

STELLUNGNAHME zur Anfrage Stadträtin Bettina Lisbach (GRÜNE) Stadträtin Dr. Ute Leidig (GRÜNE) Stadtrat Johannes Honné (GRÜNE) vom: 20.05.2014 eingegangen: 20.05.2014	Gremium: Termin: Vorlage Nr.: TOP: Verantwortlich:	62. Plenarsitzung Gemeinderat 01.07.2014 2014/0636 32.4 öffentlich Dez. 4
Kombi-Lösung: Kombi-Baustellen: Mehr Unterstützung für Einzelhandel und Gastronomie		

1. Entschädigungsmanagement

- a) **Wie viele Anträge auf Entschädigung wurden bislang bei der KASIG eingereicht, wie viele davon bewilligt, wie viele teilweise bewilligt und wie viele abgelehnt?**

Es wurden 172 Anträge eingereicht. Davon wurden 91 Anträge bewilligt und 33 Anträge wurden abgelehnt. Die restlichen Anträge sind in Bearbeitung.

- b) **Wie lange ist die durchschnittliche, wie lange die maximale Bearbeitungszeit für Anträge auf Entschädigung?**

In der Regel dauert die Bearbeitung 6 Wochen. Dies hängt von der Komplexität des Falles, der Vorlage der zur Begutachtung notwendigen Unterlagen und der Mitwirkung des Antragstellers/dessen Steuerberaters ab.

- c) **Was sind die häufigsten Begründungen für die komplette oder teilweise Ablehnung von Entschädigungsanträgen durch die KASIG?**

Oftmals fehlt ein konkreter Baustellenbezug, wie ihn auch der Planfeststellungsbeschluss als Rechtsgrundlage einer Entschädigung einfordert.

d) In wie vielen Fällen wurde im Zusammenhang mit beantragten Entschädigungen seitens der Antragstellenden bzw. seitens der KASIG ein Rechtsbeistand eingeschaltet?

In 11 Fällen wurde ein Rechtsbeistand eingebunden.

e) Wie lange müssen die Betroffenen ab dem Zeitpunkt der Antragstellung maximal warten, bis ihnen die Entschädigungssumme ausgezahlt wird?

Vom Zeitpunkt der Antragstellung bis zur Auszahlung vergehen ca. 8 Wochen (vorausgesetzt, es besteht ein Anspruch und die Mitwirkung durch den Antragsteller ist gegeben). Bei angezeigter und glaubhaft gemachter Liquiditäts- oder Existenzgefährdung dauert es von der Antragstellung bis zur Auszahlung ca. 2 Wochen. Auch hier hängt die Dauer wesentlich von der Mitwirkung des Antragstellers ab.

2. Kooperationsmarketing

a) Welche Projekte wurden bisher über das Kooperationsmarketing zur Kombilösung abgewickelt und durch wen wurden diese finanziert?

Folgende Projekte wurden bzw. werden durch das Kooperationsmarketing umgesetzt:

Veranstaltungen:

- Frühlings- und Familienfest bzw. Karlsruher Ostermarkt (2011 und 2012)
- Karlsruher Oster- und Genussmarkt mit verkaufsoffenem Sonntag (seit 2014)
- Karlsruhe klingt - music to go (seit 2010)
- Karlsruher Stadtfest mit verkaufsoffenem Sonntag (seit 2010)
- Lange Einkaufsnächte (seit 2010)
- Dampfloktion für Kinder am Platz St. Stephan (2010 bis 2012)
- Muttertagsaktion (2010)
- Science-Shopping (beim Wissenschaftsfestival EFFEKTE 2013)

Kundeninformation/Kundenbindungsmaßnahmen:

- Informationsbroschüre für die Innenstadt (seit 2010, monatlich)
- Gewinnspiel „Wunschlos in Karlsruhe“ (2012)
- Verkaufs- und Rabattaktionen (u. a. Sonderaktionen KARLSRUHER-Münzen, seit 2010)
- Einkaufsführer für inhabergeführte Geschäfte (ab 2014)

Kommunikations- und Marketingmaßnahmen:

- Bauzaugestaltung (Kampagnen u. a. zum Stadtgeburtstag 2011, zur Wohnraumkampagne 2012/13, zum Wissenschaftsfestival EFFEKTE 2013/14, zum Stadtjubiläum 2015, ab 2014)
- Bauzaunwerbung für Anlieger (Standortinformationen und individuelle Werbung, seit 2010)
- Touristische Vermarktung (in Kooperation mit der KMK ab 2014)
- Maskottchen Kombi-Karle (seit 2010)
- Maßnahmen während der Sperrung der östlichen Kaiserstraße 2013 (Containerpool, Open-Air-Ausstellung, Kinderflohmarkt)

Anmerkung: Die umfangreichen Werbemaßnahmen des Kooperationsmarketings erfolgen vorwiegend projekt- und anlassbezogen und werden daher nicht gesondert aufgelistet.

Die Projekte des Kooperationsmarketings werden durch die KASIG und die Beteiligung der Wirtschaft finanziert. Durch die sog. „1:3-Regelung“, bei der die KASIG jeden Euro, den die Wirtschaft in Form von Sponsoring, Sachleistungen oder Rabatten erbringt, um drei Euro „aufstockt“, wird angestrebt, dass eine möglichst hohe Beteiligung seitens der Wirtschaft erfolgt.

b) Welche Kooperationsprojekte wurden bisher umgesetzt, an denen

Gastronomie und Einzelhandel als Akteure direkt beteiligt waren?

Die Projekte des Kooperationsmarketings unterliegen alle dem vertraglich geregelten Prinzip der Beeinträchtigungsminimierung. Das heißt, alle Projekte dienen dazu, die durch die Bautätigkeiten der Kombilösung verursachten Beeinträchtigungen zu mini-

mieren bzw. nach Möglichkeit zu vermeiden. Die Unternehmen der Innenstadt werden vor allem durch den Rückgang der Kundenfrequenz und in der Folge von Umsatzrückgängen beeinträchtigt. Das Kooperationsmarketing richtet seine Maßnahmen daher grundsätzlich auf den Erhalt der Kundenfrequenz aus.

Das Kooperationsmarketing schafft mit seinen Projekten dabei einen für die Kunden möglichst attraktiven Rahmen und ist darauf angewiesen, dass die Unternehmen sich an den Projekten beteiligen. Eine Einbindung der genannten Akteure ist daher bei den Projekten (bis auf wenige Ausnahmen) grundsätzlich möglich und wird im Rahmen der Information der Unternehmen auch abgefragt. Dabei werden monatlich über 1.200 Unternehmen aus allen Branchen angeschrieben.

Zudem wurden und werden Projekte entwickelt, die unmittelbar zur Kundenbindung der Unternehmen beitragen und die ohne die Mitwirkung der Akteure nicht umsetzbar wären. Hier sei beispielhaft auf das Gewinnspiel „Wunschlos in Karlsruhe“ verwiesen oder auf Veranstaltungskonzepte wie „Die City spielt“.

c) Wie werden Gastronomie und Einzelhandel in die Entscheidung über

Projekte des Kooperationsmarketings eingebunden?

Die City Initiative Karlsruhe (CIK) ist als größte Dachorganisation von Handel, Gastronomie, Hotellerie, Handwerk, Dienstleistung, Medien, Kirchen sowie Kultur- und Freizeiteinrichtungen in Karlsruhe die geeignete Fachvertretung im Lenkungsausschuss AG Kooperationsmarketing. Der Ausschuss berät und beschließt die Projekte des Kooperationsmarketings. Derzeit wird die CIK durch die Vorstandsvorsitzende und Geschäftsführerin von „Papier Fischer“, sowie dem Centermanager der „Postgalerie“ im Lenkungsausschuss vertreten.

Durch Mitgliedsverbände wie den DEHOGA Baden-Württemberg, den Einzelhandelsverband Nordbaden, die AG Spektrum Karlsruhe, die „TOP-Fachgeschäfte“, den Floris-

tenverband, den Schaustellerverband Karlsruhe und das CyberForum oder Karlsruher Interessengemeinschaften wie die IG Südliche Waldstraße, die IG Herrenstraße, die IG Zirkel oder die IG Karlstraße vertritt die CIK indirekt eine Vielzahl weiterer Unternehmen der Innenstadt aus allen Branchen. Über die City-Initiative Karlsruhe haben diese Unternehmen daher einen direkten Einfluss auf die Entscheidung über die Projekte des Kooperationsmarketings.

Bei kurzfristigen Sondermaßnahmen wie der Teilspernung der östlichen Kaiserstraße im Sommer 2013 werden die Projekte darüber hinaus unmittelbar mit den betroffenen Anliegern abgestimmt. Dafür werden Informationsveranstaltungen und Umfragen genutzt.

d) Ist eine Mitgliedschaft bei der City-Initiative Voraussetzung für eine Einbindung in Projekte des Kooperationsmarketings?

Nein, die Möglichkeit zur Einbindung in die Projekte des Kooperationsmarketings steht grundsätzlich allen Unternehmen der Innenstadt offen.

3. Gibt es eine zentrale Anlaufstelle für Anliegen und Beschwerden in Zusammenhang mit der Kombilösung?

a) Falls ja: Ist sichergestellt, dass die dort vorgebrachten Anliegen und Beschwerden auch bei Zuständigkeit verschiedener Ämter bzw. städtischer GmbHs zentral koordiniert und bearbeitet werden?

Es gibt eine zentrale Anlaufstelle für Anliegen und Beschwerden in Zusammenhang mit der Kombilösung im Infopavillon "K.". Die Mitarbeiterin vor Ort kümmert sich zeitnah um die Beantwortung von Fragen. Im Einzelfall können Anliegen direkt von ihr geklärt werden. Ist dies nicht möglich, wird die Anfrage bzw. Beschwerde direkt an die entsprechende Stelle weitergeleitet. Die KASIG verfügt über ein breites Netzwerk und ist in die städtischen Strukturen eingebunden. So können Fragen kanalisiert und schnell beantwortet werden. Das Ergebnis wird dem Kunden umgehend mitgeteilt. Darüber hinaus gibt es eine Hotline bei der KASIG unter der Nummer 133-5577, die

zu den geschäftsüblichen Zeiten zur Verfügung steht. Außerdem werden die Gewerbetreibenden persönlich durch Anliegerbeauftragte der KASIG und der Bauoberleitung regelmäßig besucht.

Des Weiteren besteht die Möglichkeit über die Internetseite www.diekombiloesung.de Kontakt mit der KASIG aufzunehmen. Auch diese Anfragen werden zeitnah beantwortet. Da die Beeinträchtigungen des Handels und des Gewerbes minimiert werden sollen, ist die KASIG in allen entsprechenden Gremien wie der AG Innenstadt, dem Einzelhandelsforum sowie Veranstaltungen bei der IHK Karlsruhe vertreten. Dadurch soll sichergestellt werden, dass die direkte Kommunikation mit dem Einzelhandel/Gewerbe entsteht.

b) Falls nein: Hält die Stadtverwaltung es für sinnvoll, eine solche zentrale Anlaufstelle einzurichten?

entfällt!

4. Gibt es bei Errichtung oder Veränderungen von Baufeldern und beim Aufstellen von Bauzäunen eine Frist für eine rechtzeitige Information der Betroffenen, so dass sich Einzelhandel, Gastronomie und auch Anwohner/-innen frühzeitig auf die neue Situation einstellen können?

Die generelle Anliegerinformation steht in einem besonderen Fokus der KASIG. Informationen werden in vielfältiger Weise gegeben. So durch baumaßnahmenbezogene Informationsveranstaltungen. Darüber hinaus werden routinemäßig Anlieger über bevorstehende kleinere Bauarbeiten direkt (Briefkasteneinwurf) informiert. Die KASIG wird noch stärker darauf achten, dass die veränderten Baustellenflächen und die damit einhergehenden Bauzaunveränderungen, rechtzeitig kommuniziert werden.