

Vorlage		Vorlage-Nr: FB 02/0195/WP18
Federführende Dienststelle: FB 02 - Fachbereich Wirtschaft, Wissenschaft, Digitalisierung und Europa Beteiligte Dienststelle/n:		Status: öffentlich Datum: 04.11.2022 Verfasser/in:
'Herbst-/Winterpaket' für Einzelhandel, Gastronomie und Handwerk		
Ziele:		
Beratungsfolge:		
Datum	Gremium	Zuständigkeit
23.11.2022	Hauptausschuss	Kenntnisnahme

Beschlussvorschlag:

Der Hauptausschuss nimmt die vorgeschlagenen Maßnahmen zur Unterstützung des Einzelhandels, der Gastronomie und des Handwerks im Herbst und Winter 2022/2023 zur Kenntnis.

Finanzielle Auswirkungen

	JA	NEIN	
	x		

Weitere Erläuterungen (bei Bedarf):

Produkt	PSP-Element	Maßnahme	Hinweis	Ansatz 2023	Ansatz 2024	Ansatz 2025	Ansatz 2026
15.02.01 Beschäftigungs- / Projektförderung	4-150- 201- 963-1	Fonds für den Eigenanteil (Verbände und IGs) Maßnahmen- förderung nach Lockdown		200.000 €	0€	0€	0€
Ertrag gesamt				0€	0 €	0€	0€
Aufwand gesamt				200.000 €	0 €	0 €	
Nettobelastung für den städtischen Haushaltsplan				200.000 €	0 €	0 €	0€

Klimarelevanz

Bedeutung der Maßnahme für den Klimaschutz/Bedeutung der Maßnahme für die Klimafolgenanpassung (in den freien Feldern ankreuzen)

Zur Relevanz der Maßnahme für den Klimaschutz

Die Maßnahme hat folgende Relevanz:

<i>keine</i>	<i>positiv</i>	<i>negativ</i>	<i>nicht eindeutig</i>
			x

Der Effekt auf die CO₂-Emissionen ist:

<i>gering</i>	<i>mittel</i>	<i>groß</i>	<i>nicht ermittelbar</i>
			x

Zur Relevanz der Maßnahme für die Klimafolgenanpassung

Die Maßnahme hat folgende Relevanz:

<i>keine</i>	<i>positiv</i>	<i>negativ</i>	<i>nicht eindeutig</i>
			x

Größenordnung der Effekte

Wenn quantitative Auswirkungen ermittelbar sind, sind die Felder entsprechend anzukreuzen.

Die **CO₂-Einsparung** durch die Maßnahme ist (bei positiven Maßnahmen):

- gering unter 80 t / Jahr (0,1% des jährl. Einsparziels)
mittel 80 t bis ca. 770 t / Jahr (0,1% bis 1% des jährl. Einsparziels)
groß mehr als 770 t / Jahr (über 1% des jährl. Einsparziels)

Die **Erhöhung der CO₂-Emissionen** durch die Maßnahme ist (bei negativen Maßnahmen):

- gering unter 80 t / Jahr (0,1% des jährl. Einsparziels)
mittel 80 bis ca. 770 t / Jahr (0,1% bis 1% des jährl. Einsparziels)
groß mehr als 770 t / Jahr (über 1% des jährl. Einsparziels)

Eine Kompensation der zusätzlich entstehenden CO₂-Emissionen erfolgt:

- vollständig
 überwiegend (50% - 99%)
 teilweise (1% - 49 %)
 nicht
 nicht bekannt

Vorlage 'Herbst-/Winterpaket für Einzelhandel, Gastronomie und Handwerk'

Die Innenstadtbranchen Einzelhandel und Gastronomie leiden nach langanhaltenden Coroneinschränkungen nun unter der Energiekrise, Lieferschwierigkeiten und der Inflation sowie der daraus resultierenden Konsumzurückhaltung. Neben einer großen Verunsicherung – auch mit Blick auf das bevorstehende Weihnachtsgeschäft, welches mit einer gehemmten Konsumlaune einhergeht – machen sich zunehmend Existenzsorgen breit. Durch Energiekosten, die weitaus höher ausfallen dürften als in den Jahren zuvor, reduziert sich die in vielen Handelsbranchen ohnehin schmale Marge. Daneben kämpfen auch der Einzelhandel, die Gastronomie und das Handwerk in Aachen mit dem Fachkräftemangel.

Dies geht einher mit dem geänderten Beschlussvorschlag des Hauptausschusses am 14.09.2022, welcher die „Ermöglichungskultur“ als Handlungsleitlinie der Stadt bekräftigt und ein unterstützendes Herbstpaket zum Innenstadtprozess gefordert hat. Die Wirtschaftsförderung der Stadt Aachen (FB 02) beabsichtigt daher, die genannten Branchen insbesondere im Herbst und Winter, aber natürlich auch darüber hinaus, zu unterstützen und zu einer kundenorientierten Denkweise bei den Unternehmen beizutragen, die nun wichtiger ist denn je.

Unterstützungsfonds 'Aachener Einzelhandel, Gastronomie und Handwerk stärken'

Der Hauptausschuss im September hat beschlossen „die erfolgreiche Einrichtung des 'Fonds zur Belebung des lokalen Einzelhandels, der Gastronomie und des Handwerks' als Unterstützungsmaßnahme der Corona bedingten Belastungen fortzusetzen“. Ziel des Fonds 'Aachener Einzelhandel, Gastronomie und es Handwerk stärken' ist es, neben den Einzelhändler*innen, Gastronom*innen und Handwerksbetrieben aus dem Innenstadtbereich auch verstärkt die Akteur*innen aus den angrenzenden Stadtgebieten sowie die Eigentümer*innen der Immobilien einzubinden, um auch diese bei öffentlichkeitswirksamen Aktivitäten und lebendigen Veranstaltungen aktiv zu unterstützen. Der Hauptausschuss bat die Verwaltung entsprechende Mittel zur Realisierung des Fonds im Haushalt vorzusehen. Folglich ist ein gleich großes Mittelvolumen wie in 2021 für das Haushaltsjahr 2023 zur Fortsetzung des Fonds beantragt worden.

Basierend auf dem geänderten Beschlussvorschlag zum **TOP Ö6 Ermöglichungskultur Innenstadt**, wird neben der Fortführung des Fonds 'Aachener Einzelhandel, Gastronomie und Handwerk stärken', der bereits zwei Mal erfolgreich von FB 02 umgesetzt wurde, ein weiterer Fonds angedacht: der Fonds 'Guten Abend, Aachen', welcher durch FB01 betreut wird und sich insb. an die Kulturszene richtet.

Überblick über die erste und zweite Phase des Unterstützungsfonds 'Aachener Einzelhandel, Gastronomie und Handwerk stärken' in den Jahren 2021 und 2022:

Der im letzten Jahr - mit Hilfe politisch bereitgestellter Mittel - initiierte Unterstützungsfonds 'Aachener Einzelhandel, Gastronomie und es Handwerk stärken' für Interessen-, Straßen- oder Werbegemeinschaften sowie Einzelunternehmen in Zusammenarbeit mit mind. einem anderen Unternehmen aus Einzelhandel, Gastronomie oder Handwerk wurde sehr gut angenommen und zahlte auf die Abfederung der pandemischen Auswirkungen ein. Im Sommer diesen Jahres wurde mit den Restmitteln der 1. Auflage seitens FB 02 eine zweite Phase auf den Weg gebracht – mit leicht abgewandelten Antragsvoraussetzungen. In diesen beiden Phasen konnten insgesamt 52 Anträge bewilligt werden. Beide Durchläufe zeigten, dass großes Interesse seitens der Zielgruppen aus

Einzelhandel, Gastronomie und Handwerk vorhanden ist und dadurch eine Aufwertung und Belebung der Stadt bzw. der Stadtteile erzielt werden kann. Von der Weihnachtsbeleuchtung im vergangenen Jahr (z. B. im Dahmengraben und Marktviertel) über weitere **Straßengestaltungsmaßnahmen** (z. B. Essbare Innenstadt in der Annastraße und Blumendeko in der Jakobstraße), gemeinsame **Marketingaktionen** (z. B. Videos der Geschäfte am Kapuzinergraben und Busbeklebung des Domviertels) und **Straßenfeste** (z. B. am Hansemannplatz und im Südviertel) bis hin zu **Social-Media-Kampagnen** (z. B. Instagram-Kampagne zu Fairtrade) und **Netzwerkgründungen** (z. B. Hotmannspiefviertel und Wirichsbongardstraße) wurden und werden zahlreiche Projekte umgesetzt und lokale Kooperationen geschaffen bzw. gestärkt, die es ohne den Fonds in dieser Form nicht gegeben hätte.

Weitere geplante Maßnahmen zur Unterstützung der Innenstadtbranchen

- 1) Der **Fonds für „nachhaltige und effiziente Wirtschaft“** soll Aachener Unternehmen bei der Bewältigung der Herausforderungen im Kontext der Energiekrise unterstützen. Händler*innen und Gastronom*innen sollen über diesen Fonds ebenfalls nachhaltige Unterstützung erhalten. Hieraus können sowohl Beratungsleistungen als auch konkrete Maßnahmen, wie z. B. eine Optimierung der Heizungs- oder Lichtanlage, beantragt werden.
- 2) **Gutscheinaktion zusammen mit Schenk Lokal:** Aufgrund der positiven Resonanz der ersten Phase (1. Advent 2021 bis April 2022) wird beabsichtigt auch in diesem Advent subventionierte Gutscheine zu verkaufen, um dadurch die Konsumlaune anzuregen und den Handel sowie die Gastronomie damit zu unterstützen. Ein Gutschein, mit dem beim Einkauf bis zu 20 Euro einspart werden, entlastet die Konsument*innen und steigert ihre Kaufkraft. Das Weihnachtsgeschäft wird dadurch automatisch befeuert.
- 3) Die durch die Förderung aus der Digitalen Modellregion entwickelte Plattform **„Smart Shopping Aachen“** (www.smart.aachen.shopping.de) erfährt eine positive Resonanz im Einzelhandel und der Gastronomie und verzeichnet steigende Besucher*innen-Zahlen. Das Ziel war es mithilfe der Plattform Angebote zu schaffen, die das stationäre Geschäft mit dem Onlinekanal verschmelzen, um so dem veränderten Konsumverhalten Rechnung zu tragen. Die Konsument*innen haben nun erstmals eine zentrale, digitale Anlaufstelle für lokale Angebote und Services. Zudem profitieren die Unternehmen von der gemeinsamen Sichtbarkeit auf der Plattform. Mehr als 100 Unternehmen sind mittlerweile auf dieser sichtbar und wurden durch eine umfassende Workshop-Reihe sowohl mit Basiswissen ausgestattet als auch aktiv in den Prozess der Plattformentwicklung eingebunden. Darüber hinaus konnten ein starkes Netzwerk sowie neue Kooperationen angestoßen werden. Das Projekt befindet sich aktuell im Übergang in den Regelbetrieb.
- 4) Im November ist ein **Sondernewsletter** geplant, der die Themen Nachhaltigkeit und Energie auch im Handel fokussieren wird.
- 5) Eine attraktive Einkaufsstadt überzeugt u. a. durch ein modernes Dienstleistungsangebot, bei dem auch neue Lösungen und Angebote der Gewerbetreibenden gefragt sind. FB 02 beabsichtigt Aachener Einzelhändler*innen in diesen herausfordernden Zeiten dabei zu unterstützen einen neuen Service für ihre Kund*innen anzubieten, indem Produkte über die Ladenöffnungszeiten hinaus zugänglich gemacht oder zwischengelagert werden können. Aktuell läuft eine Ausschreibung für mehrere **Abholschränke**, die in der Stadt an zentralen

Verkehrsknotenpunkten verteilt werden sollen. Dadurch kann der lokale Einzelhandel Mehrwerte gegenüber dem Onlinehandel bieten sowie eine Verbesserung der Verweilqualität in der Stadt erreicht werden.

- 6) Über das **Projekt 'Ladenliebe'** ist eine Marketingkampagne für November in Planung, die die Flächenvermittlung über das Programm für das verbleibende Jahr noch einmal ankurbeln soll. Geplant ist eine Social-Media-Kampagne, die Bespielung der Flag Poles und City Lights an den Bushaltestellen, um Händler*innen und Innenstadtakteur*innen auf die Möglichkeiten aufmerksam zu machen. Parallel wird der Austausch mit den Eigentümer*innen der leerstehenden Immobilien intensiviert, um ihre Kooperationsbereitschaft zu stärken und sie von der Mitwirkung an dem Projekt zu überzeugen.