes entwickeln. Hier sind gegensteuernde Maßnahmen zunächst in Form eines zu beauftragenden Nutzungskonzeptes vorzusehen, das gemeinsam mit den Eigentümern im Sinne einer Entwicklungsstudie künftige Nutzungvarianten konzipiert und somit langfristigen Leerstand vermeidet.

Der Gastronomie-Sektor ist derzeit bereits nach Arten etwas segregiert und macht sich im Bereich der Schlossstraße mit Fast-food-Angeboten und eher jugendorientierten Lokalen am ehesten negativ bemerkbar. Dieser Zustand wird durch weitere Ausdünnung der Randzone wohl eher unterstützt als verbessert. Allerdings erscheint es ohnehin wenig sinnvoll, derartige Nutzungen dort „eindämmen“ zu wollen, da sie dann nur an anderen bisher weniger belasteten Orten entstehen.

Insoweit ist die gastronomische Zone in der Umgebung des Marktplatzes in ihrer Entwicklung als gehobenerer Standort für abendliche Freizeit des „gemäßigten“ Publikums gezielt zu fördern, um hier eine positive Prägung durch Gastronomie zu erzielen und eine „Lage“ für einheimisches und auswärtiges Publikum bekannt zu machen.

Die bereits gut ausgeprägte Serie von Sonderveranstaltungen und Events über das Jahr hinweg ist weiter zu unterstützen und zu fördern.

## 4.2 Öffentlicher Raum/ Stadtgestalt

Die Erhebungen und Auswertungen zum Handlungsfeld Öffentlicher Raum haben ein erhebliches Defizit ergeben, das auf das Gesamt-Image Neuwieds durchschlägt und mit der negativen Entwicklung des Handels korrespondiert. Zwar ist die Verbesserung der Einzelhandels-Situation nicht allein durch Umgestaltungen im öffentlichen Raum zu erreichen, sicherlich aber gilt: wo man sich gern aufhält ohne einzukaufen, geht man auch gern hin, wenn man etwas kaufen möchte. Insofern sind diese Komponenten untrennbar miteinander verbunden.

### ► **Zielsetzung: deutliche Qualitätssteigerung der Stadtbildwirkung und der Aufenthaltsqualität**

Erst der stimmige Gesamteindruck des Umfeldes und die komplementären Maßnahmen im Marketing-Bereich führen zu einer nachhaltigen Bindung des Publikums und zu einem Standortvorteil gegenüber der grünen Wiese. Dabei ist mit „Gesamteindruck“ nicht nur die Einkaufszone gemeint. Wie bereits dargelegt, handelt es sich hierbei auch um konsumfreie Zonen und sonstige Faktoren wie Wohnen, Freizeit, Kultur.

### ► **Mängel:**

Die bestehenden Mängel wurden bereits ausführlich in voran gegangenen Kapiteln erläutert. Sie treten gerade auch deshalb in Erscheinung, weil aufgrund der Finanzlage der öffentlichen Hand und sicherlich auch anteilig von Privaten die notwendigen Maßnahmen zur Aufrechterhaltung eines gepflegten Erscheinungsbildes und zur Beseitigung oder Erneuerung von unzeitgemäßen Gestaltelementen unterbleiben. Hinzu kommen bei Stadtbildern, die erheblich mit Gebäuden der Entstehungszeit aus den 60er bis 80er Jahren des 20. Jahrhunderts durchsetzt

sind, die negativen Auswirkungen, die dadurch entstehen, dass sie oft ohne Beachtung der umliegenden Bebauung eingefügt wurden und von Materialien geprägt sind, die nicht in „würdevoller“ Form altern, sondern recht schnell unansehnlich oder gar schäbig wirken.

► **Chancen:**

Die klare Stadtstruktur des Zentrums von Neuwied und die einmalige Deich-Situation bilden ein durchaus positiv nutzbares, tragfähiges Grundgerüst für eine wirksame Außendarstellung. Die Verbesserung hin zu einem qualitativollen Stadtbild erfordert jedoch ein sehr sorgfältiges Beachten von rechtzeitigen Unterhaltungs- und Pflegemaßnahmen im Straßenraum und die Förderung des Verständnisses der Eigentümer zur Einhaltung eines zu entwickelnden und zu kommunizierenden Gestaltkanons. Von besonderer Relevanz ist dabei die Verwendung eines (begrenzten) Repertoires an hochwertigen und natürlich alternden Materialien bei allen Arten von (öffentlichen und privaten) Baumaßnahmen, was allerdings in der Regel zu höheren Kosten führt – diese höheren Aufwendungen sind allerdings erforderlich, um den vorherrschenden Eindruck des „niedrigen Niveaus“ zu ändern.

► **Risiken:**

Änderungen des mentalen Bildes einer (Innen-) Stadt im Bewusstsein der Bürger sind nicht kurzfristig erzielbar.

Die langjährige Wahrnehmung eines Abwärtstrends kann nicht schlagartig „gelöscht“ werden. Ein weiteres Zuwarten verfestigt aber das Negativ-Image. Daher sind **aktive Gegenmaßnahmen** erforderlich, um einen Umschwung in der Wahrnehmung der Innenstadt zu erzielen. Die in der Passantenbefragung deutlich gewordene Besucherfrequenz lässt

vermuten, dass positive Veränderungen auch schnell in der Bevölkerung bekannt werden.

► **Leitbild:**

Wie schon beim Thema Handel und Gewerbe gilt: Weniger ist mehr.

Für den öffentlichen Raum heißt dies: nicht wahllos Straßen-Möblierungen und scheinbar abwechslungsreiche Ausstattungsgegenstände anhäufen, sondern zurückhaltende Gestaltungselemente mit Stil und Eleganz.

Dies gilt für die Straßengestaltung, für Fassaden, für Werbeanlagen, für Beleuchtungskonzepte, für Begrünungsmaßnahmen, kurz: „klare“ Karrees - „klare“ Gestaltung.

► **Strategie/ Maßnahmen:**

Die Wirksamkeit einer solchen Umgestaltung ist möglichst anhand des im letzten Abschnitt erwähnten kooperativen Vorgehens an einem ausgewählten Straßenabschnitt zu demonstrieren. Für die Festlegung des Repertoires für Gebäude (Gliederung, Materialien, Farben) ist ein Gestaltungskonzept zu erstellen, das den Eigentümern als Hilfestellung bei der Modernisierung von Fassaden zur Verfügung gestellt werden sollte.

Die notwendige Neugestaltung der Deichuferpromenade mit einer sorgfältigen „Inszenierung“ der Deichmauer selbst stellt einen weiteren Meilenstein auf dem Weg zur Ausbildung einer gestalterischen Gesamtwirkung dar, die auch noch andere Teilbereiche der Stadt umfassen muss.

Neben der vordringlichen Umgestaltung der Deichuferpromenade bedarf es auch der Erneuerung und Umgestaltung einzelner Straßenabschnitte, so etwa der zentralen Mittelstraße

und der Marktstraße.

Eine verbesserte Gestaltung des Marktplatzes sollte die Möglichkeit verschiedener Funktionen berücksichtigen.

Am nördlichen Stadteingang an der Elfriede-Seppi-Straße/ Luisenstraße muss der Charakter



**Beispiel für ansprechende dezente Gestaltung, Materialwahl und Begrünung**



eines Gewerbegebiets gemildert werden, um einen freundlicheren Übergang zur Innenstadt und zum Schlossbereich zu schaffen.

In der Befragung der Gewerbetreibenden/ Eigentümer wurde gelegentlich dem Wunsch nach mehr Begrünung Ausdruck verliehen, insbesondere erscheint der jetzt (fast)

ohne Einbauten bestehende Teil des Luisenplatzes zwischen Mittel- und Marktstraße wohl einigen Befragten als „zu kahl“. Auch bei der Passantenbefragung wurde das Thema „mehr Grün“ geäußert (9 von 70 Befragten), bei der Frage nach der künftigen Gestaltung der Deichuferpromenade rangierte das Thema mit an oberer Position.

Sicherlich ist bei der Gestaltung des öffentlichen Raumes die Einbeziehung von Grün in unterschiedlicher Form ein sehr wesentliches gestalterisches Element, das die Aufenthaltsqualität steigern kann.

Allerdings muss bei Pflanzmaßnahmen die jeweilige Wirkung der geplanten Begrünung und die Abhängigkeit von den jeweiligen Straßen- oder Platzräumen geplant werden (nur als einige Beispiele: gliedernde, straßenbegleitende Baumpflanzung in einer Wohnstraße, repräsentative Bepflanzung in einer Geschäftszone, markante Einzelbäume als Blickfang an geeigneten

Positionen, flächenhafte begehbbare Begrünung etwa am Uferbereich, „Baumdächer“ als Schattenspender). Es bestehen somit sehr unterschiedliche Kriterien und Anforderungen bei der Auswahl und den Standorten von Pflanzen. Insbesondere sollte auch auf die dem jeweiligen Straßenprofil anzupassende endgültige Wuchshöhe von Bäumen geachtet werden, schließlich kann durch gezielte Auswahl bestimmter Arten auch ein Identifikationsmerkmal – etwa für ein bestimmtes Karree – geschaffen werden. Es darf aber auch darauf hingewiesen werden, dass nicht flächendeckend in jeder Straße der Innenstadt Bäume stehen müssen – zuvor sind konzeptionelle Überlegungen ratsam.

Aufgrund der bestimmten Funktion des Luisenplatzes (Markt, Veranstaltungen, großflächige Außengastronomie) erscheint aus dieser Sicht der derzeitige freie Zustand begründet. Die weitgehend fehlende Begrünung (tatsächlich sind dort zwei kleine Baumreihen vorhanden) fällt hier möglicherweise deswegen eher auf, weil eine geschlossene Raumwirkung des Platzes fehlt und die Randbebauung wenig harmonisch wirkt.

Grundsätzlich ist anzumerken, dass Begrünungsmaßnahmen, die zu einer wesentlichen Aufwertung einer derartigen Platzgestaltung führen sollen, einer besonders sorgfältigen Planung und späteren Pflege bedürfen. Dies gilt auch für „mobiles“ Grün. Auch die Kombination von Begrünung und Beleuchtung (Bodenstrahler bei Bäumen) kann ein wirksames Instrument zur Gestaltverbesserung sein.

Von entsprechendem Wert auch in der kalten Jahreszeit ist der wirksame Einsatz von Beleuchtungsmaßnahmen, die Stimmungen erzeugen und beeinflussen können.

Die technisch schnell voran schreitende Entwicklung auf diesem Sektor könnte zu Überlegungen führen, wie diese Technik (zB. LED) für Neuwied im Rahmen der Umgestaltung von öffentlichen Räumen (aber auch ggf. an Gebäuden!) als „Quantensprung“ für die Imageförderung eingesetzt werden könnte (Modernität, „die Zukunft vorwegnehmen“). Diese Überlegungen können nur durch besonders spezialisierte Fachplanungsbüros im Rahmen eines Gutachtens erfolgen.

Derartige Maßnahmen sind zudem schneller wirksam als die kontinuierliche, langfristige Modernisierung von Gebäuden bzw. Fassaden. Die Ausbildung von benachbarten Stadträumen mit jeweils eigenem Charakter und Funktion dient der besseren Identifizierbarkeit einzelner Bereiche und damit einer besseren Verankerung im Bewusstsein der Bürger. Neben den Lagenprofilen für den Einzelhandel sollte das Viertel um Marktplatz/ untere Marktstraße bzw. Pfarrstraße einschließlich des Deichgeländes als abendliche Gastronomie-Zone auch mit Außenveranstaltungen im Sommer etabliert werden. Der Luisenplatz verbliebe mehr als tagesbezogene Aufenthaltszone mit Wochenmarkt und Cafés.

Abschließend sei noch die vorgesehene Neugestaltung der Bus-Stationen in der Marktstraße/ Schlossstraße als Stadtraum eigenen Stils erwähnt („Mini-Busbahnhof“). Gerade im Bereich der Marktstraße kann hier die jetzige wenig attraktive Situation deutlich in ihrer Qualität gesteigert werden.



**Sorgfältige Gestaltung gastronomischer Einrichtungen**

### 4.3 Wohnen

Innerhalb des Untersuchungsbereiches sind deutlich getrennte Teilräume mit verschiedenen Wohnsituationen vorhanden. Im mehr rheinnahen Teil liegen durchaus ansprechende Wohnbereiche, die auch kaum Leerstand aufweisen und eher von älteren Bevölkerungskreisen bewohnt werden. Hier erscheinen aktuell keine prioritären öffentlichen Maßnahmen erforderlich.

Innerhalb der City-Geschäftslagen ist demgegenüber die Wohnsituation und -qualität unterdurchschnittlich. Der Leerstand ist erheblich und wird tlw. auch bewusst in Kauf genommen.

#### ► **Zielsetzung: Verbesserung der Wohnsituation**

Für die Attraktivitätssteigerung des Wohnens in der Innenstadt ist die aktive Motivierung der Immobilien-Eigentümer zu Investitionen in den Bestand notwendig. Angesichts eines ausgeglichenen Wohnungsmarktes muss hierfür ein erhöhtes Maß an Aufklärung über Fördermöglichkeiten erfolgen. Die zeitgemäße Modernisierung des Bestandes unter Berücksichtigung energiesparender Investitionen (also auch Einsparung von Nebenkosten für die Mieter) erhöht die Attraktivität des Wohnungsbestandes gegenüber älteren Beständen außerhalb der Innenstadt. Im Einzelfall könnten in den Randzonen Förderungen zur Umwandlung von leer stehenden Gewerberäumen in Erdgeschossen zu Wohnraum zweckmäßig sein (Erhöhung des barrierefreien Wohnungsangebots).

Auch die Chancen der Verbesserung von mangelhaften Qualitäten der Freiflächengestaltung sollten genutzt werden. Hierzu sind die Karrees an der Pfarrstraße als erste zu nennen.

#### ► **Mängel:**

Die Befragungsaktion hat nur wenig Aufschluss über den Modernisierungsbedarf von Wohnungen und Modernisierungsabsichten erbracht. Die Investitionsbereitschaft ist gering ausgeprägt.

Zusätzlich bestehen offenbar gewisse Stigmatisierungs-Zustände aufgrund der Bevölkerungsstruktur und der teilweisen „Inbeschlagnahme“ öffentlicher Räume durch Jugendgruppen, die gegenseitig und auch bei Senioren Verdrängungseffekte auslösen.

Es wurde einerseits ein Bedarf an kleinen Single-Wohnungen bekundet, andererseits sei auch ein Mangel an hochpreisigen Wohnungen vorhanden, „um die Bürgerschaft zurückzuholen“(Workshop). Mängel hinsichtlich der sozialen Infrastruktur (Kindergärten, Bildungseinrichtungen) sind nicht hervorgetreten, bekannt ist allerdings das Fehlen eines Jugendzentrums oder geeigneter Treffpunkte, was durchaus eine wesentliche Lücke im Angebot darstellt. Auf Mängel der täglichen Nahversorgung (Lebensmittel) ist bereits eingegangen worden.

#### ► **Chancen:**

„Wenn das Wohnumfeld funktioniert, dann funktioniert auch der Rest“ lautete eine Erkenntnis im Workshop. Die Kommunikation der Bewohner und damit die Verbesserung des „sozialen Klimas“ könnte durch Innenhof-Feste gesteigert werden.

#### ► **Risiken:**

Mangelnde Nachfrage der Wohnungen aufgrund guter Angebots-Struktur von Wohnungen in der

Region und die abweichenden Wohnpräferenzen der Zielgruppen können auch künftig die Belegung der Wohnungen mit wenig kaufkräftigen Bevölkerungsschichten bewirken.

► **Leitbild:**

Neben der Schwerpunktsetzung auf die Wohnungsmodernisierung zur Erhaltung der Funktionsfähigkeit des Zentrums muss durch Umgestaltung der Deichuferpromenade diese gerade auch für die Wohnungen im Kernbereich, die eine schlechte Umfeldqualität aufweisen, die Funktion als „verlängertes Wohnzimmer“ übernehmen. Ansatzweise kann dies auch für den Marktplatz gelten. Die Blockinnenbereiche müssen weiter in Abstimmung mit Eigentümern auf Aufwertungsmöglichkeiten untersucht werden. Auch die erwähnte Umnutzung von leer stehenden Geschäften als Wohnraum wird durch rückwärtige Umfeldmaßnahmen begünstigt.

► **Strategie/ Maßnahmen:**

Die Modernisierungsförderung ist durch entsprechende Öffentlichkeitsarbeit transparent zu machen, etwa auch durch Verabschiedung einer Förderrichtlinie. Informationen hierzu können unter anderem über Kooperation mit der örtlichen Eigentümer-Vereinigung verbreitet werden.

Gezielt sollten Eigentümer auf Modernisierungsmaßnahmen angesprochen werden, die von sich aus bereits eine Investitionsbereitschaft geäußert haben. Auch wären Eigentümer gezielt anzusprechen, die sich nicht an der Befragung beteiligt haben, aber deren Gebäude an das Stadtbild beeinträchtigenden Stellen liegen, wie auch solche Eigentümer, deren Gebäude besonders positiv zum Stadtbild beitragen (erhaltenswerte Gebäude).

Letztlich kann innerhalb der Kernlage aber auch nicht von der Voll-Belegung der Wohnungen ausgegangen werden. Abgesehen von entgegenstehenden generellen Marktmechanismen würde dies vermutlich auch zu anderen Problemen wie etwa der Verschärfung von Stellplatz-Defiziten führen.

Das Erstellen eines fachplanerischen Wohnumfeldkonzeptes innerhalb eines ausgewählten Modellblockes (oder -teiles) sollte als Vorleistung erbracht werden, um bei Eigentümern Überzeugungsarbeit leisten zu können.

# 5.

## Maßnahmenplanung

### 5.1 Vorbereitende Planungen

#### MP\_01\_Entwicklungs- und Handlungskonzept

Zu Beginn der Fördermaßnahme „Aktives Stadtzentrum“ ist ein Entwicklungs- und Handlungskonzept zu erstellen, in dem die Ziele und Maßnahmen des Programms festzulegen sind. Außerdem ist der Bereich abzugrenzen, der vom Stadtrat als Fördergebiet zu beschließen ist.

Durchgeführt

#### Finanzierung:

Im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Konzepterstellung	85.000 €
Gesamtkosten	85.000 €



### MP\_02\_Gestaltungs-Leitlinien

Aufgrund der vorhandenen Defizite in der Stadtbildwirkung ist die Erstellung einer Broschüre zweckmäßig, die den Eigentümern einen Leitfaden zur Umgestaltung ihrer Fassaden an die Hand gibt. Hierzu sind im Grundsatz Aussagen zur Gliederung von Fassaden, zur Festlegung eines Materialienkataloges für die großflächige Erneuerung von Fassaden und die Auswahl eines Farbenspektrums sinnvoll.

Ergänzend können weitere Verdeutlichungen zu den Festlegungen der Werbeanlagen-Satzung vorgenommen werden und Möblierungsvorschläge bei Straßenraum-Nutzungen erfolgen.

Die ansprechende Umsetzung einer solchen Nutzung durch einen Einzelhändler, die dem Charakter einer (neuen) Straßengestaltung entgegenkommt, konnte im Sommer in der Engerser Straße betrachtet werden.

Anhand von Fotomontagen können anschauliche Beispiele des Vorher-nachher-Effektes aufgezeigt werden.

Verfahren			Träger
Konzeptentwicklung	2011		Stadt

### Finanzierung

im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Planungskosten Gestalt-Leitbild	20.000 €
Gesamtkosten	20.000 €



### MP\_03\_Nutzungskonzept Deichkrone

Am Ende der Marktstraße bildet die „Deichkrone“ auf dem oberen Abschluss der Deichmauer einen weithin sichtbaren markanten Blickfang sowohl von der gesamten Marktstraße wie auch vom Rhein bzw. Rheinufer her. Das Gebäude wurde als Restaurant unter wechselnden Betreibern genutzt. Nach der Insolvenz des letzten Erbpachtnehmers steht es derzeit leer, so dass die Stadt Neuwied als Eigentümer nun die Chance hat, die Weichen für die künftige Entwicklung zu stellen.

Im Zuge der geplanten Umgestaltung der Deichuferpromenade ist es im Sinne eines gesamtheitlichen Ansatzes erforderlich, die „Deichkrone“ selbst miteinzubeziehen und hierfür ein zeitgemäßes, tragfähiges Nutzungs- und Gestaltungskonzept zu entwickeln. Damit soll ein neuer Anziehungspunkt am Rheinufer geschaffen werden, der auch in das Zentrum hinein ausstrahlt und zur touristischen Aufwertung beiträgt.

Verfahren		Träger
Konzeptentwicklung	2011	Stadt

### Finanzierung

Im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Planungskosten	30.000 €
Gesamtkosten	30.000 €



### MP\_04\_Nutzungskonzept Karree 120 (Schloss-Galerie)

Bis auf zwei private Gebäude an der Mittelstraße wird das Karree 120 von zwei großen Baukomplexen beherrscht: zum einen von einem winkelförmigen Gebäude mit dem Bekleidungshaus C&A, das entlang der Kirchstraße über die Eckbebauung an der Mittelstraße und über den Blockinnenbereich bis an die Rheinstraße reicht, zum anderen von der angrenzenden „Schloss-Galerie“ direkt gegenüber dem Schloss. Diese bildet eine Mischung aus Wohn- und Gewerbeeinheiten mit einer durchgehenden Passage und einer Lichtkuppel im Inneren des Gebäudes. Die gewerblichen Einheiten mit überwiegend kleinen Läden im Erdgeschoss und im Obergeschoss um den Lichthof herum sowie mit einem „Food-Court“ im Untergeschoss stehen seit langem weitgehend leer. Ein Durchgang zum benachbarten Bekleidungshaus ist geschlossen.

Es zeichnet sich nunmehr ab, dass das Bekleidungshaus C&A seinen Standort in das derzeit leer stehende ehemalige Kaufhaus Claus an der Mittelstraße verlagert. Damit ergibt sich für das Karree 120 in der Randlage des innerstädtischen Einkaufsbereiches ein nahezu flächendeckender gewerblicher Leerstand, der einen gravierenden Funktionsverlust für diesen rheinnahen Bereich des Zentrums mit sich bringt. Es dürfte angesichts der gewerblichen Leerstandsproblematik in den Randlagen davon auszugehen sein, dass eine Nachfolgenutzung für dieses Areal länger ausbleibt oder sich Nutzungen einfinden, die nicht zu einer Standortaufwertung beitragen.

Es wird daher die Notwendigkeit gesehen, in einem fachlich begleiteten Diskussions- und Planungsprozess mit den Eigentümer-Unternehmen die weiteren Nutzungsmöglichkeiten des Gesamtkomplexes zu untersuchen. Dabei wäre in dem Nutzungskonzept insbesondere zu überprüfen, ob (auch) andere Nutzungen als Einzelhandel in Betracht kommen oder ob für beide Gebäudekomplexe eine kombinierte oder sich ergänzende Nutzungen sinnvoll sind. Weiterhin sollten zeitlich begrenzte Zwischennutzungs-Möglichkeiten in die Überlegungen einfließen.

Außerdem ist in diesem Zusammenhang auch die Gestaltung des Schlossvorplatzes mit zu berücksichtigen, da sich aufgrund künftiger geänderter Nutzungsvorstellungen auch Auswirkungen auf die Platzgestaltung ergeben könnten.

Als investitionsvorbereitende Maßnahme wäre die Förderung alternativ über das Modell „Verfügungsfonds“ denkbar (max. 50 % öffentl. Förderung, übriger Anteil private Mittel).

Verfahren		Träger
Konzeptentwicklung	2012	Stadt

## Finanzierung

Im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Planungskosten	40.000 €
Gesamtkosten	40.000 €



### MP\_05\_Gutachten Beleuchtung

Für die zentralen Lagen, die im Zuge der Baumaßnahmen eine umfassende Neugestaltung erfahren, sollte auch im Hinblick auf eine Geschäftslagenprofilierung ein eigenständiges Beleuchtungskonzept erstellt werden. Auf der Basis fortschrittlicher Technologien können Ideen entwickelt werden, die für die City Neuwieds einen Zukunftssprung signalisieren – von der spürbaren Vergangenheit direkt in eine Phase, die Neuwied gegenüber anderen Kommunen voraus hätte.

Hierzu können neuzeitliche LED-Techniken, Strahler, bodenintegrierte Leuchten gehören – dies soll hier nicht festgelegt werden.

Gerade für die zentrale Mittelstraße und die zentrale Marktstraße wären hierdurch zusätzliche Aufwertungseffekte denkbar, die im Sinne der Profilierung zu einer gegenüber den anderen Straßen sich abhebenden Gestaltung führen.

Da die Entwicklung dieser Beleuchtungstechniken noch nicht abgeschlossen und der Einsatz im öffentlichen Raum nicht gängig ist, wird empfohlen, durch ein spezialisiertes Lichtplanungsbüro ein Gutachten erstellen zu lassen, das die Möglichkeiten des Einsatzes aufzeigt und hinsichtlich Umsetzbarkeit und Wirtschaftlichkeit beurteilt.

In einer ersten Überlegung wird der Luisenplatz (zwischen Pfarrstraße und Luisenstraße) betrachtet.

Als investitionsvorbereitende Maßnahme wäre die Förderung alternativ über das Modell „Verfügungsfonds“ denkbar (max. 50 % öffentl. Förderung, übriger Anteil private Mittel).

Verfahren		Träger
Gutachten ergänzend zu Straßenplanung Mittelstraße	2012	Stadt

### Finanzierung

im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Gutachten Beleuchtung	15.000 €
Gesamtkosten	15.000 €

**MP\_06\_Wohnumfeldverbesserung Blockinnenbereiche ggf. mit Ordnungsmaßnahmen:  
Karree 103**

Nur wenige der Blockinnenbereiche innerhalb des Stadtzentrums verfügen über eine ansprechende Wohnumfeldgestaltung, die der Wohnsituation im Zentrum angemessen ist.

Um Eigentümer über die Gestaltungsmöglichkeiten ihrer rückwärtigen Freiflächen informieren zu können und sie zu einer Umsetzung einer derartigen Maßnahme zu veranlassen, sollte für zwei Teilbereiche von Blockinnenbereichen eine konzepthafte Darstellung solcher Gestaltungsmöglichkeiten durch ein Landschaftplanungsbüro erstellt werden.

Die Untersuchung hat gezeigt, dass vor allem der Blockinnenbereich des Karrees zwischen Hermannstraße- Marktsraße – Langendorfer Straße – Pfarrstraße (Karree 103) in seiner westlichen Hälfte eine schlechte Wohnumfeldqualität aufweist. Daher sollte dies vordringlich bearbeitet werden.

In welchem Umfang Ordnungsmaßnahmen vorgesehen werden sollen (etwa Abbrüche ungenutzter Nebengebäude), ist erst nach Durchführung der Planung und Abstimmung mit den Eigentümern zu bestimmen. Für den Bereich besteht ein Aufstellungsbeschluss für einen Bebauungsplan vom Beginn der 90-Jahre. Dieses Planverfahren könnte fortgesetzt bzw. neu eingeleitet werden.

Verfahren	Träger
Konzeptentwicklung 2012	Stadt

**Finanzierung**

im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Planungskosten Wohnumfeld Karree 103	15.000 €
Gesamtkosten	15.000 €



### **MP\_07\_ Wohnumfeldverbesserung Blockinnenbereiche ggf. mit Ordnungsmaßnahme: Karree 108**

Im Karree zwischen Langendorfer Straße – Marktstraße – Engerser Straße – Pfarrstraße (Karree 108) ist die Wohnumfeldsituation deutlich besser als im gegenüberliegenden Karree (M\_04), es kann aber auch hier noch insbesondere in der östlichen Hälfte weitere Verbesserungen vorgenommen werden.

Daher sind auch in diesem Karree Neugestaltungsmöglichkeiten und möglicherweise Ordnungsmaßnahmen zu untersuchen.

Verfahren		Träger
Konzeptentwicklung	2013	Stadt

### **Finanzierung**

im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Planungskosten Wohnumfeld Karree 108	10.000 €
Gesamtkosten	10.000 €

## 5.2 Investive Maßnahmen im Öffentlichen Raum

### MÖ\_01\_Neugestaltung Deichuferpromenade

Für die weitere positive Entwicklung des Stadtzentrums als Handels- und Dienstleistungsstandort, aber besonders als Wohnstandort ist die adäquate Umgestaltung des Rheinuferes von eminenter Bedeutung.

Die Freiraumsituation und -gestaltung in den Karrees des Untersuchungsgebietes, aber auch im angrenzenden Bereich der „Sozialen Stadt“ erscheint überwiegend defizitär und bedarf daher einer Nutzbarmachung des Deichvorgeländes für die unmittelbare Verbesserung der Umfeldsituation des Stadtzentrums.

Zwar befindet sich weiter flussabwärts das ausgedehnte Areal des Schlossparks, der auch Gegenstand einer umfassenden Freiraumplanung ist. Dieser Park überschreitet aber wegen der Unzugänglichkeit des nächst gelegenen Teils (privater Schlossbereich) die spontane Distanz für eine Nutzung als unmittelbare Aufenthalts- und Erholungszone für die Bewohner des Zentrums, gerade für weiter südlich/ östlich gelegene Karrees des Planbereiches.

Die gegebene Gestaltung des Ufergeländes erfüllt nicht die Anforderungen an eine quartiersbezogene Aufenthaltszone. Der Bereich ist primär lediglich als Spazierweg anzusehen, zweckmäßig auch für Jogger und Radfahrer. Die Gestaltung wirkt weitgehend unkoordiniert und unattraktiv. Die Sperrung für den Autoverkehr und die Einrichtung eines Biergartens sind sinnvoll, erzeugen allein aber keine funktionsgerechte Nutzungsmöglichkeit als innerstädtische, uferspezifische Aufenthaltszone, die von den Bewohnern tatsächlich angenommen werden kann. Hierzu sollte ein relativ unspektakulärer, aber hochwertig gestalteter Uferfreiraum auch mit ausgedehnten Ruheazonen errichtet werden.

Diese Nutzung kann zur Steigerung von Attraktivität und Image wie bereits angedacht durch temporäre Veranstaltungen (Bücherstände, Laienkünstler, Flohmarkt, etc.) sowie Open-air-Kino im Sommer bewusst als innerstädtische „Freizeitmeile“ aufgewertet werden und steht damit auch in sinnvoller Abgrenzung/ Ergänzung des Schlossparkes als tatsächlichem funktionsgerechten Park.

Die Deichmauer stellt für die Stadt Neuwied ein sehr eigenständiges und Identität stiftendes Bauwerk dar. Die Befragungsaktion zeigte, dass der Deich als „Stärke“ der Stadt bewertet wird und daher seiner Bedeutung entsprechend in Szene gesetzt werden sollte, um auch als überörtlicher Image-Träger und Werbe-Objekt eingesetzt werden zu können.

Dies kann vornehmlich durch eine sorgfältig geplante und aufwändige Lichtkonzeption erfolgen, Aktionen sollten konkret mit dem Deich benannt werden („Deich-Kino“, „Kunst am Deich“).

Um den Bereich Marktplatz/ untere Marktstraße/ angrenzendes Deichgelände als einen funktionell

mehr zusammenhängenden Raum zu profilieren (Gastronomie, abendliche Freizeitzone) sollten verbindende Gestaltungselemente (etwa Materialien, Beleuchtung) verwendet werden. Wegen hoher technischer Anforderungen und Restriktionen aus Wasserbau und Denkmalschutz ist die Planung für dieses Vorhaben mit hohen zeitlichen und finanziellen Aufwendungen verbunden

Verfahren		Träger
Konzeptentwicklung/ Verhandlungsverfahren	2010/ 2011	Stadt
technische Planung	2011/ 2012	
Ausführung	2012/ 2013	

### Finanzierung

Im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Planungskosten	250.000 €
Baukosten	3,5 Mio €
Gesamtkosten	3,75 Mio €



## MÖ\_02\_Neugestaltung zentrale Omnibushaltestellen

Ein seit langem gehegtes Projekt zur Aufwertung des Luisenplatzes und zur besseren Einbindung der bisher sehr lang gezogenen, störenden Anordnung der Bushaltestellen in der Schloßstraße und der Marktstraße ist die Errichtung von zentralisierten Busstationen im Kreuzungsbereich der beiden Straßen mit dem Luisenplatz.

Die Gestaltung als „miniaturisierte“ Busbahnhöfe mit einer raumwirksamen Überdachung verleiht dem Profil des wenig als Platzraum wirkenden Luisenplatzes neue begrenzende Proportionen und Akzente.

Zunächst ist eine der Haltestellen an der Kreuzung Marktstraße/ Luisenplatz zur Umsetzung vorgesehen. Nach deren Realisierung soll dann im zweiten Schritt das Gegenstück an der Schloßstraße errichtet werden.

Die derzeitige unbefriedigende Gestaltung der Kreuzung Marktstraße ist nicht nur durch ein gestörtes bauliches Ensemble im nordwestlich angrenzenden Block gekennzeichnet, sondern erfährt auch durch die gegenwärtigen baulichen Anlagen auf dem Friedrich-Wolf-Platz und auf der gegenüberliegenden Seite (Pavillon) eine erhebliche gestalterische Beeinträchtigung. Ähnlich den früheren Rückbau-Maßnahmen von Einbauten auf dem Luisenplatz sollten diese Baulichkeiten entfernt werden.

Bei der Neugestaltung der Platzsituation (Überdachung) und bei der Einfügung neuer baulicher Anlagen bzw. Gebäude sollten bewusst hohe Ansprüche an werthaltige Gestaltung und Materialien gestellt und neue Maßstäbe für die anzustrebende Ortsbildwirkung gesetzt werden, die vorbildhaft auf die Umgebung ausstrahlen.

Verfahren		Träger
technische Planung, fachliche Abstimmung Marktstraße	begonnen	Stadt
Ausführung Haltestelle Marktstraße	2011/ 2012	
technische Planung Schloßstraße	2014	
Ausführung Haltestelle Schloßstraße	2015/ 2016	

## Finanzierung

im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Planungskosten Marktstraße	130.000 €
Baukosten Marktstraße	870.000 €
Gesamtkosten Marktstraße	1,0 Mio €

Planungskosten Schlossstraße	85.000 €
Baukosten Schlossstraße	600.000 €
Gesamtkosten Schlossstraße	685.000 €

### MÖ\_03\_Umgestaltung zentrale Fußgängerzone Mittelstraße

Der bauliche Oberflächen-Zustand der Mittelstraße zwischen Luisenplatz und Engerser Straße ist sanierungsbedürftig. Seit Umgestaltung der Engerser Straße fällt die im Vergleich auch unattraktivere Gestaltung der Mittelstraße deutlich ins Auge, so dass die 1a-Lage Mittelstraße eine entsprechende Steigerung der Wertigkeit und eine neuzeitliche Gestaltung erfahren muss.

Die Gesamtwirkung des öffentlichen Raumes hängt aber nicht nur von der neuen Straßengestaltung ab. Im Rahmen der Stärken-Schwächen Analyse wurde deutlich, dass auch gerade die angrenzende Bebauung entscheidend zum Gestaltbild und zur Attraktivität des Einkaufsbereiches beiträgt.

Diese Entwicklungskonzept verfolgt daher in einem gesamtheitlichen Ansatz die Einbeziehung auch der angrenzenden Eigentümer in die Erstellung der Neugestaltungskonzeption für die Mittelstraße. Die Eigentümer sollen motiviert werden, ihre Fassaden einem neuen hochwertigen Erscheinungsbild der Mittelstraße anzupassen und so die „neue Linie“ bei der Aufwertung des Kernbereiches mitzutragen. Bei der Veränderung der Fassaden ist nicht generell die gesamte Hausfassade angesprochen, obwohl dies sicherlich öfters anzustreben wäre. Vordringlich sind zunächst die einer Gestaltungsleitlinie folgende zeitgemäße Herrichtung von Ladenzonen und der Rückbau oder Reduzierung der Vordächer sowie die entsprechende Neugestaltung der Übergänge zwischen Erdgeschoss und 1. Obergeschoss. Mit einer konzeptionell durchdachten Umgestaltung der Beleuchtungsanlagen – möglicherweise unter Einsatz von neuerer Technologie – kann ein weiterer Beitrag zur „Zeitenwende“ geleistet werden.

Auch für gestalterische Maßnahmen können Fördermittel eingesetzt werden. Ergänzend wäre hier ein Anwendungsfall des Modells „Verfügungsfonds“ denkbar. Auch wäre eine Variante, unter Einsatz von privatem Kapital die besonders hochwertige Ausgestaltung eines Straßenabschnittes beispielhaft vorzuführen, bei der etwa die Kosten über die Obergrenze der förderfähigen Kosten hinausgehen würden.

Verfahren		Träger
Vorbereitung/ Eigentümerbeteiligung/ ggf. Kooperationsmodell	2012	Stadt
technische Planung Mittelstraße	2012	
Ausführung Mittelstraße/	2013	
Private Baumaßnahmen	2012 ff.	

## Finanzierung

im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Planungskosten	40.000 €
Baukosten	290.000 €
Gesamtkosten	330.000 €
Erhebung von Straßen-Ausbaubeiträgen (KAG), voraussichtl. 50 %	165.000 €
verbleibende förderfähige Kosten	165.000 €

### MÖ\_04\_Umgestaltung der oberen Marktstraße zwischen Engenser Straße und Hermannstraße

Trifft man als Besucher der Engenser Straße aus Richtung Mittelstraße auf die Marktstraße, so dominiert zwar zunächst optisch die gegenüberliegende moderne Eckbebauung, die zu dem Eindruck verleitet, hier schließe sich ein weiterer Geschäftsbereich mit größeren Fachgeschäften an – der anschließende Blick Richtung Luisenplatz bringt diesen Eindruck aber schnell ins Wanken. Gerade der wenig ansehnliche Verkehrsraum der Marktstraße bewirkt einen erheblichen Kontrast zu der durch die Engenser Straße geweckten positiven Erwartung.

Begünstigt durch die künftige Verlagerung der Bushaltestellen zum Luisenplatz stellt sich nahezu automatisch der Gedanke einer Neugestaltung der Marktstraße in diesem Abschnitt ein. Die Schließung der Ringverbindung Luisenplatz – Mittelstraße – Engenser Straße – Marktstraße – Luisenplatz durch eine attraktive Umgestaltung, die sich auf die künftige Vermietbarkeit der Geschäfte an der Marktstraße sicherlich positiv auswirkt, lässt den „Karree-Gedanken“ erlebbar werden. Dieser Ring, der auch von der zu bewältigenden Strecke ein annehmbares Ausmaß besitzt, würde somit künftig die zentrale Einkaufslage mit anspruchsvollerem Niveau bilden.

Die Umgestaltung der Marktstraße in diesem Abschnitt sollte daher den Durchgangsstraßencharakter deutlich reduzieren. Die Minimierung der Fahrspuren auf das Erforderliche, breite Fußwege, Reduzierung der Parkplätze, Grün auch einmal als extravagantes Gestaltungselement (kleinwüchsige „Karree-Bäume“ mit kubisch geschnittenen Kronen) und neue fortschrittliche Beleuchtung führen bei dem großen Querschnitt der Straße zu einer optischen Konzentration auf den Straßenraum und können so etwas von der uneinheitlichen Bebauung ablenken.

Auch in der Marktstraße wäre die Einbeziehung der Eigentümer (und Gewerbetreibenden) wünschenswert (vgl. Fragebogen-Ergebnisse zu Mitwirkungsbereitschaft). Hier könnten private Baumaßnahmen auch schon vor Umbau der Straßenflächen erfolgen.

Verfahren		Träger
Vorbereitung/ Eigentümerbeteiligung/ ggf. Kooperationsmodell	2011	Stadt
technische Planung Marktstraße	2011/ 2012	
Ausführung Marktstraße/ 1. Abschnitt	2012/ 2013 f	
Ausführung Marktstraße/ 2. Abschnitt	2013/ 2014 f	
Private Baumaßnahmen	2011/ 2012, 2014 ff.	

## Finanzierung

im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Planungskosten	105.000 €
Baukosten Marktstraße	690.000 €
Gesamtkosten	795.000 €
Erhebung von Straßen-Ausbaubeiträgen (KAG), voraussichtl. 50 %	400.000 €
verbleibende förderfähige Kosten	395.000 €

### MÖ\_05\_Begrünung Elfriede-Seppi-Straße/ Luisenstraße

Die Annäherung an den zentralen Bereich von Norden her führt zu einem abweisend wirkenden Gestalteindruck im Bereich der genannten Straßeneinmündung und deren Umgebung ringsum – und damit zu einer negativen Prägung des ersten, oft unbewussten Eindrucks des Besuchers. Hier wird keine Einstimmung auf einen qualitätvollen, angrenzenden Zentrumsbereich und ein „Einkaufserlebnis“ erzeugt, sondern deutliche Assoziationen an ein Gewerbegebiet geweckt. Dies ist auch besonders fragwürdig in unmittelbarer Nachbarschaft des Schlosses und einem künftig neu gestalteten Rheinufer.

Da eine Neugestaltung durch Bebauung sicherlich nicht absehbar ist, wird als Alternative angeregt, im gesamten Einmündungsbereich und darüber hinaus eine dichte Baumreihe entlang der Straßengrenzen (Hinterkante Gehweg) anzupflanzen und dadurch eine „grüne Raumkante“ auszubilden, die wenigstens den Anblick der Parkplätze und näherer Gebäude kaschiert und somit den ersten Eindruck verbessert.

Eine zusätzliche Baumpflanzung wird bei der vorhandenen Fußwegbreite nur unter Beeinträchtigung des Fußgängerverkehrs möglich sein. Allerdings dürfte das Fußgängeraufkommen doch sehr gering und damit eine punktuelle Einschränkung durch Bauminseln vertretbar sein. Andernfalls ist die geringe Inanspruchnahme von angrenzenden privaten Flächen (meist Parkplätze) vorzunehmen, um erhebliche Kosten zu vermeiden, die sonst für die Verbreiterung der Fußwege auf der Fahrbahnseite entstünden.

Überlegenswert ist die Fortsetzung der Baumreihe einseitig entlang der Elfriede-Seppi-Straße auf der Ostseite bis zur Bebauung Ecke Schlossstraße. Zwar wäre die Reduzierung der Fahrbahnbreiten zur Minderung der „Durchschuss“-Wirkung empfehlenswert, wird aus Kostengründen aber nicht weiter verfolgt. Kostengünstige, dann aber meist provisorische und unbefriedigend wirkende Lösungen sollten gerade auch in diesem Bereich vermieden werden.

Verfahren		Träger
Begrünung	2012	Stadt

**Verfahren:** jederzeit

### Finanzierung

im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Pflanzkosten E.-Seppi-Straße	40.000 €
Gesamtkosten	40.000 €



**Begrünung Elfriede-Seppi-Straße/Luisenstraße - Bildmontage**

### MÖ\_06\_Umgestaltung der unteren Marktstraße zwischen Deich- und Kirchstraße

Für den Abschnitt der Marktstraße zwischen dem Deich und dem Marktplatz hat eine entsprechende Anpassung an die dann erfolgte Umgestaltung des Rheinufer und des Marktplatzes zu erfolgen.

Mit dem Ziel einer gestärkten Funktion als Gastronomiezone mit einem gehobenen Charakter ist die Gestaltung des Straßenraumes anhand der bisherigen Planungsansätze und des Bebauungsplanes, die eine solche Funktion unterstützen, weiterzuführen.

Der Übergangsbereich zur Deichuferpromenade und die Umgestaltungsmaßnahme des in der Sichtachse liegenden Restaurants „Deichkrone“ (vgl. M\_03) sind entsprechend einzubinden. Auf die Verwendung gemeinsamer oder ähnlicher Gestaltelemente zwischen Deichuferpromenade und Marktplatz wurde bereits bei der Maßnahme Deichuferpromenade hingewiesen.

Verfahren		Träger
technische Planung Marktstraße	2014	Stadt
Ausführung Marktstraße	2014/ 2015 f	

### Finanzierung

im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Planungskosten	40.000 €
Baukosten Marktstraße	280.000 €
Gesamtkosten	320.000 €
Erhebung von Straßen-Ausbaubeiträgen (KAG), voraussichtl. 65 %	210.000 €
verbleibende förderfähige Kosten	110.000 €

## **MÖ\_07\_Umgestaltung Marktplatz mit angrenzendem Teil der Marktstraße zwischen Kirch- und Engenser Straße**

Auch die Absicht der Umgestaltung des Marktplatzes steht schon seit längerer Zeit im Raum. Die in der Analyse gewonnenen Erkenntnisse führen zu neuen Überlegungen, wie die künftige Funktion des Platzes aus diesseitiger Sicht ausgestaltet werden sollte.

Die bisherige Funktion als reiner Parkplatz (nachdem der Wochenmarkt schon vor längerem – nachvollziehbar – verlegt worden ist) erscheint nicht mehr angemessen und nutzt nicht das vorhandene Potential als eine der wenigen überhaupt vorhandenen Freiflächen aus.

Die Karrees westlich des Marktplatzes bis zum Deich können sich zum gastronomisch geprägten abendlichen Freizeit-Viertel entwickeln. Die aktuelle Errichtung einer neuen Lokalität an der Ecke Kirchstraße/ Marktstraße unterstützt diese Entwicklung.

Die Umgestaltung der Deichuferpromenade schafft neue ruhige Aufenthaltsqualitäten in der Nähe, die sich gut zu einem belebteren Marktplatz und der dazwischen liegenden Marktstraße mit weiteren gastronomischen Angeboten ergänzen. Durch diese Aufgabenteilung ergeben sich auch keine Defizite, die durch das wasserrechtliche Verbot entstehen, in der Deichvorzone stationäre gastronomische Einrichtungen zu errichten.

Die Umgestaltung des Marktplatzes sollte daher auch ausreichend Möglichkeiten für eine Außengastronomie in der warmen Jahreszeit bieten.

Dazu wäre eine Platzgestaltung erforderlich, die den reinen Parkplatzcharakter auf eine Teilfläche reduziert, während die weitere Teilfläche sich durch eine andere Oberflächengestaltung und ggf. Bepflanzung abhebt und als Aufenthaltszone mit großflächiger Bestuhlung für Gastronomie in den Sommermonaten präsentiert.

Wie die aufgrund ihrer Verkehrsfunktion vorhandene Trennwirkung der Kirchstraße im Bereich des Marktplatzes gemildert werden könnte, sollte bei der Umplanung ebenfalls geprüft werden.

Eine Umgestaltung des Markplatzes ohne Parkplätze oder auch die gastronomische Nutzung (anstatt der Parkplätze) wurden in der Passantenbefragung mit am häufigsten benannt und auch im Workshop angesprochen.

Verfahren		Träger
technische Planung Marktplatz/ Marktstraße	2015	Stadt
Ausführung Marktplatz/ Marktstraße	2015/ 2016 f	

### Finanzierung

im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Planungskosten	140.000 €
Baukosten Marktplatz/ Marktstraße (750.000 € + 180.000 €)	930.000 €
Gesamtkosten	1,07 Mio €
Erhebung von Straßen-Ausbaubeiträgen (KAG) Marktstr, voraussichtl. 50 %	90.000 €
verbleibende förderfähige Kosten	980.000 €



## MÖ\_08\_Umgestaltung Schlossvorplatz

Die Weiterführung/ Vollendung einer teilweise bereits durchgeführten Platzneugestaltung vor dem Schloss im Sinne eines repräsentativen Eingangsbereiches zum Schloss, die den Fahrstraßencharakter weit gehend reduziert, unterstützt positiv die Gestaltqualität des öffentlichen Raumes.

Dies entspricht in diesem Teilbereich, der sicherlich wesentlichster Anlaufbereich von Touristen ist, der Zielsetzung einer „stimmigen“ Atmosphäre rund um das Schloss, bildet eine Verbindung zur angrenzenden Bebauung auf der Südseite der Schlossstraße und schafft eine verbesserte Überleitung in die bereits umgestaltete Rheinstraße. Auch der Zugang zum Uferbereich durch das Deichtor wird gestalterisch günstig beeinflusst. Für ankommende Schiffs-Touristen wird ein ansprechendes Entree in die Innenstadt geschaffen.

Bauliche Verbesserungen des vorhandenen Aufganges zur Deichpromenade auf der Deichmauer sind ebenfalls zu überprüfen, sofern nicht andere Möglichkeiten etwa für einen behindertengerechten Zugang bestehen.

Die Umgestaltung dieser Platzzone steht auch im Zusammenhang mit der weiteren Nutzung der angrenzenden Schloss-Galerie. Daher sollte eine Planung zur Umgestaltung unter Berücksichtigung der zu klärenden künftigen Nutzung dieser gewerblichen Einrichtungen erfolgen (vgl. MP\_04).

Verfahren		Träger
technische Planung Schlossvorplatz	2017	Stadt
Ausführung Schlossvorplatz	2018	

## Finanzierung

im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Planungskosten	60.000 €
Baukosten Schlossvorplatz	400.000 €
Gesamtkosten	460.000 €
Erhebung von Straßen-Ausbaubeiträgen (KAG), voraussichtl. 65 %	300.000 €
verbleibende förderfähige Kosten	160.000 €

## 5.3 Private Modernisierungs- und Instandsetzungsmaßnahmen

### MPF\_01\_Gebäudemodernisierung

Im Hinblick auf die Einleitung und Umsetzung des Modernisierungsprozesses bei den privaten Eigentümern ergibt sich folgende Gesamteinschätzung und weitere Vorgehensweise:

Innerhalb des Untersuchungsbereiches besteht neben dem gewerblichen Leerstand ein signifikanter Leerstand an Wohnungen, der sich schwerpunktmäßig auf die Haupt-Einkaufslagen erstreckt.

Die in der Leerstandskartierung erfassten Gebäude mit Leerstand sind daher grundsätzlich als im Sinne des Programms „Aktive Stadtzentren“ anzusehende Objekte zur Modernisierung prädestiniert, um die Funktionsfähigkeit der Innenstadt zu erhalten und fortzuentwickeln.

Aus der in einem Teilbereich durchgeführten Eigentümer- und Gewerbebefragung, der diesen räumlichen Schwerpunktbereich mit umfasste, ergaben sich jedoch nur wenige Überschneidungen zwischen der Leerstandskartierung einerseits und den Antworten zu Leerstand und Investitionsbereitschaft andererseits – die vom Leerstand betroffenen Eigentümer haben sich weitgehend der Teilnahme an der Befragung enthalten. Eventuell auch deshalb, weil bisher keine konkreten Möglichkeiten zu finanziellen Förderungen bestehen.

Die sich aus der Befragung ergebende Art der Investitionsbereitschaft bei einigen wenigen Eigentümern lässt erkennen, dass es sich hierbei nur selten um die Beseitigung von Missständen oder Mängeln im Sinne des § 177 BauGB handelt, sondern eher um kleinteiligere Instandsetzungs-/ Modernisierungsmaßnahmen („Eingangsbereich“, „Treppenhaus“, „Dachgeschossausbau“, „Wohnungsrenovierung“). Sporadisch wurde „Wärmedämmung“ als geplante Investition benannt. Ein Eigentümer gab „Balkone“ als Maßnahme an, nur in einem Falle wurde eine umfassende Modernisierung („Fenster, Heizung, Bad, Isolation“) erwähnt.

Vor diesem Hintergrund zeigt sich die dringende Notwendigkeit, im weiteren Verlauf der Fördermaßnahme „Aktives Stadtzentrum Neuwied“ die persönliche Ansprache gerade derjenigen Eigentümer, die sich trotz Leerstand nicht geäußert haben, zu vertiefen und über die künftigen Fördermodalitäten zu informieren. Dabei sind wegen der vorhandenen Fluktuation im Einzelfall die konkrete Leerstandssituation zu aktualisieren und die Modernisierungserfordernisse zu bewerten.

Innerhalb dieses Entwicklungskonzeptes lässt sich daher der Modernisierungsumfang zwar thematisch klassifizieren, die konkreten Objekte sind dagegen nur als potentieller Bedarf zu erfassen, der im Rahmen des Programm-Managements fortlaufend konkretisiert werden muss (s. Karte „Übersicht von Objekten für private Fördermaßnahmen“)

Gemäß den bundes- und landesrechtlichen Vorschriften zur Städtebauförderung sind für die Förderung privater Modernisierungsmaßnahmen gewisse Voraussetzungen zu erfüllen:

- die Durchführung der Modernisierung/ Instandsetzung muss im öffentlichen Interesse liegen und das jeweilige Gebäude bleibt bei der Umsetzung des Entwicklungskonzeptes erhalten. Förderfähig sind nur Maßnahmen, bei denen unrentierliche Kosten abzudecken sind.  
Die Beseitigung von Leerstand und die Schaffung zeitgemäßer Wohn- und Arbeitsverhältnisse bildet neben der Stärkung des Zentrums als Versorgungsbereich eines der wesentlichsten Ziele des Förderprogramms „Aktive Stadtzentren“ zur Erhaltung und Förderung der Innenstadt-Funktionen. Daher dienen alle Modernisierungsmaßnahmen, die der Beseitigung von Leerständen dienen, die durch bauliche Mängel verursacht sind, der Zielerfüllung des Förderprogramms und liegen im öffentlichen Interesse. Dies gilt ebenso für Modernisierungsmaßnahmen ohne Leerstand, soweit es sich um die Beseitigung gewichtiger Beeinträchtigungen der bestimmungsgemäßen Nutzung handelt. Als Modernisierungsstandard ist dabei grundsätzlich der Standard des öffentlich geförderten Wohnungsbaus zugrunde zu legen.  
Die städtebauliche Struktur Neuwieds wird durch die Karrees im Zentrum geprägt (s. Kap. Gestaltanalyse). Entscheidend hierfür ist die idR. geschlossene Blockrandbebauung unmittelbar entlang der Straßenverkehrsflächen ohne Abweichung von der Baufluchtlinie.  
Eingriffe in diese Blockrandstrukturen sind in diesem Entwicklungskonzept nicht vorgesehen, vielmehr sind sie aus stadtgestalterischen Gründen zu vermeiden. Es werden keine verkehrlichen Neuerschließungs- oder sonstige Ordnungsmaßnahmen geplant, die eine Beseitigung von Gebäuden innerhalb der Blockrandbebauung erfordern würden. Damit erfüllen grundsätzlich alle Hauptgebäude, die Bestandteil eines Blockrandes sind, diese Fördervoraussetzung, sofern im Einzelfall Modernisierungskosten nicht höher sind als vergleichbare Neubaukosten eines Gebäudes. Solche Fälle sind derzeit nicht offenkundig.  
Für rückwärtige Nebengebäude oder sonstige bauliche Anlagen ist im Einzelfall die Erhaltungswürdigkeit zu prüfen.
- die Modernisierung betrifft Gebäude, die aufgrund ihrer äußeren Beschaffenheit das Straßensbild nicht nur unerheblich beeinträchtigen.  
Bei der Durchführung der Modernisierungs-/Instandsetzungsmaßnahmen können auch bauliche Maßnahmen zur Verbesserung der äußeren Gestaltung der Gebäude im Sinne einer Aufwertung des Stadtbildes (zB. Reduzierung von Werbeeinrichtungen, Überdachungen oder die Erneuerung oder Verbesserung von Schaufensteranlagen) berücksichtigt werden.  
Dies gilt sowohl in Kombination mit weiteren Modernisierungsmaßnahmen zur Verbesserung der Nutzung wie auch als alleinige Maßnahme. Besonders im Bereich der Mittelstraße ist Ziel des Entwicklungskonzeptes die Aufwertung der Gebäude insbesondere durch Umgestaltung der Übergangszonen zwischen Erdgeschoss und Obergeschossen, die oft durch unangepasste Vordächer, Werbeanlagen und Schaufensterzonen gestört sind.

- die Modernisierung betrifft Gebäude, die wegen ihrer geschichtlichen, künstlerischen oder städtebaulichen Bedeutung erhalten bleiben sollen.

Für derartige Gebäude sind neben den oben genannten Modernisierungsmaßnahmen darüber hinausgehende Maßnahmen förderungsfähig, die der Erhaltung, Erneuerung oder funktionsgerechten Verwendung des Gebäudes dienen.

Unter dieser gesonderten Kategorie von Gebäuden sind solche einzuordnen, die zur städtebaulichen Eigenart des Gebietes gestalterisch besonders beitragen und damit die Attraktivität des Zentrums fördern. Andererseits muss kein formeller Schutz im Sinne des Denkmalschutzrechts, etwa aufgrund der geschichtlichen oder künstlerischen Bedeutung bestehen, dies kann aber der Fall sein.

Angesichts der heutigen Situation innerhalb des Untersuchungsbereiches sollte die Schwelle der Bewertung als städtebaulich erhaltenswertes Gebäude nicht zu hoch angesetzt werden, um die Eigentümer dieser verbliebenen Gebäude zu einer Modernisierung zu motivieren und damit den Zielen des Förderprogrammes „Aktive Stadtzentren“ gerecht zu werden.

In einer Übersichtskarte sind die in diesem Sinne erhaltenswerten Gebäude gekennzeichnet.

- weiterhin können im Einzelfall Abrissmaßnahmen von Gebäuden in Verbindung mit einem Neubau zur Schließung von Baulücken förderungsfähig sein, insbesondere bei stadtgestalterisch bedeutsamen Bereichen mit gestörter Ensemble-Wirkung (vgl. Kap. „Gestaltanalyse“).

Die Gewährung von Fördermitteln erfordert im Einzelfall die vorherige vertragliche Vereinbarung der Modernisierungsmaßnahmen zwischen dem jeweiligen Eigentümer und der Stadt Neuwied unter Berücksichtigung einer Wirtschaftlichkeitsberechnung, die den Kostenerstattungsbetrag (Förderbetrag) ermittelt.

Von der Stadt kann auch eine Rahmen-Richtlinie zur Modernisierung privater Gebäude beschlossen werden, auf deren Grundlage die persönlichen Modernisierungsvereinbarungen abgeschlossen werden. Vorteil dieser Regelung ist unter Anderem, dass hier eine pauschale Festlegung des Kostenerstattungsbetrages auf der Basis einer Kostenermittlung erfolgen kann. Der grundsätzliche Vorteil der Richtlinie liegt auch darin, dass die Voraussetzungen der Förderung transparenter dargestellt und für die Öffentlichkeitsarbeit verwendet werden können.

Als Größenordnung für die private Modernisierungsförderung wird eine jährliche Fördersumme von 250.000 € veranschlagt, die für etwa 5 – 10 Objekte pro Jahr bei umfangreicheren Modernisierungen zu verwenden wäre.

Verfahren		Träger
Modernisierung/ Instandsetzung Gebäude	2011-2020	private Eigentümer

### Finanzierung

im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Zuschüsse zu Modernisierungsmaßnahmen	jährlich 250.000 €
2011 – 2020	10 Jahre
Gesamtkosten	2,5 Mio €



RHEIN

## Übersicht von Objekten für private Fördermaßnahmen

Modernisierungs- /  
Instandsetzungsbedarf wegen

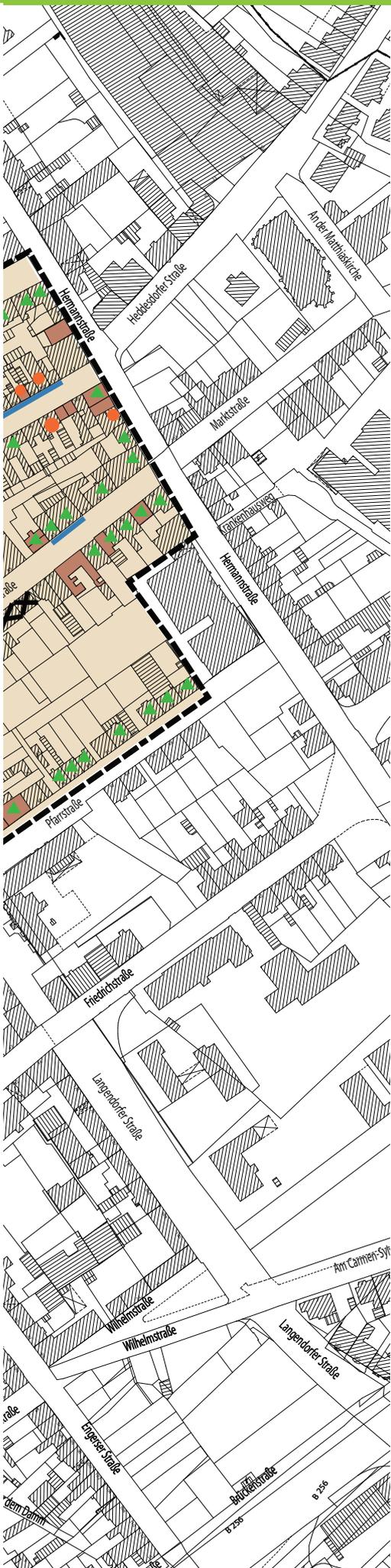
 Leerstand Sept. 2009  
(bauliche Ursache zu  
prüfen)

Modernisierungs- /  
Instandsetzungsbedarf wegen  
Beeinträchtigung des  
Straßenbildes

 auffällige Gebäude

 gestörte Erdgeschosszonen/  
Vordächer/ Werbeanlagen

 Erhaltenswerte Gebäude



Stand 1.9.2010/ 2.2  
4110 er

unmaßstäblich



NH | ProjektStadt  
Stadtentwicklung  
Projektentwicklung  
Consulting



### MPF\_02\_Wohnumfeldverbesserung

Neben dem zeitgemäßen Standard von Gebäuden müssen auch die Freiflächen bei der Verbesserung der Wohnqualität berücksichtigt werden. Da eine gute Wohnsituation im Zentrum Neuwieds von hoher Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des Zentrums ist, muss die Zielsetzung des Förderprogramms auch in der Beseitigung von Missständen in den Freiflächen der rückwärtigen Grundstücksteile in den Karrees und auf der Schaffung einer ansprechenden Umfeldqualität bestehen.

Hier sind vor allem in zwei Karrees zwischen Pfarrstraße und Marktstraße noch Situationen vorhanden, die umgestaltungsbedürftig sind. (s. auch Kap. Wohnen/ Wohnumfeld).

Zu den in MP\_06 und MP\_07 genannten Planungen sind in der Folge für die Ausführungsmaßnahmen entsprechende Mittel bereitzustellen, die als Zuschüsse für die plangemäße Umsetzung vorzusehen sind (ggf. auch Abbrüche von Nebenanlagen).

Neben den zwei konkret genannten Karrees können auch Einzelmaßnahmen in anderen Karrees, die sich etwa im Zusammenhang mit Modernisierungsabsichten bei den Wohn- und Geschäftsgebäuden ergeben, Anlass zu zusätzlichen Verbesserungen des Umfeldes geben.

Verfahren		Träger
Freiflächengestaltung Innenbereiche	2012-2020	private Eigentümer

### Finanzierung

im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Zuschüsse zu Umgestaltungsmaßnahmen	225.000 €
Gesamtkosten	225.000 €

## 5.4 Maßnahmen zur Stärkung des Einzelhandels

### ME\_01\_City-Management

Die Untersuchungen im Rahmen des Entwicklungskonzeptes zum „aktiven Stadtzentrum Neuwied“ haben gezeigt, dass zur Stärkung der Funktion des Neuwieder Stadtzentrums als Einzelhandelsstandort eine intensivere Wahrnehmung von Aufgaben eines City-Managements zweckmäßig erscheint. Daher wird die Errichtung eines gesonderten City-Managements als programmgestützte Maßnahme empfohlen.

Die vorgenommenen eigenen stadtplanerischen Analysen (Nutzungsänderungen gegenüber 2006, Besatz an „Billiganbietern“, Leerstand, fehlende Profilierung von Lagen, stadtgestalterische Analyse) lassen bereits erkennen, dass der seit längerem bestehende Veränderungsprozess durch Filialisierung, hohe Fluktuation und Leerstand in den Randlagen zu einem negativen Trend in der Entwicklung der Innenstadt beiträgt, dem durch ein City-Management begegnet werden sollte.

Darüber hinaus belegen die Aussagen der Eigentümer- und Gewerbebefragung, dass der größte Veränderungsbedarf zu den Themen Branchenmix und Angebotsoptimierung besteht. Diesbezüglich wird auch oft das Zurückdrängen von 1-Euro-Läden als Voraussetzung für eine Verbesserung der Angebotsstruktur benannt.

Im Kap. „Exkurs: Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung“ wurden am Ende einige Organisationsformen des City-Managements kurz umrissen. So können bestehende Strukturen auch innerhalb der Verwaltung ausgebaut oder neue Formen aufgebaut werden.

Das Programm „Aktive Stadtzentren“ verfügt explizit über die Förderungsmöglichkeit eines externen City-Managements, bei dem Personalkosten (und entsprechende Sachkosten, z.B. Büro) gefördert werden.

Bei der Option eines externen Citymanagers wird von einer Förderung über die gesamte Programm-Laufzeit ausgegangen. Nach Ablauf des Förderprogramms sollte die dauerhafte Fortführung des City-Managements gesichert sein.

### Finanzierung

im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Option: Externes City-Management	60.000 € jährlich
2011 - 2020	10 Jahre
Gesamtkosten	600.000 €

## ME\_02\_Verfügungsfonds

Das Programm „Aktive Stadtzentren“ bietet die Möglichkeit, zur stärkeren Beteiligung und Mitwirkung von Betroffenen einen gemeinsamen Verfügungsfonds einzurichten, der laut der Verwaltungsvereinbarung des Bundes definiert ist als Fonds, „den die Gemeinde einrichtet, dessen Mittel ein lokales Gremium bewirtschaftet. Der Fonds finanziert sich bis zu 50 vH. aus Mitteln der Städtebauförderung [...], mindestens zu 50 vH. aus Mitteln von Wirtschaft, Immobilien- und Standortgemeinschaften, Privaten oder zusätzlichen Mitteln der Gemeinde.“

Die Mittel werden für Investitionen und investitionsvorbereitende Maßnahmen [...] verwendet. Die Mittel, die nicht aus der Städtebauförderung stammen, können für nichtinvestive Maßnahmen eingesetzt werden“ (Art. 10 Verwaltungsvereinbarung Städtebauförderung 2009).

Das Instrument zielt darauf ab, privates Engagement und private Finanzressourcen für die Entwicklung des Zentrums zu aktivieren. Die Fondsmittel sollen nach den Vorstellungen des Bundes „flexibler und lokal angepasster eingesetzt werden“ als die konventionelle Förderung.

Die Organisationsform wird seitens des Förderprogramms nicht genau geregelt. Es wird lediglich bestimmt, dass die Mittel durch ein lokales Gremium zu bewirtschaften sind. Im Bundesland Hessen werden dies ggf. die „Lokalen Partnerschaften“ sein, die bereits zu Beginn des Programms bei Erstellung des Entwicklungskonzeptes einzurichten sind. Einrichtungen eines Verfügungsfonds sind in Hessen derzeit noch nicht erfolgt.

In Bayern sind in der Zielsetzung ähnliche Fonds, die als Verfügungsfonds bezeichnet wurden, in einigen Städten entstanden, die an einem früheren Landesprogramm zur Innenstadtförderung teilnahmen (zB. Bamberg). Diese Fonds können aber wohl nicht als Vorbild für jetzige Verfügungsfonds dienen. Bayern bezeichnet diese neue Form nun offenbar zur Abgrenzung als „öffentlich-private Projektfonds“ (Juni 2010). In Rheinland-Pfalz ist etwa Bad Dürkheim für einen „Innenstadtentwicklungsfonds“ bekannt geworden, der mit der Prämie eines Landeswettbewerbs als Grundstock gebildet wurde. Eine „erprobte“ einheitliche Vorgehensweise bei der Gründung von Verfügungsfonds oder den Vorläufer-Einrichtungen liegt nicht vor.

Ein lokales Gremium kann etwa aus Immobilieneigentümern, Gewerbetreibenden, Kreditinstituten, Bewohnern, kommunalen Vertretern und dem Citymanager bestehen. Das lokale Gremium sollte eine öffentlich-private Partnerschaft ergeben. Nach vorliegenden Leitlinien sind besonders bei Weitergabe von Fondsmitteln an Private (Letztempfänger) Vergaberichtlinien zu verabschieden, die Ziele der Förderung, Art und Umfang der Förderung, Antragsberechtigte, Kriterien für die Förderentscheidung usw. regeln.

Mit Mitteln des Verfügungsfonds sind unterschiedliche Einsatzmöglichkeiten denkbar. In Mecklenburg-Vorpommern werden lediglich kleinere Investitionen wie Ausstattungsgegenstände im Außenbereich

einer Geschäftszone, Gestaltung von (satzungs- oder leitbildgerechten) Werbeanlagen an Gebäuden, Spielgeräte, Begrünungen etc. vorgesehen. Als investitionsvorbereitende Maßnahmen sind Ausgaben zur Vorbereitung von weiteren Investitionen, also zB. für Wettbewerbe, Gutachten und Öffentlichkeitsarbeit denkbar, als nicht investive Maßnahmen, die nur mit den privaten Fondsmitteln bestritten werden können, werden Marketingkonzepte, Internetportale, Werbung und einmalige externe Beratungs-Dienstleistungen genannt.

Für Neuwied kann aufgrund der hier vorgesehen umfangreichen Umgestaltungsmaßnahmen die Gründung von Quartiersgemeinschaften zweckmäßig sein, die als Anlieger von umzugestaltenden Straßen in die Konzeption eingebunden werden. Bei derartigen quartiersbezogenen Organisationen könnte als Anwendung des Fonds die Finanzierung einer besonders hochwertigen Gestaltung einer Geschäftszone, deren Aufwand über die Förderungshöchstbeträge hinausgeht, über die privaten Kapitalmittel realisiert werden. Damit könnten etwa hochpreisige Beleuchtungseinrichtungen oder Begrünungen beschafft werden.

Seitens der Stadt wird auch die Durchführung eines Stadttauben-Konzeptes zur Eindämmung der Verschmutzung im öffentlichen Raum in Erwägung gezogen.

Ob darüber hinaus auch eine Vorgehensweise für Investitionen in eine möglichst parallel vorzunehmende gestalterische Aufwertung von angrenzenden Gebäuden umzusetzen ist, um nach Abschluss aller Maßnahmen eine nachhaltige Verbesserung der Gesamtsituation in einem Straßen- oder Karreeabschnitt zu erzielen, muss aus praktischer Sicht mit Fragezeichen versehen werden.

Aus der Eigentümer-/ Gewerbetreibenden-Befragung ergaben sich hinsichtlich der Mitwirkungsbereitschaft einiger Teilnehmer gewisse räumliche Konzentrationen, die näher zu überprüfen sind, ob die Motivation ausreicht und weitere Interessenten zur Gründung einer Quartiersgemeinschaft gewonnen werden können.

Da die Bildung einer Quartiersgemeinschaft nicht konkret absehbar ist, wird an dieser Stelle eine geringe fortlaufende Summe für einen Verfügungsfonds vorgesehen, die als Grundlage für direkt von einem lokalen Gremium vorzunehmende Ausgaben eingesetzt werden könnte.

**Verfahren:** fortlaufend 2011- 2020

### Finanzierung

im Programm „Aktives Stadtzentrum“ förderfähige Kosten

Verfügungsfonds (öffentlicher Förderanteil max. 50%)	20.000 € jährlich
private Komplementärmittel (50 %)	20.000 € jährlich
2011 - 2020	10 Jahre
Gesamtsumme	400.000 €

## 5.5 Zeitplan und Kosten-/ Finanzierungsübersicht

### Zeit- und Maßnahmenplan

Stand: 01.09.2010

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018 f
<b>Vorbereitende Planungen</b>									
<b>MP_01</b> Entwicklungskonzept									
<b>MP_02</b> Gestaltungs-Leitlinien									
<b>MP_03</b> Nutzungskonzept Deichkrone									
<b>MP_04</b> Nutzungskonzept Schloss-Galerie Karree 120									
<b>MP_05</b> Gutachten Beleuchtung									
<b>MP_06</b> Wohnumfeldplanung Karree 103									
<b>MP_07</b> Wohnumfeldplanung Karree 108									
<b>Öffentlicher Raum</b>		Planung ----	---- Ausführung ----						
<b>MÖ_01</b> Deichuferpromenade									
<b>MÖ_02</b> Bushaltestellen B1 Marktstr B2 Schlossstr	B1				B2				

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018 f
--	------	------	------	------	------	------	------	------	--------

<b>MÖ_03</b> Mittelstraße (Luisenpl - Engerser Str)									
<b>MÖ_04</b> Marktstraße (Engerser Str -Hermannstr)									
<b>MÖ_05</b> Begrünung E-Seppi-Str									
<b>MÖ_06</b> Marktstraße (Kirchstr - Deichstr)									
<b>MÖ_07</b> Marktplatz/ Marktstr (Engerser Str - Kirchstr)									
<b>MÖ_08</b> Schlossvorplatz									

<b>Private Fördermaßnahmen</b>									
<b>M_16</b> Gebäudemodernisierung									
<b>M_17</b> Wohnumfeld-verbesserung									

<b>Einzelhandel</b>									
<b>M_18</b> externes City-Management									
<b>M_19</b> Verfügungsfonds									

**Kosten- und Finanzierungsübersicht in Tsd.€**
*Stand: 01.09.2010*

	Tsd.€	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Vorbereitende Planungen</b>												
<b>MP_01</b> Entwicklungskonzept	85	85										
<b>MP_02</b> Gestaltungs-Leitlinien	20		20									
<b>MP_03</b> Nutzungskonzept Deichkrone	30		30									
<b>MP_04</b> Nutzungskonzept Schlosskarree	40			40								
<b>MP_05</b> Gutachten Beleuchtung	15			15								
<b>MP_06</b> Wohnumfeldplanung Karree 103	15			15								
<b>MP_07</b> Wohnumfeldplanung Karree 108	10				10							
<b>Öffentlicher Raum</b>												
<b>MÖ_01</b> Deichuferpromenade	3.750	250		1.750	1.750							
<b>MÖ_02</b> Bushaltestellen B1 Marktstr B2 Schlossstr	1.685	130	350	520		85	600					
<b>MÖ_03</b> Mittelstraße (Luisenpl - Engerser Str)	330		40	290								
<b>MÖ_04</b> Marktstraße (Engerser Str - Hermannstr)	795			105	300	390						
<b>MÖ_05</b> Begrünung E-Seppi-Str	40			40								
<b>MÖ_06</b> Marktstraße (Kirchstr - Deichstr)	320					40	280					
<b>MÖ_07</b> Marktplatz/ Marktstr (Engerser Str - Kirchstr)	1.070						140	750	180			
<b>MÖ_08</b> Schlossvorplatz	460								60	400		

	Tsd.€	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Private Fördermaßnahmen</b>												
<b>MPF_01</b> Gebäudemodernisierung	2.375		125	250	250	250	250	250	250	250	250	250
<b>MPF_02</b> Wohnumfeldverbesserung	225			100		75		50				
<b>Einzelhandel</b>												
<b>ME_01</b> externes City-Management	570		30	60	60	60	60	60	60	60	60	60
<b>ME_02</b> Verfügungsfonds	190		10	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Öffentlichkeitsarbeit (ModMaßnahmen)	35		10	10		5		5		5		
<b>Summe</b>	<b>12.060</b>	<b>1.230</b>	<b>515</b>	<b>2.695</b>	<b>2.390</b>	<b>925</b>	<b>1.350</b>	<b>1.135</b>	<b>570</b>	<b>735</b>	<b>330</b>	<b>330</b>
Einnahmen: Ausbaubeitrag KAG	1.160					165	203	195	208	90		300
Förderung: GVFG-Mittel												
Finanzierungsbedarf	10.900											
Eigenanteil 30 %	3.270											

# 6.

## Gebietsabgrenzung und Beschlussfassung

Bei der Gebietsabgrenzung für die Festlegung des Programmgebietes „Aktives Stadtzentrum Neuwied“ ist ein angemessener Kompromiss zwischen einer möglichst weiten Abdeckung des Zentrums, das auch in den Randzonen Leerstände aufweist, und einer Bündelung der Investitionen auf einen nicht zu weit ausufernden Bereich zu finden.

Die Schwerpunkte der Investitionen werden aufgrund der Ergebnisse des vorliegenden Konzeptes im Bereich des Rheinufer und in den zentralen Bereichen zwischen Luisenplatz/ Langendorfer Straße und Engerser Straße sowie entlang der gesamten Marktstraße vorzunehmen sein.

Aus strukturellen Erwägungen heraus ist auch noch die Mittelstraße als Hauptgeschäftsstraße in ihrer gesamten Länge sowie die benachbarten Karrees entlang der Schloss- und Pfarrstraße in das Gebiet miteinzubeziehen, wogegen für den gesamten Bereich östlich der Hermannstraße die Herausnahme aus dem untersuchten Gebiet empfohlen wird. Zwar sind auch hier noch Leerstände zu verzeichnen, die Gebäudesubstanz und Gestaltwirkung sind jedoch in diesem Abschnitt mit am positivsten zu bewerten, so dass hier keine Dringlichkeit für Investitionen gesehen wird. Hinzu kommt die Aufgabe des angedachten Projektes eines Jugendzentrums in der Hermannstraße. Im Hinblick auf die geplante Umgestaltung der Deichuferpromenade wurde das Gebiet entlang des Rheinufer bis zum Pegelturm erweitert, um die Einheitlichkeit der Maßnahme zu gewährleisten.

Die jetzt vorgesehene Gebietsabgrenzung deckt auch die möglichen Bereiche der Einbeziehung

privater Partner mit ab, die sich aus der Fragebogen-Erhebung ergeben haben. Das nun als Fördergebiet abgegrenzte Gebiet umfasst eine Fläche von 24,0 ha.

Es wird empfohlen, das Gebiet als Fördergebiet entsprechend § 171 b Abs.2 BauGB zu beschließen. Für eine Festlegung als Sanierungsgebiet – etwa im vereinfachten Verfahren nach § 142 Abs.4 BauGB – haben sich keine sanierungsrechtlichen Erfordernisse ergeben.

Im Programm „Aktives Stadtzentrum Neuwied“ werden Umstrukturierungs- und Neubaumaßnahmen praktisch nicht vorgesehen. Es handelt sich statt dessen weitestgehend um Modernisierungs- und Instandsetzungsmaßnahmen sowohl im öffentlichen Raum wie auf den privaten Grundstücken, meist bedingt durch Investitionsrückstände. Hinzu kommen nicht-investitive Maßnahmen (zB. City-Management).

Grundstückserwerbe, durchgreifende Ordnungsmaßnahmen und neue Verkehrserschließungen sind nicht beabsichtigt. Für die Ausübung von Vorkaufsrechten oder Entschädigungsleistungen, Verlagerungen von Betrieben oder Bewohnern, Auflösung von Miet- und Pachtverhältnissen etc. ist kein Bedarf ersichtlich. Die vorgesehenen Maßnahmen lassen sich aus jetziger Sicht ohne Einsatz des sanierungsrechtlichen Instrumentariums des Besonderen Städtebaurechtes durchführen.

Auch für die Abgrenzung als Erhaltungsgebiet nach § 172 BauGB bestehen keine Anhaltspunkte, die eine solche Gebietsausweisung begründen würden.





MÖ\_05

MÖ\_02  
B2

MÖ\_04

MÖ\_08

MÖ\_03

MÖ\_02  
B1

MP\_04

MP\_05

MP\_07

MÖ\_01

MÖ\_07

MÖ\_07

MÖ\_06

MP\_03

RHEIN

## Abgrenzung des Programm- Gebiets „Aktives Stadtzentrum“ entspr. § 171 b (2) BauGB



Abgrenzung des Förder-  
gebietes



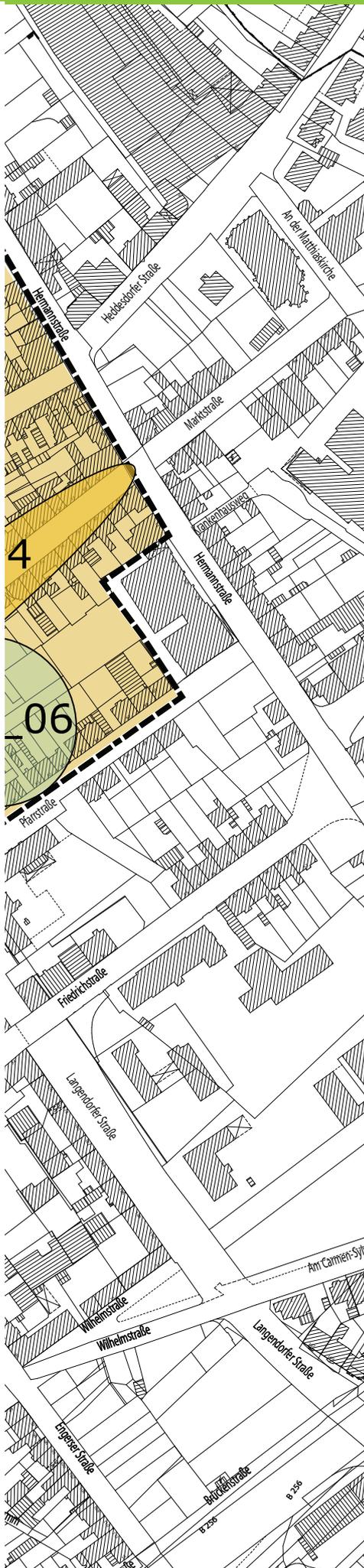
Nutzungskonzept



Umgestaltung Straßenraum



Umgestaltung Freiflächen



Geplante Maßnahmen		Durchführung
<b>Vorbereitende Planungen</b>		
<b>MP 01</b>	Entwicklungskonzept	2010
<b>MP 02</b>	Gestaltungs-Leitlinien	2011
<b>MP 03</b>	Nutzungskonzept Deichkrone	2011
<b>MP 04</b>	Nutzungskonzept Schlosskarree	2012
<b>MP 05</b>	Gutachten Beleuchtung	2012
<b>MP 06</b>	Wohnumfeldplanung Karree 103	2012
<b>MP 07</b>	Wohnumfeldplanung Karree 108	2013
<b>Öffentlicher Raum</b>		
<b>MÖ 01</b>	Deichuferpromenade	2012
<b>MÖ 02</b>	Bushaltestellen B1 Marktstr B2 Schlosstr	2011/ 2015
<b>MÖ 03</b>	Mittelstraße (Luisenpl - Engerser Str)	2013
<b>MÖ 04</b>	Marktstraße (Engerser Str - Hermannstr)	2012/ 2013
<b>MÖ 05</b>	Begrünung E-Seppi-Str	2012
<b>MÖ 06</b>	Marktstraße (Kirchstr - Deichstr)	2014
<b>MÖ 07</b>	Marktplatz/ Marktstr (Engerser Str - Kirchstr)	2015/ 2016
<b>MÖ 08</b>	Schlossvorplatz	2018
<b>Private Fördermaßnahmen</b>		
<b>MPF 01</b>	Gebäudemodernisierung	fortlaufend
<b>MPF 02</b>	Wohnumfeldverbesserung	fortlaufend
<b>Einzelhandel</b>		
<b>ME 01</b>	externes City-Management	fortlaufend
<b>ME 02</b>	Verfügungsfond	fortlaufend

Stand 1.9.2010/ 2.3  
4110 er

unmaßstäblich



**NH | ProjektStadt**  
Stadtentwicklung  
Projektentwicklung  
Consulting



# Anhang

1. Fragebogen für Befragung der Einzelhändler/ Gewerbetreibenden und Grundstückseigentümer
2. Fragebogen Passantenbefragung Gartenmarkt
3. Plakat Gartenmarkt (Slogan verändert)



## FRAGEBOGEN

### Teilnehmer/ Teilnehmerin:

Name, Anschrift (bitte in Druckbuchstaben)  
bei Firmen usw. deren Name und Anschrift sowie Name der berechtigten ausfüllenden Person

.....

.....

.....

erreichbar unter:

.....

(Telefon tagsüber, eMail-Adresse)

### Teil A

#### ALLGEMEINER TEIL

- 1. Was gefällt Ihnen – aus gesamtstädtischer bürgerschaftlicher Sicht – besonders an Neuwied? Wo liegen Ihrer Ansicht nach die Stärken der Stadt?**



**2. Was gefällt Ihnen nicht an Neuwied? Wo liegen Ihrer Ansicht nach die Schwächen der Stadt?**

**3. Welche Stärken oder Schwächen treffen besonders auf das Stadtzentrum zu?**

**4. Wo sehen Sie aktuellen Handlungsbedarf? Welche kommunalen Handlungsfelder sollten vordringlich bearbeitet werden?**

**5. Welches konkrete Projekt oder Maßnahme läge Ihnen besonders am Herzen?**

**6. Sind Sie**       Einzelhändler/sonstiger Gewerbetreibender       Eigentümer

.....

im Stadtzentrum ? (siehe Karte des Erhebungsgebietes am Ende)



Bitte beantworten Sie dann entsprechend den Teil B (im Anschluss) oder/ und C (ab Frage 17/ Seite 8).



Teil D (ab Frage 32/ Seite 11) ist wieder für alle Teilnehmer vorgesehen.



## Teil B

### nur für EINZELHÄNDLER/ GEWERBETREIBENDE

7. Ich bin in der Branche ..... tätig  
und seit ..... am jetzigen Standort

8. Name und Adresse des Geschäfts/ Unternehmens,  
wenn abweichend von Teilnehmer-Anschrift auf Seite 1  
(bei mehreren Standorten bitte Angaben auf gesondertem Blatt)

9. Lage des Geschäfts/ Betriebs/ Büros/ Praxis

Erdgeschoss       1. Obergeschoss       ..... Obergeschoss

10. Über wie viel m<sup>2</sup> verfügt Ihr Geschäft usw. (ohne Lagerflächen)?

Geschäftsräume .....m<sup>2</sup>  
 Büro- und Praxisräume .....m<sup>2</sup>  
 .....m<sup>2</sup>



## 11. Raumbedarf und Entwicklungsmöglichkeiten

1.  die Räumlichkeiten entsprechen in der Größe und Ausstattung meinen Anforderungen, kein Veränderungsbedarf
2.  die Räumlichkeiten entsprechen in der Größe und Ausstattung meinen Anforderungen nicht vollständig, aber so weit, dass bauliche Veränderungen oder eine Geschäftsverlagerung in absehbarer Zeit (etwa 1 Jahr) nicht beabsichtigt sind
3.  die Räumlichkeiten entsprechen in der Größe und Ausstattung nicht mehr meinen Anforderungen, so dass in absehbarer Zeit Maßnahmen durchzuführen sind:
  - 3.a) folgende bauliche Veränderungen (z.B. Anbau/ Erweiterung des Geschosses, zusätzliche Nutzung eines anderen Geschosses, Umbau ohne Erweiterung, Modernisierung, ..... ) sollen durchgeführt werden:

- 3.b)  bauliche Veränderungen kommen nicht in Betracht, weil

- 3.c)  Verlagerung des Geschäftsstandortes (s. auch Frage 14)

- 3.d)  sonstiges:

## 12. Außenwirkung

- a) die optische Wirkung der (baulichen) Außendarstellung des Geschäfts (Schaufenster, Eingangsbereich) bewerte ich mit  
 sehr gut/ gut       zufriedenstellend       unbefriedigend
- b) die Gestaltung der vorhandenen Fassade des Gebäudes als ganzes bewerte ich mit  
 sehr gut/ gut       zufriedenstellend       unbefriedigend
- c) die Gestaltung der vorhandenen Werbeanlage/n für mein Geschäft (am Gebäude) bewerte ich mit  
 sehr gut/ gut       zufriedenstellend       unbefriedigend



d) die Möglichkeiten zur Außenwerbung (quantitatives Ausmaß einschließlich mobiler Ständer etc.) finde ich

- nicht ausreichend       ausreichend       übermäßig

e) die Möglichkeiten zur Nutzung des Straßenraumes für Außenpräsentation von Waren (oder zur Außenbewirtung) finde ich

- nicht ausreichend       ausreichend       übermäßig

### 13. Näheres Umfeld

Wie bewerten Sie das Umfeld Ihres Geschäfts/ Büros, bezogen auf Ihren Straßenabschnitt (i.d.R. zwischen den nächstgelegenen Kreuzungen) hinsichtlich

a) der Kundenattraktivität, des Warenangebots, der Einkaufsatmosphäre

b) des Erscheinungsbildes/ des Erneuerungsbedarfs/ der Umgestaltung des öffentlichen Raumes (Straßen/Plätze)

c) des Erscheinungsbildes / des Erneuerungsbedarfs/ der Umgestaltung der privaten Gebäude

d)  das Umfeld entspricht nicht meinen Vorstellungen/ Anforderungen, daher ist eine Geschäftsverlagerung beabsichtigt

### 14. Verlagerungsabsicht

Bei einer Verlagerungsabsicht geben Sie bitte die angestrebte Lage des neuen Standortes an:

a)  nur innerhalb des Stadtzentrums (Untersuchungsgebiet)

bevorzugte Straße(n)/ -abschnitt(e):



- b)  auch andere Gebiete innerhalb Neuwieds:

- c)  nur andere Gebiete innerhalb Neuwieds:

- d)  andere Gebiete außerhalb Neuwieds:

### 15. Geschäftsaufgabe

Für mein Geschäft/ Gewerbe ist die Aufgabe erkennbar

- a)  nein
- b)  innerhalb der nächsten 1 bis 2 Jahre
- c)  innerhalb der nächsten 3 bis 5 Jahre
- d) Wird Ihr Geschäft nach der Aufgabe weitergeführt?  
 ja  nein
- e) Haben Sie evtl. Probleme, einen Nachfolger für Ihr Geschäft zu finden?  
 ja  nein
- f) Nennen Sie uns bitte kurz den Grund der Geschäftsaufgabe:



**16. Weiteres Umfeld/ Stadtzentrum insgesamt**

- a) Die künftige Entwicklung des Stadtzentrums (Untersuchungsgebiet) als Einzelhandels-Standort schätze ich eher positiv ein, weil\*/ wenn\*)

- b) Die künftige Entwicklung des Stadtzentrums (Untersuchungsgebiet) als Einzelhandels-Standort schätze ich eher negativ ein, weil\*/ wenn\*)

\*) nicht Zutreffendes streichen





## Teil C

### nur für GRUNDSTÜCKSEIGENTÜMER

**17. Adresse des Grundstücks wenn abweichend von Teilnehmer-Anschrift auf Seite 1 (bei mehreren Grundstücken bitte Angaben auf gesondertem Blatt)**

--------------

**18. Seit wann sind Sie Eigentümer einer Immobilie im Untersuchungsbereich?**

- a)  seit 1 bis 5 Jahren                      c)  seit 10 bis 15 Jahren  
b)  seit 5 bis 10 Jahren                    d)  seit mehr als 15 Jahren

**19. In welchem Jahr wurde das (Haupt-)Gebäude errichtet? .....**

**20. Wie wird Ihre Immobilie derzeit genutzt?**

Nutzungsart(en) und Anzahl, z.B. Laden, Gastronomie, Büro, Wohnen, Handwerk

**a) im Erdgeschoss:**

..... vermietet                       selbst genutzt

**b) im 1. Obergeschoss:**

..... vermietet                       selbst genutzt

**c) im 2. Obergeschoss:**

..... vermietet                       selbst genutzt

**d) im 3. Obergeschoss:**

..... vermietet                       selbst genutzt

**e) evtl. in weiteren Obergeschossen oder in weiteren (Neben-)Gebäuden:**

..... vermietet                       selbst genutzt

**21. Innere Erschließung**

Die Obergeschosse sind unabhängig vom Erdgeschoss durch einen getrennten Eingang und Treppenhaus erschlossen:

- a)  nein  
b)  ja, Eingang von der Straßenseite  
c)  ja, Eingang (nur) von der Hofseite  
d)  .....



**22. Gibt es derzeit in Ihrer Immobilie Leerstand?**

Nein

**Wenn ja, was steht leer?**

gesamtes Haus seit .....

*Anzahl:*

..... Wohnung(en) seit .....

..... Ladenlokal(e) seit .....

..... Büro-/Praxiseinheit(en) seit .....

..... sonstiges:..... seit .....

**23. Worauf führen Sie den Leerstand zurück?**

**24. Möchten Sie Ihr Eigentum in den nächsten 2 Jahren verkaufen?**

ja

nein

**Wenn ja, nennen Sie uns bitte den Grund des Verkaufs**

(z.B. Umzug, Erbfolge, sonstige):

**25. Wie schätzen Sie den baulichen Zustand Ihres Gebäudes ein?**

**26. Wie schätzen Sie das Erscheinungsbild Ihrer unbebauten Grundstücksflächen ein?**



**27. Haben Sie in den letzten 5 Jahren größere Investitionen (mehr als 20.000 €) in Ihre Immobilie getätigt?**

- ja  nein

**28. Beabsichtigen Sie in den nächsten 2 Jahren größere Investitionen (mehr als 20.000 €) in Ihr Gebäude oder auf dem Grundstück?**

- a)  ja, hauptsächlich für .....
- nein, weil
- b)  keine Maßnahmen erforderlich sind
- c)  ich nicht genügend finanzielle Mittel dafür zur Verfügung habe
- d)  eine Modernisierung nicht wirtschaftlich wäre
- e)  ich auch nach Modernisierung keine Mieter finden würde
- f)  .....

**29. Was stört Sie besonders im Umfeld Ihrer Immobilie, auch auf den rückwärtigen Grundstücksteilen (Blockinnenbereiche)?**

**30. Wie schätzen Sie die Wohnqualität Ihres Umfeldes ein?**

**31. Würden Sie an Verbesserungsmaßnahmen des Wohnumfeldes mitwirken, z.B. Begrünungsmaßnahmen in rückwärtigen Grundstücksflächen, Beseitigung von Nebengebäuden, insbesondere bei Maßnahmen auf mehreren benachbarten Grundstücken?**



## Teil D

### MITWIRKUNGS- UND INVESTITIONSBEREITSCHAFT

**32. Ich arbeite bereits mit bei/ bin Mitglied in folgenden örtlichen Vereinigungen/  
Institutionen zu Wirtschaft/ Handel/ Stadtmarketing:**

**33. Kooperation in „Quartiersgemeinschaften“**

Das Förderprogramm „Aktive Stadtzentren“ sieht die Bildung von „Quartiersgemeinschaften“ auf freiwilliger, aber letztlich auf vertraglich zu regelnder Basis vor, in denen die Kooperationspartner investive und/ oder nicht investive Maßnahmen durchführen. Dazu sollen mindestens die Hälfte der finanziellen Mittel von privater Seite eingesetzt werden.

Diese Erhebung dient insbesondere dazu, kleinere Teile/ Einheiten des Stadtzentrums zu identifizieren, in denen sich eine (oder mehrere) derartige Interessengemeinschaften gründen könnten.



Wie schätzen Sie Ihr Interesse an einer solchen Kooperationsmöglichkeit ein?

a)  kein Interesse, weil\*/ wenn\*)

b)  mögliches Interesse, weil\*/ wenn\*)

c)  konkretes Interesse, weil\*/ wenn\*)

\*) nicht Zutreffendes streichen

**34. Können Sie sich vorstellen, benachbarte Akteure zu motivieren, sich an dem Programm gemeinsam zu beteiligen?**

**35. Können Sie sich vorstellen, sich sonst für die Interessen im Stadtzentrum einzubringen und z.B. bei Arbeitsgruppen oder Aktionen mitzuwirken bzw. diese aktiv zu gestalten?**

ja  nein

Anregungen/ Thema:



**36. Für das Fördergebiet soll eine städtische Internet-Plattform eingerichtet werden, um Informationen zu Maßnahmen, Förderungen oder etwa auch zu einer „Leerstandsbörse“ zugänglich zu machen. Würden Sie sich über eine solche Plattform informieren oder aktiv daran beteiligen?**

**37. Haben Sie persönlich Beratungsbedarf zu Themen wie Modernisierungsmöglichkeiten, Fassadengestaltung, Energieeinsparung, Finanzierung/ Fördermöglichkeiten usw.**

**38. Haben Sie weitere Anregungen oder Kritik?**

**Wir bedanken uns sehr herzlich für Ihre Mitarbeit !**



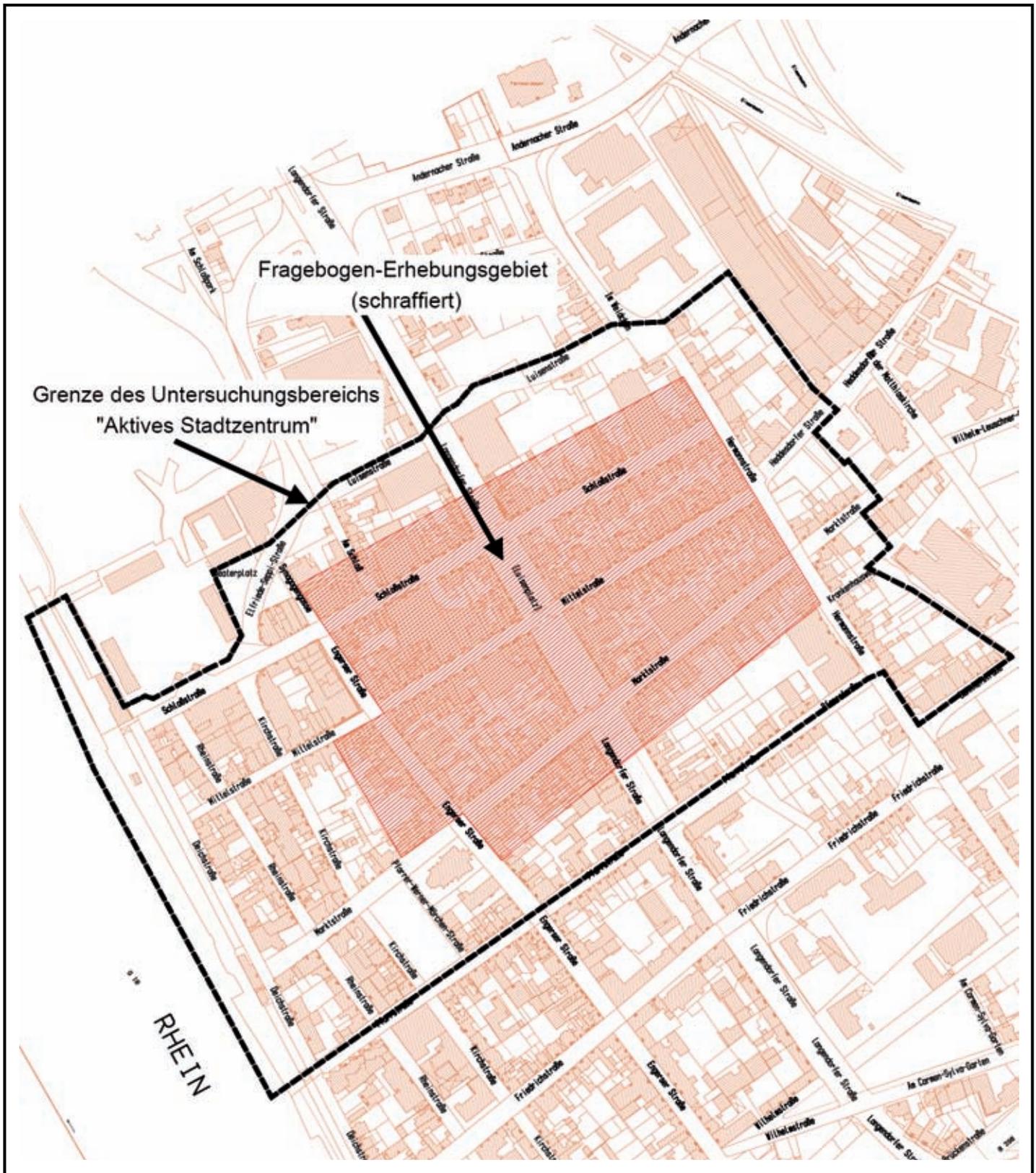
**...ein Anschauungsbeispiel für eine umfassende  
Gebäudemodernisierung und eine verbesserte Stadtbild-  
Qualität**

**Teil des Luisenplatzes heute ...**



**....und wie er auch aussehen könnte (Bildmontage)**





**Aktives Stadtzentrum Neuwied –  
Passantenbefragung Gartenmarkt 11. 4. 2010**

STATISTIK

1. Sie wohnen in  Neuwied Zentrum+Heddesdorf  Neuwied Ortsteil  außerhalb bis 20 km  
 außerhalb über 20 km  \_\_\_\_\_

2. Geschlecht  männlich  weiblich **Alter** \_\_\_\_\_

EINKAUFEN

3. Wie oft im Monat kommen Sie in das Zentrum Neuwieds? Einkaufszone + Neuwied-Galerie  
 1-2mal  4mal (1mal wöchentl.)  8mal (2mal wöchentl.)  mehr als 10mal  
 nur sehr sporadisch/ selten  oft/ täglich

4. Aus welchem Anlass kommen Sie überwiegend ins Zentrum? (max. 3 Antworten)  
 Einkauf tägl. Bedarf  Einkauf periodischer Bedarf  Arbeit/ Bildung  Kultur/ Freizeit  
 Dienstleistung (Bank, Arzt, Behörde)  Gastronomie  \_\_\_\_\_

5. Wo kaufen Sie häufiger ein als im Zentrum Neuwieds?  
 Lebensmittel: \_\_\_\_\_  
 Sonstiges: \_\_\_\_\_

6. Was fehlt an Angeboten im Zentrum? \_\_\_\_\_

ÖFFENTLICHER RAUM

7. Fühlen Sie sich von der Atmosphäre angesprochen?  nein/ unangenehm  eher weniger  
 keine Aussage/ indifferent  eher positiv  ja /angenehm

8. Was sollte geändert werden, damit ich mich wohler fühle/ häufiger ins Zentrum komme?  
 \_\_\_\_\_

9. Wie sollte das Deichvorgebiet genutzt werden können?  
 mehr Sitzmöglichkeiten  mehr Liegemöglichkeiten  Veranstaltungen (Musiker, Straßenkünstler.....)  
 Open-Air-Kino/ Theater  Märkte (Floh-, Künstler-, Bücher-...)  Gastronomie  
 \_\_\_\_\_

10. Können Sie ein konkretes Bauprojekt/ eine Umgestaltungsmaßnahme nennen?  
 \_\_\_\_\_

WOHNEN

11. Können Sie sich vorstellen, im Zentrum (Untersuchungsgebiet) zu wohnen?  ja  nein

12. Wenn nein, was müsste geändert werden oder welche Voraussetzungen müssten erfüllt sein?  
 \_\_\_\_\_

13. Welche sonstigen Gründe bestehen, nicht in der Innenstadt wohnen zu wollen?  
 \_\_\_\_\_

# Neuwieds aktive Ecken – ab ins Karree !

Shoppen...



Wohnen...

*Aktives  
Stadtzentrum  
NEUWIED*



Entspannen...



