

**Ergebnisprotokoll der  
Informationsveranstaltung für Inhaber von Ladenlokalen mit Freiflächen im  
Innenstadtbereich bzw. mit Nutzungsflächen für diverse mobile Werbeelemente (sog.  
Gehwegaufsteller/Kundenstopper, Werbefahnen/Beachflags, etc.)  
am 08.10.2014 von 18:00 bis 19:20 Uhr im Neuen Rathaus Raum 2.5/2.6**

I.

Es waren 20 Teilnehmerinnen und Teilnehmer anwesend.

Die beabsichtigten Regelungen der Stadt Neumünster für die Innenstadt werden von 3-4 Einzelhändlern und eines einzelnen Gastronomen hinsichtlich des angedachten Verbotes von Kundenstoppnern und Beachflags sowie der Werbung an Fahrradständern und Fahrradabstellanlagen überwiegend kritisch hinterfragt und bewertet.

In der Diskussion wurde darauf verwiesen, dass sich die insoweit eingeschränkten Werbemöglichkeiten negativ auf die Wahrnehmung der Geschäfte auswirken könnten und damit Umsatzeinbußen zu befürchten seien.

Die beabsichtigte Haltung der Stadt Neumünster zu der angestrebten Verbesserung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt wurde von 3-4 Rednern und Rednerinnen nicht geteilt. Diese verwiesen auf den Verlust von Vielfalt in der Außendarstellung ihrer Geschäfte und sehen eine Bevorzugung von Bewirtschaftungsflächen gastronomischer Betriebe zulasten von Werbeflächen des Einzelhandels.

II.

Im Einzelnen wurden folgende kritischen Stimmen von den 3-4 o. a. Rednern erhoben und in diesem Zusammenhang folgende Fragen gestellt bzw. Anmerkungen vorgebracht:

- Das angedachte Verbot von Kundenstoppnern wurde von 3-4 Einzelhändlern/-innen in Frage gestellt, denn diese trügen doch gerade zur Belebung einer City bei und böten zudem die Möglichkeit, gerade in den Seitenstraßen der Innenstadt auf sich aufmerksam zu machen. Insofern wurde die beabsichtigte Zielsetzung der Verbesserung der Aufenthaltsqualität in Frage gestellt.

Damit würde quasi ein Geschäftsterben auf Raten eingeläutet.

In diesem Zusammenhang wurde die Befürchtung ausgesprochen, dass in dem Falle einer nicht gänzlich auszuschließenden Schließung eines großen Warenhauses in Neumünster (Karstadt) ein Geschäftsterben auf Raten durch eine Einschränkung von Werbemöglichkeiten noch weiter befördert werden könnte.

Die Umsätze der Geschäfte in der Innenstadt in Neumünster seien schon jetzt durch den zunehmenden Onlinehandel belastet und könnten noch eine weitere Belastung durch das neue Einkaufszentrum (Holsten-Galerie) erfahren.

Auch sei eine Einschränkung der Werbemöglichkeiten in der City von Neumünster keine Einladung für die Neuansiedlung von Geschäften.

Ein Gastronom einer unter Denkmalschutz stehenden Gaststätte beklagte die dann fehlenden Werbemöglichkeiten im öffentlichen Straßenraum, weil er an der Hauswand keine Werbung anbringen dürfe, und er daher auf Kundenstopper angewiesen sei, um Umsatzeinbußen zu vermeiden.

Eine Geschäftsinhaberin in der Holstenstraße befürchtet gar einen bis zu 50%-igen Umsatzeinbruch ihres Geschäftes, sollte sie auf den einen Kundenstopper verzichten müssen, da ihr Geschäft in einer abseitigen Innenstadtlage liege und erst durch den

Kundenstopper ihr Geschäft in der Straße weithin sichtbar sei und entscheidend zur Aufmerksamkeit auf das Geschäft beitrage.

- Die Verwaltung habe nach dem Vorbringen einiger Redner und Rednerinnen offenbar den in der Tat für den Bereich der Lütjenstraße zugegebenen Wildwuchs an Kundenstoppfern und Werbefahnen zum Anlass genommen, derlei Aufstellung mobiler Werbeelemente aus der ganzen Innenstadt verbannen zu wollen.  
Man könne aber die Situation in der Lütjenstraße nicht mit der auf dem Großflecken vergleichen.  
Ein Einzelhändler erklärte in der Versammlung, dass es um insgesamt 90 Kundenstopper, 18 Werbefahnen und 11 Fahrradständer in der Innenstadt gehe, die er gezählt habe.  
Vorgeschlagen wurde von mehreren Rednern und Rednerinnen, dass das angedachte generelle Verbot relativiert und in eine Begrenzung auf einen Kundenstopper oder eine Werbefahne pro Geschäftslokal und in einen Fahrradständer pro Geschäftslokal umgewandelt werde.  
Eine solche Begrenzung wurde erkennbar im Plenum übereinstimmend unterstützt.  
Ein Verbot hingegen würde nach dem allgemeinen Vorbringen deutlich über das Ziel hinausschießen.
- Ein generelles Verbot von Kundenstoppfern und Werbefahnen würde letztlich zu Umsatzeinbußen und zu einer Verringerung des Gewerbesteueraufkommens führen.  
Vorgeschlagen wurde stattdessen einen anderen Hebel anzusetzen und zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität stadtseitig Gelder in die Anschaffung ansehnlicher und gepflegter Laternen, Mülleimer und Schaltkästen - die derzeit verschmutzt seien und bereits eine „Tarnfarbe“ angenommen hätten - und deren Pflege und Säuberung zu investieren.  
Hinterfragt wurde in diesem Zusammenhang, wieviel Geld hierfür im städtischen Etat zur Verfügung stehe.  
Des Weiteren sollte darauf hingewirkt werden, dass Abwassergerüche vor den Geschäften unterbleiben.
- Kritisch bewertet wurde von zwei Apothekern das angedachte Werbeverbot für Fahrradständer.  
Hier seien Umsatzeinbußen ansonsten von etwa 20 % zu befürchten.  
Fahrradständer vor den Apotheken seien erforderlich.  
Sie seien über das vorhandene städtische Angebot an Fahrradständern und Fahrradabstellanlagen unabdingbar, um Kunden das Abstellen ihrer Räder nah an dem betreffenden Ladenlokal zu ermöglichen.  
Sie seien aber auch notwendig, um das wilde Abstellen von Fahrrädern an Hauswänden und Schaufensterscheiben zu verhindern, da das Durchkommen für Passanten ansonsten erschwert werden würde und Schaufensterscheiben beschädigt werden könnten.  
Die Werbung erst mache auf die Apotheken aufmerksam und refinanzieren dadurch erst die Investition in Fahrradständer.  
Hier sei ein Regelungswerk mit Augenmaß gefragt, welches eine Werbung in einem kleinen Rahmen zulasse und die festzustellende geringe Anzahl an Abstellmöglichkeiten für Fahrräder berücksichtige.  
Wichtig sei aber auch vor dem Hintergrund der besonderen Bedeutung von Apotheken für die Versorgung der Bevölkerung (Notdienst) die Einräumung von Werbemöglichkeiten durch eine entsprechende Beschilderung im öffentlichen Straßenraum.
- Im Hinblick auf die angedachte Verbesserung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt und damit einhergehenden gewollten Ausweitung von Verweilflächen sehen einige Redner und

Rednerinnen gar eine gewollte Bevorzugung von gastronomischen Bewirtungsflächen, die aber auch Werbeflächen darstellten, zulasten von Shoppingmöglichkeiten, da diesbezüglich Werbeaktivitäten durch das Verbot von Kundenstoppem und das Kleinhalten von Warenpräsentationen unterdrückt würden.

Beide, Gastronomen und Einzelhändler, arbeiteten aber doch gewinnorientiert.

Ob nun Tische und Stühle oder Warenpräsentation, in beiden Fällen, handele es sich um Werbung.

Vor diesem Hintergrund sei eine Ungleichbehandlung unfair.

Die Volksbank habe die Genehmigung zur Aufstellung einer feststehenden säulenförmigen Werbeanlage erhalten.

Gefragt wurde, wenn zukünftig mobile Werbeelemente in der City unzulässig werden sollten, ob dann nicht auch die City-Einzelhändler im Interesse einer Gleichbehandlung jeweils das Recht auf eine feststehende säulenförmige Werbeanlage vor ihrem Geschäft haben sollten.

In diesem Zusammenhang wurde seitens einer Einzelhändlerin moniert, dass für die Präsentation ihrer Warenauslagen auf der Straße eine nach ihrem Dafürhalten unangemessene Gebührenerhöhung vorgesehen sei, während die Gebühren für die Tische und Stühle der Gastronomen stabil blieben.

Eine Einzelhändlerin (Blumenhändlerin) erklärte, dass die vorgesehene Gebührenerhöhung sie finanziell stark belasten würde.

Diese Gebühr wäre vergleichbar mit dem Quadratmeterpreis für eine Wohnung in Hamburg-Harburg.

Existenziell wichtig für sie sei jedoch eine Warenpräsentation auf der Straße, da erst hierdurch Kunden auf ihr Geschäft aufmerksam gemacht werden könnten.

Schlechte Wetterlagen, in denen Sie ihre Waren nicht habe draußen präsentieren können, hätten gezeigt, dass an solchen Tagen hohe Umsatzeinbußen zu beklagen waren.

Dabei habe sie festgestellt, welche Bedeutung für ihr Geschäft die Warenpräsentation auf der Straße habe, die im Übrigen auch zur Attraktivitätssteigerung einer City beitrüge.

- Ein Ansatzpunkt für die Überarbeitung des Sondernutzungsrechtes sollte im Interesse der Verbesserung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt auch eine intensiviertere Genehmigungspraxis und Überwachung für Informationsstände im Bereich Lütjenstraße und Großflecken sein.  
Dort würden des Öfteren die betreffenden Standakteure aggressiv und lautstark auf Passanten herantreten und zum Teil schon auf der Schwelle zur Nötigung Unterschriften und Verträge erzwingen wollen.  
Auch sei der Aktionsradius der Standaktivisten oftmals weit über den genehmigten Standbereich hinaus zu beobachten.  
Gefordert wurde in diesem Zusammenhang nicht nur eine verstärkte Überwachung solcher Standaktivisten auch durch städtische Ordnungskräfte vor Ort, sondern auch möglichst eine Sicherstellung rascher Präsenz dieser Kräfte vor Ort, falls entsprechende Beschwerden von Passanten festgestellt und an die Behörden weitergegeben werden würden.  
Dies müsste auch zum Beispiel noch um 18 h gewährleistet werden können.  
Vor dem Hintergrund des zum Teil drückerkolonnenhaften Auftretens entsprechender Standbetreiber sollte man auch über eine Verlegung der Stände nachdenken, damit die gemütliche und reizvolle Einkaufsatmosphäre in dem Bereich der Lütjenstraße nicht noch länger hierdurch leide.  
Auch lauthals und zum Teil über mehrere Stunden predigende Einzelpersonen in diesem Bereich gäben kein gutes Beispiel für eine gute Aufenthaltsqualität ab.
- Im Interesse einer verbesserten Aufenthaltsqualität wurde die Anregung geäußert, den Wochenmarkt einheitlich aufzubauen.

Statt dass die Wochenmarktbesucher kreuz und quer auf dem Großflecken gehen müssten, wurde angeregt, die parallel zur Großfleckenbebauung liegenden Wochenmarktstände so zu stellen, dass sie vis-a-vis zu den Geschäften des Großfleckens geöffnet sind, um eine Einkaufsgasse mit Geschäften zu beiden Seiten und einer Einladung zum Flanieren zu bilden.

Für eine verbesserte Aufenthaltsqualität sollte parallel dazu auch ein Konzept entwickelt werden, die stadtseitig angebotene Werbung im öffentlichen Straßenraum der Innenstadt mit Hinweisbeschilderung und Stadtplänen auf die vorhandenen Geschäfte in der City zu intensivieren und deren kostenträchtige Realisierung mithilfe der Einzelhändler über eine Co-Finanzierung zu ermöglichen.

Neumünster, den 08.10.2014

Gez. Panschog/Dittebrandt