Maßnahmekatalog des BID-Seltersweg e.V. für eine verlängerte Laufzeit 01.01.2022 bis 31.12.2026

SELTERSWEG
Boulevard der Marken

Vorwort:

Nach den drei erfolgreichen Laufzeiten (01.10.2006 – 30.09.2011, 01.01.2012 – 31.12.2016 und 01.01.2017 – 31.12.2021), in denen maßgebliche Zeichen gesetzt wurden, strebt der BID-Seltersweg e.V., wie auch weitere Gießener Quartiere, die Verlängerung in eine 4. Laufzeit an.
Nicht erst seit der Corona-Pandemie steht der stationäre deutsche Einzelhandel vor anspruchsvollen Herausforderungen. Dies gilt natürlich auch für Gießen und seinen Seltersweg.

Der unaufhaltsame Ausbau des Onlinehandels, der laut Textilwirtschaft z.B. bis 2028 zum Marktführer im Modehandel werden wird, war bereits absehbar – wurde durch Corona jedoch massiv verstärkt. Auch sich anbahnende grundsätzliche Veränderungen der Innenstädte waren deutschlandweit schon sichtbar und gewannen durch die Pandemie an Schnelligkeit und Notwendigkeit.
Der Fokus auf wertige Gastronomiekonzepte, Verweilqualität, wachsende Nachfrage und Perspektiven für lebenswertes Wohnen, der Einzug neuer Arbeitskulturen – wie Co-Working-Spaces – die innerstädtische Wiederansiedlung von Bildung, Kultur und Verwaltung, oder der Wiedereinzug von regionaler Nahversorgung (nachdem sich in den vergangenen Jahrzehnten dieses Thema nahezu nur noch auf die Grüne Wiese fokussiert hatte) sind die neuen Mosaiksteine der Innenstädte, die auch von der Bundes-, Landes- und Kommunalpolitik als dringlich angesehen werden. Die „Einkaufsstadt Gießen“ hat dabei die besten Chancen, weil sie die Zeichen schon früh erkannt, bereits Maßnahmen begonnen und dem innerstädtischen Einzelhandel durch die Ergänzung der oben genannten Erweiterungen beste Voraussetzungen geschaffen hat.

Im Grün-Rot-Rotem Koalitionsvertrag der neuen Gießener Stadtregierung werden die BIDs namentlich sechs Mal als kooperative Partner erwähnt, mit denen man die Zusammenarbeit sucht. Parteiübergreifend konnte in den vergangenen 15 Jahren eine sehr gute, manchmal auch kritische, aber in jedem Fall zielführende und wertschätzende Kommunikation aufgebaut werden, die für kurze Wege, besseres Verständnis und ein konstruktives Miteinander zwischen den politischen Mandatsträgern, der Verwaltung und unserem BID-Seltersweg sorgte. Das macht uns besonders stolz, denn genau DAS ist das große Manko in vielen anderen Städten und Gemeinden.

Nachdem in den vergangenen Jahren beeindruckende infrastrukturelle/bauliche Maßnahmen mit nachhaltigem Charakter umgesetzt wurden, und der Erhalt, die Pflege und Wartung sowie die Modernisierung der Errungenschaft gewährleistet werden konnte, stand in der 3. Laufzeit – vor der Pandemie – eigentlich die Digitalisierung der Stadt im Vordergrund.
Doch dann kamen unerwartete Mammutaufgaben hinzu: die (im Schulterschluss mit der Stadt) hervorragend abgewehrte FOC-Ansiedlung in Pohlheim, die das Ober- und Einzelhandelszentrum in Gießen massiv in Bedrängnis gebracht hätte, die Corona-Pandemie, bei der wir von Schutzmaßnahmen bis zum Schnelltestzentrum bestens unterstützen konnten und schließlich die Neuausrichtung zweier Groß-Leerstände, bei deren Zustandekommen der BID-Seltersweg durch „Brückenbauen“ und Konzeptideen seinen Anteil hatte.

Die kommende - 4.! – Laufzeit wird, neben dem Erhalt und der Weiterentwicklung der oben genannten Errungenschaften, maßgeblich von der **Veränderungen der Innenstädte** geprägt sein:

1.) Allem voran: **die Verkehrswende!** Politisch gewollt, Gesellschaftlich sicher notwendig, und für die Innenstadt eine Chance. Aber sie birgt auch gewaltige Gefahren, wenn sie ohne ausreichende Planung und Berücksichtigung von ungewollten Konsequenzen auf den Weg gebracht wird. Hier möchten wir unsere Mitarbeit für ein Gelingen anbieten und freuen uns über die bereits ausgestreckte Hand der parteiübergreifenden Gruppierungen in Regierung und Opposition.

2.) Die kommunikative und organisatorische Begleitung der auf uns zukommenden **beiden Großbaustellen** und die damit zu gewährleistenden Rahmenbedingungen für den Seltersweg während der Bauzeit.

3.) Die **Bewältigung der zu erwartenden Folgen aus der Pandemie**.

Neben diesen Schwerpunkten sollen folgende Themen für Wohn- und Immobilieneigentum im Vordergrund stehen.

- **Positionierung/Leitbild** der Stadt Gießen, der Innenstadt und des Selterswegs, um die Veränderungen zielorientiert angehen zu können..
- **Förderprogramme** nutzen, um die Ziele wirtschaftlich optimiert zu erreichen
- **Verkehrswende** begleiten, damit sie auch im Interesse des Selterswegs, seiner zahlreichen Kunden aus dem Umland und den Anliegern, Bewohnern, Gästen und Besuchern gelingt.
- **Digitalisierung** vorantreiben, weil sie dringlich erforderliche Rahmenbedingungen in sich birgt
- **Infrastrukturelle Rahmenbedingungen** ausbauen und weiterentwickeln und dabei auch **Sicherheits-, Ordnungs- und Sauberkeitsaspekte** in den Fokus nehmen.

Zur Organisation und Finanzierung wollen wir am „gelernten und bewährten“ Etat festgalten:

Gerade die vergangene Laufzeit hat gezeigt, dass fünf geplante Jahre zwar Etat- und Gestaltungssicherheit bieten, aber gegen Unwegsamkeiten und Überraschungen nicht gefeit sind. Stichwort: FOC (rechtliche Beratung und Auseinandersetzung sowie Sonderkampagne) und die völlig unerwartete Pandemie und ihre zwingend erforderlichen Maßnahmen.

Wir wünschen uns daher für die vierte Laufzeit – bei gleichem Etat - eine höhere Flexibiltät zwischen den Positionen, um auf künftig wahrscheinlich noch schneller kommende Einflüsse entsprechend reagieren zu können. Wir haben in den vergangenen 15 Jahren bewiesen, hervorragend und zielorientiert zu wirtschaften und entsprechend verantwortlich mit dem Gesamtetat umgehen, über den auf der jährlichen Mitgliederversammlung kontinuierlich Rechenschaft abgelegt wird. Der Gesamtetat der vergangenen Laufzeit hat sich als eine gute Größenordnung und gegenüber dem Seltersweg als angemessen erwiesen, sodass wir ihn trotz großer Herausforderungen neutral belassen – also auf dem bisherigen Niveau – beibehalten wollen.

Der nun vorliegende „Maßnahmenkatalog 2022-2026“ wurde in einem kontinuierlichen Prozess unter den BID-Mitgliedern, Wohn- und Immobilieneigentümern mit Einbezug des Handels, der Politik, der Stadt und deren Ämtern, der Wirtschaftsförderung sowie durch Erhebungen durch die Justus Liebig Universität Gießen und weiteren Institutionen entwickelt.

Wir glauben, damit für eine weitere Laufzeit bestens aufgestellt zu sein und freuen uns auf weitere fünf erfolgreiche Jahre des Selterswegs und unserer Stadt Gießen.

Heinz-Jörg Ebert
Vorsitzender BID-Seltersweg e.V,

SELTERSWEG
Boulevard der Marken

Inhalt:

1. Basisgedanken
1.1 BID-Seltersweg – der Ursprung
1.2 Die Kraft des Grundeigentümers
1.3 Fünfzehn Jahre Erfolgsgeschichte: 2006 – 2021
1.4 Bestes BID Deutschlands: Seltersweg beachtet und mehrfach auf den Siegertreppchen

2. Ausgangssituation

2.1 Krise des Einkaufsstandorts Innenstadt
2.2 Wettbewerbssituation in Gießen
2.3 Situation im Innovationsbereich Seltersweg
2.3.1 Im Vorfeld der ersten BID-Laufzeit (2006)
2.3.2 Umsetzungen innerhalb der ersten beiden BID-Laufzeiten (2006-2016)
2.3.3 Umsetzungen – und Ungeplantes – in der 3. BID-Periode (2017 – 2021)

3. Zielsetzungen des Innovationsbereichs

3.1 Positionierung des Selterswegs
3.2 Entwicklungsziele und -strategien

4. Handelnde Akteure

4.1 Aufgabenträger
4.2 Beteiligung von Grundeigentümern und Gewerbemietern
4.3 Zusammenarbeit mit der Stadt Gießen
4.4 Kooperation mit anderen Innenstadtbereichen

5. Gebietsgrenzen des Innovationsbereichs

5.1 Geltungsbereich und kartographische Darstellung
5.2 Einbezogene Flurstücke

6. Maßnahmenprogramm und Etat 2022-2026

6.1. Schwerpunkte und Manahmen
6.2. Basis und Grundlagenarbeit
6.2.1 Nachhaltigkeit: Wahrung, Pflege u. Fortführung des Erreichten
6.2.2 Managementleistungen und interne Kommunikation
6.2.3 Vernetzung u. Organisation
6.2.4 Servicedienstleistungen: Sauberkeit, Ordnung, Pflege, Kooperation, Sicherheit, Rahmenverträge
6.2.5 Markenprofil: Werbung, externe Kommunikation, Veranstaltungen
6.3. Etat 2022-2026

7. Geltungsdauer und Zeitplanung

SELTERSWEG
Boulevard der Marken

1. Basisgedanken

1.1 BID-Seltersweg – der Ursprung: Das „erste BID in einem deutschen Flächenstaat“

Eine BID-Initiative bedarf in Deutschland eines Landesgesetzes zur Umsetzung ihres Maßnahmekataloges. Bereits Anfang der 70er Jahre in Kanada installiert, entwickelte sich dieses Business-Improvement-Districts-Programm als international erfolgreiche Maßnahme, um Geschäftsquartiere zu stabilisieren, und - im Gegensatz zum sich vielerorts abzeichnenden Verfall innerstädtischer Bereiche - perspektivisch, strategisch, konzeptionell und professionell weiter zu entwickeln.

In Deutschland wurde dies erstmalig in Hamburg erkannt und mit dem „Neuen Wall“ 2006 umgesetzt. Nach dem Stadtstaat Hamburg schaffte erstmalig das Bundesflächenland Hessen mit dem INGE-Gesetz die rechtliche Voraussetzung zur Anwendung des BID-Modells.

Hier war es die Stadt Gießen – und dort namentlich der „**Seltersweg**“, der am 1. Oktober 2006 als **erstes BID in einem deutschen Flächenland** in die Umsetzung ging. Mit Unterstützung der IHK Gießen-Friedberg und einer ausgezeichneten Prozessbegleitung durch Frank Heinze (Heinze & Partner, Dortmund), wurde eine neue Seite im Buch der Standortinitiativen aufgeschlagen.

1.2 Die Kraft einer Grundeigentümergemeinschaft

Idee einer solchen, kraft Gesetz einzig von Grundeigentümern getragenen Initiative, ist die Erkenntnis,

- dass Grundeigentümer das ausgeprägteste Interesse an einer nachhaltig-positiven Entwicklung des Standortes hat. Nur wenn der Standort in Gänze attraktiv ist, ist auch das vermietete Ladenlokal oder die Wohneinheit begehrt. Umgekehrt: Ein noch so schönes Einzelobjekt geht mittelfristig an einem unattraktiven Standort unter.
- dass Händler*innen, die sich früher in klassischen Werbegemeinschaften standortpolitisch engagiert haben, heute nicht mehr Ansprechpartner einer langfristig angelegten Initiative sein können. Die Fluktuationen im Handel sind in der Regel zu hoch für mittel-/längerfristig angelegte Initiativen. Es kommt hinzu, dass an einem hochfilialisierten Standort, wie dem Seltersweg, es nahezu unmöglich ist, Einzelfilialen in eine Initiative einzubinden, da die Zentralen keinen Überblick über alle infrage kommenden Standortinitiativen ihrer Niederlassungen haben können und somit oft jede Form von Beteiligungen im Vorfeld ausschließen.
- dass sich die durch BID geschaffenen Standortvorteile sowie Attraktivitäts- und Frequenzsteigerungen nachhaltig auf den Mietwert auswirken. Somit spiegelt der Objektwert stets auch den erzielbaren Mietzins wieder. Kostenumlagen/-beteiligungen auf den Handels- oder Wohnungsmieter können daher bilateral vereinbart, oder bei Neu- und Nachvermietungen im Mietzins integriert werden. Der Seltersweg spiegelt deutschlandweit überdurchschnittliche Frequenzzahlen wieder und gilt Jahr für Jahr als eine der Top-Frequenzquartiere in Städten unter 100.000 Einwohner*innen.
  Der erzielbare Mietzins ist somit stets argumentierbar und rechnet sich für den Mieter, weil die u.a. durch BIDs geschaffenen Rahmenbedingungen besser sind, als andernorts. Die Abhängigkeit des Mietspiegels von der jew. Standortattraktivität ist einleuchtend.

- dass Gewerbe- u. Wohnungseigentümer durch Ordnung, Sicherheit, Sauberkeit und Qualität des Umfeldes eine erhebliche Qualitäts- und Wertsteigerung deren Liegenschaft fahren. Unabhängig davon, ob sie selber genutzt oder fremdvermietet werden.
- dass es im Hauptinteresse des Eigentümers liegt, die positive Entwicklung der eigenen Immobilie zu betreiben, diese jedoch stets auch von der langfristigen und nachhaltigen Entwicklung des jeweiligen Standortumfeldes abhängig ist.

1.3 Fünfzehn Jahre Erfolgsgeschichte: 2006 – 2021

In nur fünfzehn Jahren hat sich der Seltersweg in sicht- und spürbarer Weise positiv entwickelt. Unter Punkt 2.3.1 bis 2.3.3 ist dies dokumentiert und zeigt, dass ohne das Instrument BID eine solche Entwicklung nicht möglich gewesen wäre.

1.4 Bestes BID Deutschlands: Seltersweg gewinnt DIHK-BID-Award 2010 und stand auch danach im Fokus der Standortinitiativen und auf manchem Siegertreppchen

Aufgrund der umgesetzten „Mosaiksteine“, die zum Gesamtbild des „neuen Selterswegs“ führten, wurde dem BID-Seltersweg e.V. im Oktober 2010 vom DIHK-Berlin der BID-Award für die „beste private Standortinitiative“ verliehen.

2. Ausgangssituation

2.1. Krise des Einkaufsstandortes Innenstadt

Die wirtschaftliche Entwicklung der Innenstädte verläuft in ganz Deutschland schon seit Jahren krisenhaft. Waren die zentralen Auslöser dieser Krise bis vor Kurzem noch einzig eine beständig sinkende Kaufkraft innerhalb der Bevölkerung, die Kaufkraftbindung umliegender Gemeinden durch eigene Einkaufszentren, der Wildwuchs flächenexpansiver Ausweitung von Einzelhandelsflächen und die Onlineentwicklung, so wurde mit der Corona-Pandemie eine weitere Seite aufgeschlagen, die massive Veränderungen in Kauf- und Wohnverhalten sowie neue Themen zur Stadtentwicklung mit sich brachte. Bereits vorhandene perspektivische Neuausrichtungen wurden damit stark beschleunigt.
Klassische Standortinitiativen (z.B. Werbegemeinschaften) hätten angesichts der Herausforderungen kaum eine Chance zur Bewältigung. In den klassischen Standortinitiativen liegen i.d.R. die Krisengründe auf dem Tisch: mangelnde Professionalität, mangelnde Struktur, zu kurzfristiger Aktivismus (statt nachhaltiger Planung), wenig schlüssige Konzeptionen und Trittbrettfahrermentalitäten.

Diese „alten Modelle“ führen bundesweit mit zu Umbruchsituationen im Einzelhandel
Sie zeigen sich in der hohen Zahl von Insolvenzen und Standortschließungen - insbesondere im Facheinzelhandel - und dem immer stärkeren Niveauverlust im Angebotsbesatz.

Für die Eigentümer von Innenstadtgrundstücken und -immobilien bedeutet dies in der Regel deutliche Abschläge bei den Gewerbemieten und Wertverluste ihres Eigentums.

Dieser allgemeinen Entwicklung hatten Innenstädte in den ersten Jahren der Krise nur wenig entgegenzusetzen. Auch weil die Vielzahl der beteiligten Eigentümer und Unternehmen abgestimmte Strategien erschwert oder verhindert hat. Mit dem gesetzlich verankerten Instrument des Innovationsbereichs besteht in Hessen seit 2006 die Möglichkeit, das Handeln der Beteiligten wirkungsvoll zu koordinieren und eindrucksvolle Lösungen zu erzielen.

Diese Chance haben Innenstadtanlieger in Gießen mit der Gründung der BIDs damals erfolgreich ergriffen. Die Entwicklung in dieser Stadt ist überall sicht-, spür- und belegbar

2.2 Wettbewerbssituation in Gießen

Gießen ist der größte Einzelhandelsstandort in Mittelhessen: Die Stadt hat eine Versorgungsfunktion für rund 600.000 Menschen. Für die Stadt Gießen stellt der Einzelhandel eine besonders wichtige wirtschaftliche Säule dar. Immer noch prägen die gewachsenen Einkaufslagen in der Innenstadt das Bild Gießens nach innen und außen.

Diese exponierte Stellung der Gießener Innenstadt ist jedoch zunehmend in Frage gestellt. Das bislang schon übermäßige Wachstum von Einzelhandelsflächen außerhalb der Innenstadt sowie der Bestand und Errichtungen großer Einkaufsangebote in den Nachbarstädten (IKEA-Wetzlar, Forum Wetzlar, Kaufland Linden) haben den Wettbewerbsdruck auf die Innenstadt schon lange spürbar erhöht. Auch in Gießen ist mit dem Bänninger-Gelände, dem Einkaufsgebiet im Westen oder innerhalb des Gießener Anlagenrings mit der Galerie Neustädter Tor sukzessive weiterer Wettbewerb entstanden, der Kaufkraft an sich bindet, ohne dass ein wirksamer Ausgleich durch erhöhten Kundenzustrom in die Innenstadt stattfände.

Online-Handel vers. stationärer Handel
Mit der bei der Gründung der BIDs 2006 noch gar nicht in der heutigen Form absehbaren „Wettbewerb für den stationären Einzelhandel Nr.1“: dem Online-Handel, ist ein neuer Mitbewerber entstanden, dem man mit Angebot, Service, Persönlichkeit und Aufenthaltsqualität begegnen muss. Laut Institut für Handelsforschung werden in Bälde deutschlandweit 50.000 Geschäfte schließen. Diese Zahl wird sich durch die Folgen der Pandemie weiter erhöhen.

Gerade durch die Maßnahmen der Innovationsbereiche konnte die Innenstadt trotz dieser Lage dem bundesweiten Trend bislang entgegenwirken. Während die Frequenzen und in der Folge die Gewerbemieten in allen vergleichbaren Innenstädten bundesweit deutlich zurückgingen, blieben sie in Gießen auf einem guten Niveau.

Angesichts einer deutschlandweit sinkenden Kaufkraft und der Gefahr weiteren Flächenzuwachses, bestehen für die traditionellen Einkaufsstraßen Gießens dennoch weiterhin perspektivische Bedenken, denen es nur mit koordiniertem Handeln entgegenzuwirken gilt.

2.3 Ausgangssituation im Innovationsbereich Seltersweg

2.3.1. Im Vorfeld der ersten BID-Laufzeit (2006)

Der Seltersweg ist die A-Lage der Gießener Innenstadt. Zu seinen Qualitäten zählt eine hohe Zahl namhafter Filialunternehmen und erstklassiger Gießener Häuser. Die vorhandenen, z.T. hochwertigen gründerzeitlichen Fassaden verleihen dem Straßenzug zudem urbane Qualitäten. Die starke Publikumsfrequenz unterstreicht die Bedeutung dieses Innenstadtbereichs.

Zu Beginn der ersten BID-Laufzeit standen diesen Positiva jedoch eine Reihe erheblicher **Defizite** gegenüber. Diese wurden seinerzeit in Erhebungen/Befragungen bei Kunden, Passanten, Händlern, Eigentümern und Bewohnern des Selterswegs durch die Universität Gießen und andere Institute erfragt und ausgewertet.

Die Auflistung dieser Defizite bargen die Gefahr, die **Aufenthalts- und Einkaufsqualität im Seltersweg schmälern** und dessen **längerfristige Wettbewerbsfähigkeit in Frage zu stellen.**

Sie bildeten daher den Ansatz für Maßnahmen der 1. BID-Laufzeit:

- Ein wenig-attraktiver öffentlicher Raum.
- In Teilen ungepflegter Straßenraum oder überfrachtete oder besprühte Fassaden.
- Eine verbesserungsbedürftige Inszenierung des Straßenzugs.
- Katastrophaler Zustand des Bodenbelages im unteren Seltersweg.
- Wenig Begrünung.
- Keine Außengastronomie / Sitzgelegenheiten.
- Einige „1-Euro-Shops“ und Leerstände.
- Mangelnde Sicherheit und Attraktivität in Abend- und Nachtstunden (Blend-Mastleuchten, statt Licht-Raum-Inszenierung).
- Kein definiertes Marken- u. Angebotsprofil. Damit: Kein nachvollziehbarer Branchenmix.
- Wenig - und wenn: Unkoordinierte - Standortwerbung (Anzeigenfriedhöfe).
- Kaum Zugang und wenig Koordination zur Stadt und weiteren Institutionen.
- Kein koordiniertes Management (während Einkaufszentren ganze Management u. -Marketingabteilungen beschäftigen, glaubte man, der Seltersweg müsse nach dem Prinzip „Einzelhandel kommt von EINZELN handeln“ agieren).
- Keine Eigentümer-, Händler- und Bewohnerbetreuung (insbes. während Straßenbau-Projekten).
- Kraftlose Emotionalität (lückenhafte, unvollständige Weihnachtsbeleuchtung).

In der Minderung bzw. Beseitigung der Defizite lag ein großes **Potenzial**, um den Seltersweg für seine Kunden und Bewohner attraktiv fortzuentwickeln, ihn dauerhaft als erste Adresse für vorhandene und ansiedlungswillige Unternehmen zu etablieren und damit langfristig **Werterhalt und Wertsteigerung der Objekte im Seltersweg für die Grundeigentümer sicherzustellen**.

2.3.2 Umsetzungen innerhalb der ersten beiden BID-Laufzeiten (2006-2016)

Heute ist es überall spür- und sichtbar, dass die unter 2.3.1 aufgeführten Defizite in den zurückliegenden Jahren während der ersten beiden BID-Laufzeiten nicht nur aufgegriffen, sondern in ihrer Umkehrung nahezu vollständig umgesetzt wurden.

Folgendes gelang so durch die von allen Eigentümern des Selterswegs getragene BID-Initiative

- in Abstimmung mit der Stadt Gießen deren Investition zur Neugestaltung des Selterswegs (insbes. dem unteren Teil) in ganzheitlicher Innenstadtbetrachtung zu den weiteren Quartieren neu zu gestalten. Durchgängig wird die Umsetzung von Kunden, Bewohnern, Gästen, Eigentümern als „sehr gelungen“ bezeichnet.
- Der Seltersweg hat durch Edelstahl-Beschilderung an den Eingangsfassaden ein Gesicht „als Marke“ bekommen.
- Im Fahrwasser der Attraktivierungsentwicklung haben sich ein Großteil der Seltersweg-Eigentümer, Investoren und Händler **engagiert und eigeninitiativ** den Gestaltungen ihrer Fassaden und Geschäftsräume gewidmet. Das verdient den Dank des ganzen Quartiers!
- In Koordination und Kooperation mit der Stadt wurden Sitzgelegenheiten und außengastronomische Bereiche geschaffen, die die Verweildauer in der „Laufmeile“ erhöhen.
- Es gibt keinen einzigen „1-Euro-Shop“ mehr. Baulücken und Leerstände wurden vollständig geschlossen. Alle Neuerschließungen haben eine höherwertige Ausrichtung und orientieren sich am entwickelten Branchenmix-Fokus „Boulevard der Marken“. Hier ist insbesondere die hohe Vermietungssensibilität der Eigentümer zu Gunsten eines schlüssigen Branchenmixes hervorzuheben.
- Durch das „bauliche Leitprojekt – Lichtinszenierung“ wurden oberhalb der Hausfassaden über 200 Reflektoren mit Stadtraum- und Fassadenstrahlern installiert. Sie sorgen insbesondere in den dunkleren Jahreszeiten, aber auch in den Nächten für Sicherheit und Wohlfühlatmosphäre.
- 64 gesicherte und fest verankerte Pflanzengefäße säumen nun als frische und grüne Buchsbaumallee die Flaniermeile „Seltersweg“.
- Der Seltersweg entwickelte erstmalig durch eine definierte Markenbildung als „Boulevard der Marken“ eine fokussierte Heimat für wertige, mainstream-orientierte Markenangebote. Dies sowohl für filialisierte Organisationen als auch für Traditionshäuser mit klar definiertem Angebot. Dadurch bekam der Seltersweg – im Gegensatz zu zahlreich verwässerten Angebotsstrukturen in anderen deutschen Innenstadtstandorten – ein klares Profil, auf das sich aufbauen lässt.
- Mit einem solchen Profil ließ sich auch die Außenwirkung des Selterswegs trefflich darstellen. Statt undefinierbarer Anzeigenfriedhöfe zeigen nun klare, in die Aussage des Selterswegs passende „Ganzseiter“ die Professionalität des Einkaufsstandortes. In Zusammenarbeit mit weiteren BIDs und der Gießen-Marketing GmbH gewinnt diese, „unter einem Dach“ gestaltete Darstellung auch bei kooperativen Maßnahmen an Kraft, hat synergetische und ökonomische Vorteile und spiegelt die Gesamtattraktivität der Einkaufsstadt Gießen wieder.

- Der vom Gesetz definierte und verlangte Einbezug der BIDs bei allen sie betreffenden politischen Entscheidungen der Stadt, sorgte für eine neue Art der Kommunikation auf partnerschaftlicher Basis. Verliefen die ersten Monate noch zögerlich, herantastend und manchmal beiderseitig ein wenig unbeholfen, kann man heute von einem echten kooperativen und sehr konstruktiven Dialog auf Augenhöhe und einer sowohl partei- als auch ämterübergreifender Sympathie sprechen. Das gemeinsame Entwickeln einer Stadt – auch über die BID-Grenzen hinaus – (auch auf der Tatsache beruhend, dass BIDs nicht nur fordern, sondern auch fördern: Durch Rat UND Tat) sorgt für eine Zusammenarbeit, mit der Gießen durchaus beispielgebend ist. Folgerichtig wurde in dieser Entwicklung übergreifend die „Gießen-Marketing GmbH“ geschaffen, in der die Stadt, die BIDs und „Nicht-BID-gebundene Dienstleister“ (Gießen-Aktiv“) als Gesellschafter für die Gesamtstrahlkraft Gießens auf professioneller Basis Verantwortung tragen. Durch diese koordinierende Institution wurde die Zusammenarbeit mit der Universität, der Kultur, der Wirtschaft, den Bürgern und anderen Institutionen erstmals in dieser Form im Schulterschluss und perspektivisch gewährleistet. Großprojekte, wie „die Dinosaurier“, „Stadt der jungen Forscher“, die Dino-Nachfolgeveranstaltung „die Mammuts kommen“, wie auch die Landesgartenschau 2014 konnten damit erstmalig in übergreifender Form veranstaltet werden.
- Diese Koordinations-, Planungs- und „Kümmerer“-Aufgaben sind nicht „nebenher“ zu gewährleisten. Während funktionierende Einkaufszentren ganze Stäbe an Managern und Marketingabteilungen beschäftigen, waren Innenstädte bisher den engagierten „Feierabendakteuren der Händlerschaft“ überlassen (dies ist KEINE Kritik am unermüdlichen Engagement dieses Personenkreises, sondern ein Faktum!). Hier fehlte schlicht die „Vollzeit“, die durchgängige Erreichbarkeit und die Professionalität, die eine solche Koordinationsstelle zu gewährleisten hat. Angesichts der Vielfalt an notwendigen Maßnahmen, Interessen, zu kooperierenden und zu vernetzenden Institutionen und Ämtern bleibt es UNERLÄSSLICH, eine qualifizierte Stelle hierfür einzurichten. Bei allem dankenswerten Engagement des Vorstandes des BID-Selterswegs: Er wird nie in der Lage sein, neben seinen beruflichen Verpflichtungen eine solch anspruchsvolle Institution, wie das BID-Seltersweg, zu managen. Das „operative Handeln“ muss in hauptamtlichen Händen liegen. Nur so lassen sich Ergebnisse, wie im Seltersweg sichtbar, erzielen. Mit Markus Pfeffer hat der Seltersweg von Beginn an einen engagierten und marketingerfahrenen Geschäftsführer gewinnen können, der für Eigentümer, Händler und Bewohner zur Verfügung steht und Maßnahmen zwischen der Stadt, Verwaltung, Dienstleistern und Institutionen koordiniert. Ihm zur Seite stehen zuarbeitende Dienstleister, wie Elektro-, oder Sauberkeits- u. Pflanzenpflegeservices, die das positive Gesamtbild des Selterswegs zu gewährleisten haben.
- Symbol für den Auftakt der ersten BID-Laufzeit und seitdem Jahr für Jahr emotionales Highlight: Die Weihnachtsbeleuchtung des Selterswegs. Ein Projekt, von dem viele Innenstädte zu berichten wissen und an der schon manche Werbegemeinschaft kläglich gescheitert ist. Sie ist ein wunderbarer Beweis für den Unterschied der Leistungsfähigkeit, Nachhaltigkeit und Planungssicherheit eines BIDs im Gegensatz zu klassischen Werbegemeinschaften, die unseres Erachtens keine Zukunft mehr haben werden.

- Ein weiteres Projekt wurde vom renommierten Prof. Doderer als „indentitätsstiftende Maßnahme“ unterstrichen: der „**Wasserfall am Elefantenklo**“, der in großen deutschen Medien herausgehoben wurde. Der insbesondere abends wirkende Wasserfall hat sich als Fotomotiv Nr. 1 in unserer Studentenstadt etabliert und

stellt den logischen Abschluss des in der 1. Laufzeit installierten Beleuchtungssystems dar.

- Es erfolgten erste Schritte im erfolgreichen Umgang mit den immer wichtiger werdenden „**Neuen Medien**“. Nach Installation der Homepage wurde die „Seltersweg-App“ auf den Weg gebracht, die mittlerweile übergreifend in der „Gießen-Entdecken-App“ zu finden ist, und sich bereits einer User-Gemeinschaft in fünfstelliger, schnell wachsender Anzahl erfreut. Social-Media ist ebenso fester Bestandteil der Marketingstrategie des Selterswegs.
- Schwerpunkt der 2. Laufzeit war die **Landesgartenschau** 2014. Mitglieder des Selterswegs waren nicht nur maßgebliche Initiatoren der LGS, sondern haben auch über den Tellerrand des Selterswegs hinaus im ganzheitlichen Sinn ihren Beitrag zum Gelingen geleistet. Im Seltersweg selbst bestach die Einkaufsmeile mit „**Mein Stück Grün**“ - der „größten Fotoausstellung Hessens“ -, bei der Bürger aufgefordert wurden, sich mit ihrem persönlichen Stück Grün fotografieren zu lassen. Die Motive schmückten Fenster und Fassaden über den gesamten halbjährigen Zeitraum.
- Seit 2015 steht als Vermieterservice eine Investoren- und **Interessentenbroschüre** für potentielle Mieter zur Verfügung. Hier wurden die klaren Positionierungen, Standortvorteile und –schwerpunkte des Selterswegs ausgearbeitet. Nachweislich hat die Broschüre, die Ansprechbarkeit und das Koordinationsangebot der BID-Seltersweg-Geschäftsführung zu Erfolg bei Nachvermietungen, Mieterwechsel und zur gewünschten Branchenmix-Gewährleistung im Sinne der Vermieter beitragen können.

2.3.3 Umsetzungen – und Ungeplantes – in der dritten BID-Periode (2017 – 2021)

Nach den erfolgreichen ersten beiden Laufzeiten galt es nun, den Wert, das Profil und die Kraft der Marke „Seltersweg“ weiter auszubauen. Diese integriert in die Weiterentwicklung der Gesamtstadt Gießen, deren „Hauptaufgabe“ in dieser Periode die **nachhaltige <u>Frequenzschaffung</u> mit Qualitätsanspruch** sein sollte.

Dazu wurden (endlich!) die Wirtschaftsförderung und das Gießener Marketing zusammengeführt. Es konnte mit dem neuen Wirtschaftsförderer Frank Hölscheidt eine gemeinsame Geschäftsführung gewonnen werden. Frank Hölscheidt schafft durch sein strategisches und konzeptionelles Vorgehen für den Wirtschaftsstandort Gießen – und damit auch die Strahlkraft des Selterswegs - die Grundlagen für die weitere Entwicklung. An seiner Funktion als gleichzeitiger Geschäftsführer der Gießen Marketing GmbH (hier ist der BID-Seltersweg Gesellschafter) hat unser BID wesentlichen Anteil.

In den vergangenen Jahren sind viele innovative Ideen im Seltersweg umgesetzt worden. Mit anhaltendem Charakter! Diese galt es dauerhaft zu pflegen, deren Funktionalität zu gewährleisten und sie weiter auszubauen.

So standen prioritär für die kommenden fünf Jahre sowohl die Weiterentwicklung, als auch Belebung und Pflege der bereits umgesetzten Maßnahmen an.

Ein weiteres Großprojekt waren die Gestaltungen von großen, brachliegenden Brandwänden durch die Initiatoren „3-Steps“, die mit internationalen hochrangigen Künstlern Gießener Fassaden dauerhaft so inszeniert haben, dass mediales Interesse im In- und Ausland erzeugt werden konnte.

Schwerpunkt in der Kommunikation sollte der Einsatz der „Neuen Medien“ sein. Ein unverzichtbarer Baustein in der Kommunikation. In einer jungen Studentenstadt wie Gießen ohnehin.

Dabei setzt der Seltersweg auf professionelle Begleitung und Umsetzung aller Maßnahmen durch feste Dienstleister und einen integrativen Kommunikationsprozess mit allen Institutionen. Die bereits in der vergangenen Laufzeit installierte „GießenApp“ erwies sich dabei als flexible und permanent erweiterbare Basis.

Wohn- und Hauseigentümer, Bewohner, Mieter, Kunden und Gäste und die Stadt Gießen sollten durch alle Maßnahmen das anspruchsvolle Gefühl von Wohlfühlatmosphäre, Wertigkeit, Sicherheit, Ordnung und Sauberkeit an einem best-organisierten Standort in allen Belangen haben und im BID seinen koordinierenden Ansprechpartner finden.

Soweit die Pläne, die zum Start der dritten Laufzeit fixiert (**und umgesetzt**) wurden.

Doch dann kam (ungeplant) das FOC-Vorhaben in Pohlheim, die Pandemie und der Verkehrsversuch…

FOC:
In einem aufwändigen Verfahren und mit der Zuhilfenahme professionellster Rechtsberatung ist es im Schulterschluss mit der Stadt Gießen, den anderen BIDs und weiteren Institutionen sowie einer strategischen Informationskampagne gelungen, das Ansinnen der Stadt Pohlheim, heimischer Investoren und einem spanischen Betreiber, ein Factory Outlet Center (FOC) - ähnlich Wertheim Village - zu beenden. Es war ein schwieriger Prozess, den wir mit unterschiedlichen Maßnahmen, Vorträgen und Kampagne zu einem (aus unserer Sicht) guten Ende geführt haben. Alle uns vorliegenden Gutachten haben im Falle der Umsetzung eine deutlich negative Auswirkung auf die Gießener Innenstadt prognostiziert.

CORONA:
Anfang 2020 kam Corona. Mehrere Lockdowns zwangen Gastronomie und Handel sowie weitere Dienstleister zur kurzfristigen Schließung ihrer Geschäfte. Der BID-Seltersweg reagierte sofort. Kommunikation der sich permanent ändernden Regeln, Beschilderungen, Desinfektionsmaterial, Masken und die Implementierung einer Online-Terminvergabe (Click&Meet) über die Gießen-App folgten. Zudem wurde aufgrund der Testpflicht im leerstehenden CCC-Gebäude das größte Gießener Corona-Testcenter in Zusammenarbeit mit dem DRK eröffnet, welches Mitarbeiter*innen und Kund*innen des Selterswegs einen umfassenden Service bot.

VERKEHRSWENDE
Anfang 2021 informierten drei politische Parteien kurz vor der Kommunalwahl über ihr Vorhaben, als Maßnahme zur Verkehrswende u.a. den inneren Anlagenring innerhalb von sechs Monaten für einem mindestens einjährigen Verkehrsversuchs zu 50% für Fahrräder freizugeben und die

andere Hälfte entsprechend für den Autoverkehr einzuschränken. Parallel hat die Stadt Gießen einen Verkehrsentwicklungsplan beauftragt.
Unsere Meinung dazu war (Kurzfassung): Zuerst den Verkehrsentwicklungsplan fertigstellen, zumindest die „Anlagenmaßnahme“ gut zu durchdenken und dabei die Gefahren eines Verkehrschaos oder eine reduzierte Erreichbarkeit planerisch auszuschließen. Unsere Bedenken galten dem ausgeprägten Individualverkehr aus dem Umland, seinen Auswirkungen auf den innerstädtischen Wirtschaftsstandort, den Verkehrsfluss auf den Einfallsstraßen und in den angrenzenden Wohngebieten, den Seitenstraßen und auf dem Anlagenring selbst.
Wir hielten es für verantwortungsvoll, diese Bedenken zu argumentieren und über eine Informationskampagne zu kommunizieren. Es wurde in der Folge von drei Initiatoren ein paralleler Bürgerantrag gestartet, der unseren Ansatz zum Inhalt hatte. Dieser erreichte in wenigen Wochen das erforderliche Quorum und wird im Stadtparlament behandelt.
Es war unser Ziel, die unstrittig notwendige Verkehrswende so zu planen und gestalten zu lassen, dass sie den unterschiedlichen Interessen gerecht wird, Chaos vermeidet und die Perspektiven des BID-Selterswegs nicht schädigt. Dazu ist unserer Meinung nach mehr als ein halbes Jahr Planungszeit notwendig. Zuerst die Datenermittlung. Darauf aufbauend die Planung. Dann der Versuch und schließlich die dauerhafte Umsetzung war unser Ansinnen.
Status: wir haben mit den politischen Verantwortlichen gute Gespräche geführt und sind zuversichtlich, dass wir unseren Beitrag zum Gelingen der Verkehrswende in Gießen in einem guten Miteinander leisten werden.

3. Zielsetzungen des Innovationsbereichs

3.1 Positionierung des Selterswegs

Um im Wettbewerb der Einzelhandels-, Lebens- und Dienstleistungsstandorte mit einem eindeutigen, gut vermittelbaren Profil aufzutreten, orientiert sich das gesamte Maßnahmenprogramm des Innovationsbereichs an klar definierten Aussagen. Der als „Boulevard der Marken“ positionierte Seltersweg wird dauerhaft als lebendiges und lebenswertes Stadtzentrum etabliert, das sich durch sein tief gestaffeltes und großzügig präsentiertes u.a. modisches Angebot und seine Qualität auszeichnet. Zum „Boulevard“ und „urbanen Laufsteg der Region“ wird der Seltersweg, indem das Maßnahmenprogramm des Innovationsbereichs das Ambiente des Selterswegs als Flaniermeile aufwertet und als Stadterlebnis vermittelt. Es ist ein marken- und trendorientiertes Publikum, auf das das Entwicklungskonzept zielt.
Gleichzeitig zeigt sich der Seltersweg modern, in der er in seiner Kommunikation stark auf die „Neuen Medien“ setzt, um auch diesen Anforderungen in einer online-verstärkten Zeit, insbesondere in einer dynamischen Universitätsstadt, gerecht zu werden.

Darüber hinaus ist der Seltersweg ausstrahlungsstarker Bestandteil einer lebendigen Innenstadt, in dem eine generationsübergreifende Wohnqualität mit regionaler Nahversorgung und wertiger

Gastronomie eine junge Lebensphilosophie unter Beweis stellt. Öffentliche Institutionen, Bildung, Kunst und Kultur sollen feste Bestandteile des vielfältigen Standortes sein.

3.2 Entwicklungsziele und -strategien

Mit diesem Markenkern zielt der Innovationsbereich gemeinsam mit den übrigen Innenstadtbereichen auf die **Sicherung und Stärkung der Stellung Gießens als erste Adresse in Mittelhessen für Einkauf, Lebensqualität und Erlebnis**.
Dieses Ziel vor Augen fokussiert sich das Maßnahmenprogramm des Selterswegs auf folgende Ansätze:

- **Erhöhung der Aufenthalts-, Wohn- und Erlebnisqualität für Bürger und Besucher** durch gestalterische Maßnahmen im Straßenzug sowie möglichst eindrucksvolle, trendorientierte Aktionen und Veranstaltungen.
- **Sensibilisierung** der Vermieter für einen **der Positionierung** entsprechenden **Branchen- und Nutzungsmix**
- **Schaffung von Aufenthaltsorten als Treffpunkte zur Frequenzstärkung**
- Zeitgemäß notwendige Kommunikation durch Ausbau der **Neue Medien**
- **Gewinnen neuer Zielgruppen und die Bindung bestehender** durch gemeinsame (moderne) Werbeaktivitäten und übergreifende Serviceleistungen
- **Kostensenkungen für Grundeigentümer und (Gewerbe)mieter** durch die Koordination des Einkaufs von Dienstleistungen und Nutzung von Fördermitteln.
- Passende **Infrastrukturmaßnahmen** sowie Gewährleistung von **Sauberkeits-, Sicherheits- und Ordnungsaspekten**
- Praktikable **Erreichbarkeit, verkehrliche Anbindung und Infrastruktur**

4. Handelnde Akteure

4.1 Aufgabenträger

Für die Umsetzung der beschriebenen Ziele haben Grundeigentümer und Unternehmen des geplanten Innovationsbereichs am 7.12.2005 eigens den eingetragenen Verein „BID Seltersweg“ gegründet. Er wird seit dem 29.05.2006 beim Amtsgericht Gießen im Vereinsregister geführt (Registerblatt VR 4052). **Der BID Seltersweg e.V. soll die Aufgabenträgerschaft für den Innovationsbereich Seltersweg übernehmen**.
Der derzeitige Vorstand des Vereins besteht aus Personen, die mit ihrem Grundbesitz bzw. ihren Unternehmen im Innovationsbereich ansässig sind:

Vorsitzender: **Heinz-Jörg Ebert**, Schuhhaus Darré, und Eigentümer Seltersweg 87
Schatzmeisterin: **Aline Schnell**, SWPE-Steuerberatung, Seltersweg 87
Schriftführerin: **Eva Tränkner**, i.V. Grundeigentümerin, Maigasse 11
Beisitzer: **Robert Balser**, Juwelier Balser, Seltersweg 5
Beisitzer: **Dr. Ekkehard Moeser**, Grundeigentümer, Seltersweg 38
Beisitzer: **Thomas Mütze**, Grundeigentümer, Seltersweg 67
Beisitzer: **Lothar Schmidt**, Karstadt Gießen, Seltersweg 64

Das breite Spektrum zuverlässiger Persönlichkeiten und etablierter Häuser stellt die **Verankerung des Aufgabenträgers im Innovationsbereich** sicher.
Der Vorstand wir satzungsgemäß in der jährlichen Mitgliederversammlung gewählt.

4.2 Beteiligung von Grundeigentümern und Gewerbemietern

Hinter der Weiterführung des BID Seltersweg e.V. steht ausdrücklich die Absicht, den Grund- und Wohnungseigentümern sowie den gewerblichen Mietern des Innovationsbereichs während der Laufzeit des Projekts die **Möglichkeit zur Mitwirkung und Mitentscheidung** in Hinblick auf die konkrete Ausgestaltung des Maßnahmenprogramms zu eröffnen. Auf diesem Wege werden die Investitionsentscheidungen des Aufgabenträgers demokratisch legitimiert. Die Vereinssatzung des BID Seltersweg e.V. sieht diese Mitwirkungsmöglichkeiten im Rahmen der Mitgliederversammlung vor. Dabei ist der Rahmen zu beachten, der durch dieses Handlungskonzept abgesteckt ist.

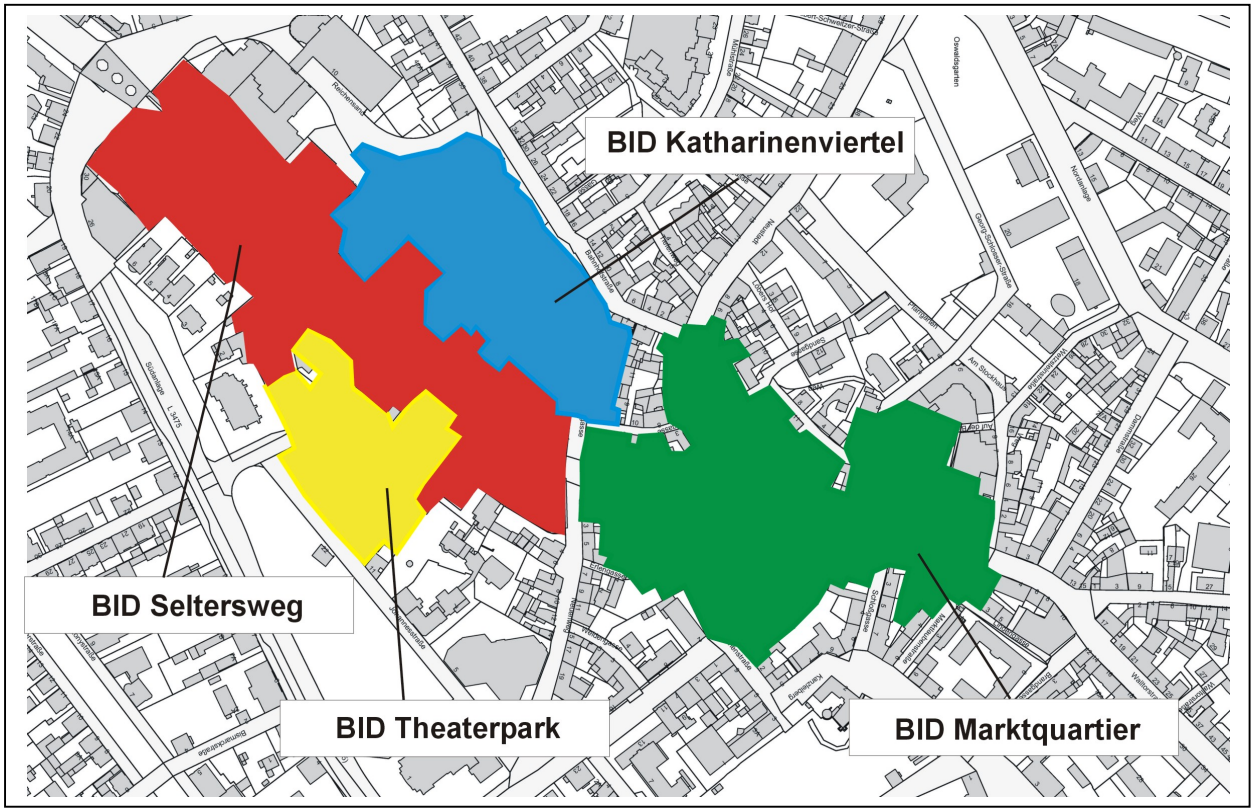
4.3 Zusammenarbeit mit der Stadt Gießen

Bereits im Vorfeld der Antragstellung haben die Projektinitiatoren aktiv den Kontakt zur Stadt Gießen gesucht, um die geplanten Maßnahmen insbesondere in städtebaulicher und ordnungsrechtlicher Hinsicht abzustimmen.

Ein ausgesprochener Dank ist an dieser Stelle an die Mitarbeiter der Stadtverwaltung Gießen und die parteiübergreifende Politik für ihre engagierte Kooperationsbereitschaft zu richten!

Über diese Abstimmung hinaus strebt der BID Seltersweg e.V. an, als Aufgabenträger des Innovationsbereichs mit der Stadt Gießen einen **öffentlich-rechtlichen Vertrag** gemäß § 3, Abs. 1 INGE zu verlängern. In diesem Vertrag werden die wechselseitigen Pflichten beschrieben sowie die Einzelheiten der Mittelüberlassung und Aufgabenzuweisung geregelt.

4.4 Zusammenarbeit mit anderen Innenstadtbereichen



Um Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit der Arbeit des Aufgabenträgers für den Innovationsbereich Seltersweg zu optimieren, ist eine **Zusammenarbeit mit den weiteren in der Gießener Innenstadt bisher agierenden Innovationsbereichen** sowie weiteren Standortorganisationen (Neuenweg, Neustädter Tor…) im Sinne einer ganzheitlichen Entwicklung auszubauen. Dies unter der Mitwirkung der **Gießen-Marketing GmbH**.

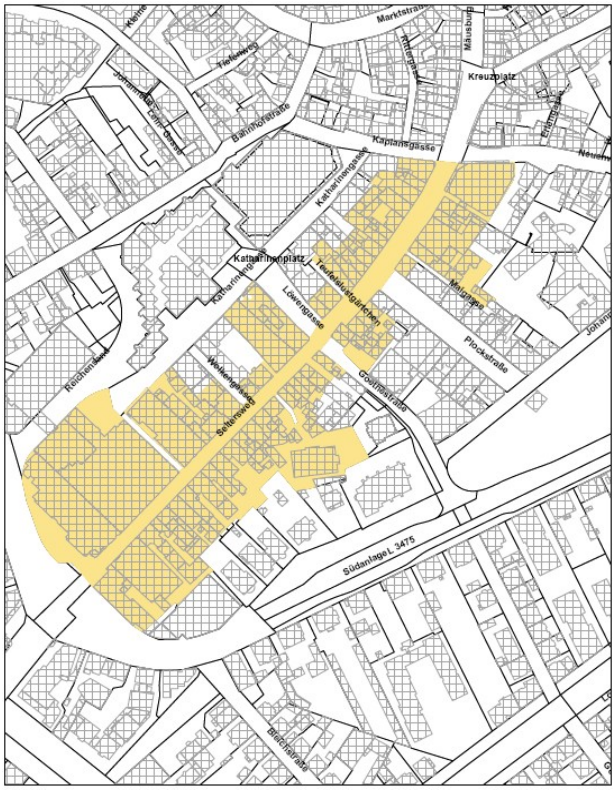
Diese Zusammenarbeit bezieht sich insbesondere auf Werbemaßnahmen und Veranstaltungen, strategische Projekte sowie auf immobilienbezogene Dienstleistungen. Auf diesem Wege sollen die Effektivität z.B. von Werbemaßnahmen erhöht und die Effizienz der Aktivitäten durch Kosteneinsparungen verbessert werden.

SELTERSWEG
Boulevard der Marken

5. Gebietsgrenzen des Innovationsbereichs

5.1 Geltungsbereich und kartographische Darstellung

Der geplante Innovationsbereich erstreckt sich auf die volle Länge des Selterswegs zwischen dem Selterstor und dem Kreuzplatz. Aufgrund der Flurstückzuordnung sind neben dem Seltersweg die Goethestraße, die Kaplansgasse, die Katharinengasse und die Maigasse punktuell einbezogen. Aufgrund der Nachbarschaft zum angrenzenden „Katharinenviertel“ sind einzelne Flurstücke nur in Teilen berücksichtigt. Die räumliche Abgrenzung des Innovationsbereichs ist der untenstehenden Karte zu entnehmen. Die einbezogenen Flurstücke sind auf den nachfolgenden Seiten aufgeführt.



SELTERSWEG
Boulevard der Marken

5.2. Einbezogene Flurstücke

Flurstück	Lage
108/2	Goethestraße
110/4	Goethestraße
110/5	Goethestraße
110/6	Goethestraße
699/1	Kaplansgasse 1, Seltersweg 2
715/2	Katharinengasse 11, Seltersweg 20
737/1	Katharinengasse 15A, Katharinengasse 15B, Löwengasse 3, Seltersweg 36, Seltersweg 38
804/11	Katharinengasse 23, Seltersweg 52
805/4	Katharinengasse 23, Seltersweg 52
149/1	Maigasse 9, Seltersweg 11
157/1	Maigasse 9, Seltersweg 11
145/2	Maigasse 11
144/2	Maigasse 13
141/3	Maigasse (15)
70/2	Seltersweg
81/2	Seltersweg
171/6	Seltersweg 1
164/1	Seltersweg 3
700/1	Seltersweg 4
161/2	Seltersweg 5
703/1	Seltersweg 6
162/6	Seltersweg 7, Seltersweg 9
705/4	Seltersweg 8
706/2	Seltersweg 10
710	Seltersweg 10
709/1	Seltersweg 12
711	Seltersweg 14
127/4	Seltersweg 15
712/1	Seltersweg 16
122/2	Seltersweg 17
714	Seltersweg 18
112/1	Seltersweg 19
121/1	Seltersweg 19
719/4	Seltersweg 22
111/3	Seltersweg 23
720/1	Seltersweg 24
110/2	Seltersweg 25
733/2	Seltersweg 26
110/3	Seltersweg 27
736/2	Seltersweg 28
95/1	Seltersweg 39
775/1	Seltersweg 40
81/1	Seltersweg 43
781/3	Seltersweg 44
80	Seltersweg 45
782	Seltersweg 46
79	Seltersweg 47

Flurstück	Lage
78/1	Seltersweg 49
783/1	Seltersweg 50
77/1	Seltersweg 51
83	Seltersweg 53
84	Seltersweg 53, Seltersweg 55, Seltersweg 55A, Seltersweg 55B
806/2	Seltersweg 54
86/10	Seltersweg 55
75	Seltersweg 59
76/1	Seltersweg 61
73/1	Seltersweg 63
808/1	Seltersweg 64
808/2	Seltersweg 64
808/3	Seltersweg 64
809/4	Seltersweg 64
810/1	Seltersweg 64
810/3	Seltersweg 64
810/4	Seltersweg 64
811/6	Seltersweg 64
812/4	Seltersweg 64
72/1	Seltersweg 65
71/1	Seltersweg 67
71/2	Seltersweg 67
70/1	Seltersweg 69
69/3	Seltersweg 71
69/2	Seltersweg 73
69/1	Seltersweg 75
68/2	Seltersweg 75A
68/1	Seltersweg 77
68/3	Seltersweg 79
66/3	Seltersweg 81
66/10	Seltersweg 83
66/7	Seltersweg 85
66/8	Seltersweg 87

SELTERSWEG
Boulevard der Marken

6. Maßnahmenprogramm und Finanzierungskonzept 2022-2026

6.1. Schwerpunkte und Maßnahmen

Grundsätzlich gilt, dass alle Etatpositionen eng miteinander vernetzt und verknüpft sind, sich somit ineinandergreifende und voneinander profitierende Zuordnungen ergeben.

Nach den erfolgreichen ersten Laufzeiten strebt der BID-Seltersweg e.V. die Verlängerung in eine 4. Laufzeit an.

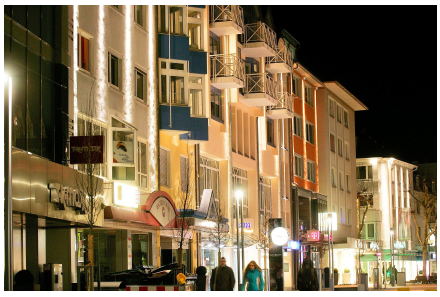
Schwerpunkte werden dem Thema „**Veränderung der Innenstädte** und unsere Antworten darauf“ gewidmet. Eine angepasste klare **Profilbildung/Positionierung** der „Marke Seltersweg“, die Bekenntnis zum **Hybriden-Einzelhandel**, der in der Lage ist sowohl stationäre also auch digitale Angebote zu machen, sowie die **Integration – auch als Impulsgeber – in die Weiterentwicklung** der Gesamtstadt Gießen, wird die Basis bilden. Daran orientieren sich unsere Maßnahmen, deren Einsatz heutzutage eine höhere Flexibilität und Handlungsfähigkeit erfordert, als je zuvor.

In den vergangenen Jahren sind viele innovative Ideen im Seltersweg umgesetzt worden. Mit nachhaltigem Charakter. Diese gilt es zu pflegen, auszubauen und ggf. sukzessive energetisch zu modernisieren.

Im Einzelnen gilt für den Seltersweg in den kommenden fünf Jahren besonderes Augenmerk auf die Wohn-, Lebens- und Aufenthaltsqualität „Treffpunkt Innenstadt“, die Frequenzschaffung, die konstruktive Begleitung der Groß- und Kleinbaustellen, die Nutzung der „Neuen Medien“/Digitalisierung, die konstruktive Begleitung der Verkehrswende und die damit zusammenhängenden Erreichbarkeit und Parksituation, die Bewältigung eventueller Folgen der Pandemie sowie die Weiterentwicklung, Belebung und Pflege der bereits umgesetzten Maßnahmen zu richten.

6.2. Basis und Grundlagenarbeit

6.2.1 Nachhaltigkeit: Wahrung, Pflege u. Fortführung des Erreichten



Mit der bundesweit viel beachteten Installation der von den Lichtplanern Mario Hägele (Stuttgart) und Dieter Bartenbach (Innsbruck) entwickelten Stadtraum- u. Fassadenbeleuchtung sind attraktivierende und bleibende Werte geschaffen worden, die es zu pflegen, zu warten und in ihrer Funktion zu gewährleisten gilt.

SELTERSWEG
Boulevard der Marken

Sie sorgen bei Wohnungs- und Grundeigentümern sowie bei gewerblichen u. privaten Mietern, Kunden und Gästen für Aufenthaltsqualität und Sicherheit. Der BID-Seltersweg hat sich zum Ziel gesetzt, auch in der vierten Laufzeit defekte Leuchtelemente Stück für Stück gegen energieeffiziente Mittel auszutauschen. Dies trifft auch für die emotionale Weihnachtsbeleuchtung zu. Auch das „Wasserspiel am Elefantenklo“ gilt es in seiner Funktionalität durch Wartung und Pflege aufrecht zu erhalten.

Für Ambiente sorgen weiterhin die aus 64 Pflanzengefäßen gestaltete und den Seltersweg säumende Buchsbaumallee. Mehr „Grün“, mehr „Frische“ steht nach wie vor an den oberen Positionen der Wunschliste befragter Gießener. Eine professionelle und regelmäßige Pflanzenpflege ist für den Erhalt unabdingbar.

Generell gilt es, alle erarbeiteten Errungenschaften kontinuierlich fortzuführen. Dies gilt insbesondere auch für die geschaffenen Kontakte und Netzwerke.

6.2.2 Managementleistungen und interne Kommunikation

Die Beschäftigung eines „Vollzeit-Kümmerers und Ansprechpartners“ hat sich bereits in den ersten Laufzeiten als außerordentlich effektiv und effizient erwiesen. In Zusammenarbeit mit weiteren Dienstleistern entstand hier eine Organisation, die den Unterschied zu „Feierabend-Akteuren aus den eigenen Reihen“ (dies ist nicht despektierlich gemeint, sondern leider in der Regel – mit den damit verbundenen Überforderungen - Realität), spürbar machte.

Kurze Wege, schnelle Kontakte, rasche Umsetzungen und stets den ganzheitlichen Ansatz u. Überblick im Fokus, konnten alle Maßnahmen zu sehr guten Ergebnissen geführt werden.

Informationsstrukturen im Leerstands- u. Vermietungsmanagement für Gewerbe- und Wohnungseigentümer sollen auch in der vierten Laufzeit ausgebaut werden.

Diese Aufgaben sind heute, in einer die Innenstädte belastenden Gesamtentwicklung anspruchsvoller denn je geworden. Auch unter dem Hintergrund wachsender Kriminalität und der Lösungssuche im Umgang mit Randgruppen (Punker, Trinkerszene, Trick-Bettlerei)

6.2.3 Vernetzung u. Organisation

Sowohl die Gründung der Gießen-Marketing GmbH, als auch die Kooperationen mit Politik, Stadtverwaltung, den Ämtern sowie den Hochschulen, der Kultur, der Wirtschaft, den BIDs untereinander, weiteren Handelsformen und Institutionen sorgte in den ersten Laufzeiten erstmalig für den Ansatz einer „ganzheitlichen Betrachtung bzgl. der Entwicklung Gießens“. Mit jedem Jahr ist dieses Miteinander vertrauensvoller gewachsen. Auf dieser Basis lässt es sich in einer vierten Laufzeit bestens aufbauen. Auch hier gilt: Intensiv Erarbeitetes weiterzuführen und im Sinne von Haus- und Wohnungseigentümern sowie deren Mietern fortzuentwickeln.

6.2.4 Servicedienstleistungen: Sauberkeit, Ordnung, Pflege, Kooperation, Sicherheit, Rahmenverträge

Immer mit an oberster Stelle der von den BIDs, der IHK Gießen-Friedberg und der JL-Universität Gießen durchgeführten Erhebung bei Wohnungs- und Grundeigentümern sowie deren gewerblichen u. privaten Mietern, Kunden und Gästen steht das Thema „Sauberkeit u. Ordnung“.

Ergänzende Koordination von Entsorgungsdienstleistern, um die Mülltonnenplatzierung während der hochfrequentierten Einkaufszeiten vom „Boulevard der Marken“ fernzuhalten, ist ein Beispiel für das „Sauberkeits-Gesamtprogramm“. Effiziente, schnelle Winterdienste, Pflanzenpflege, Sauberkeit auch um Großveranstaltungen herum (Verkaufsoffene Sonntage, Tuchmarkt,…) sollen inkludiert sein, **aber nicht die Pflichten der Stadt ersetzen.**

Zum Thema „Sicherheit“ gilt es, die gut angelaufene Kooperation mit der Stadt, insbes. dem Ordnungsamt und der hiesigen Polizei weiter auszubauen. Ein Anstieg der Trick-Bettlerschaft, eine Trinkerszene, randalierende Punker und Kriminalität sind in zahlreichen Städten zu verzeichnen. Der BID-Seltersweg hat sich dieser Aufgabe angenommen und kann bereits Erfolge nachweisen.

Es besteht die Notwendigkeit einer dauerhaften Begleitung und Kooperation mit oben genannten Behörden.

6.2.5 Markenprofil: Werbung, externe Kommunikation, Veranstaltungen

Der Seltersweg gilt seit jeher ein Begriff als „DIE Einkaufsmeile“ in Mittelhessen. Doch erstmalig ist es mit dem BID gelungen, eine klare Profilierung mit der Positionierung als höherwertiger „Boulevard der Marken“ zu inszenieren. Statt ehemaliger „Anzeigen-Friedhöfe“ sorgen die in einem einheitlichen Corporate Design gestalteten Motivserien für eindeutige Wiedererkennbarkeit. Das klare Profil des Selterswegs soll wiederum verstärkt in die gemeinsame Gestaltungslinie mit den anderen BIDs eingebunden sein, um im Umland für eine klare Ausrichtung der „Einkaufsstadt Gießen“ zu werben. Die „Einkaufsstadt“ wiederum soll Bestandteil des Gesamtmarketings Gießen sein.

Eingebunden in diese Außendarstellung sind auch die Veranstaltungen (Krämermarkt, Liebigs Suppentage…), so wie es auch mit den damaligem „Dinos“ (eine Idee des Selterswegs), der Mammutaustellung oder der Darstellung der Landesgartenschau 2014 beeindruckend gelungen ist.… Die Koordination soll unter Federführung der vom BID-Seltersweg als Gesellschafter mitgetragenen Gießen-Marketing GmbH in der vierten Laufzeit noch strukturierter, noch kooperativer und niveauvoller weiterentwickelt werden.

Für die Darstellungsformen werden sowohl die klassischen Medien, als - **verstärkt auch - das Internet und regelmäßige Informationsmedien zu nutzen sein.**

Eine klare – hochwertigere - Positionierung eines Distrikts, wie den Seltersweg als „Boulevard der Marken“, erleichtert erheblich die Vermietung für in die Positionierung passende Nachvermietungen. Dies sowohl im gewerblichen, als auch im privaten Bereich. Auch in der vierten Laufzeit sollen hierzu zielgruppenorientierte Informationen und Hilfsmittel sowie eine permanente Information über den aktuellen Mietspiegel erstellt werden.

6.2 Etat

(Siehe Schwerpunkte u. Einzelmaßnahmen Punkt 6):

Mit folgender Struktur liegt der Seltersweg trotz gestiegener Herausforderungen in Weiterentwicklung der Innenstadt, Pandemiefolgen, Verkehrswende und der Digitalisierung sowie den „Standartmaßnahmen“ auf einem, i.d.R. für die Einzelbelastungen geltenden „stabilem Niveau“ der vergangenen Laufzeit.

Dies ist u.a. möglich durch Unterstützungs- und Zuschussverhandlungen sowie Förderprogramme bei der Betreibung unterschiedlicher Positionen.

Somit veranschlagen wir:

Handlungsfeld 1: Positionierung, Marketing, Profilbildung, Digitalisierung, Beratung, externe Kommunikation	**€ 220.000,00**
Handlungsfeld 1a: Gewerbebezogen Verkaufsoffene-Sonntage, Sonderaktionen, Event-Marketing, Online-Portale, Digitalisierung…	**€ 150.000,00**
Handlungsfeld 1b: rein Wohnungseigentum „Wohnen im Seltersweg“, Broschüren, Digitalisierung / Portalintegration (Wohnungsangebote/-suche),	**€ 20.000,00**
Handlungsfeld 1c: Wohn- u. Gewerbeeigentum/ Standortbezogen Standortmarketing für einen lebendigen Lebensraum	**€ 50.000,00**
Handlungsfeld 2 **Infrastruktur, städtebauliche Maßnahmen, Forcierung der Innenstadtentwicklung, Digitalisierung, Beratung**	**Etat Handlg.-Felder 2-4: € 724.000,00** Die vergangene Laufzeit hat deutlich gezeigt, dass außergewöhnliche Situationen, die sich zweifelsohne innerhalb von 5 Jahren ereignen, eine hohe Flexibilität erfordern. Daher ist für diese drei Handlungsfelder (2-4) eine gesplittete 5-Jahres-Festschreibung nicht zielführend. Weder innerhalb der jew. Handlungsfelder, noch in deren Gesamtvolumen. Das BID-Seltersweg ermöglicht sich mit deren Pauschalierung somit die notwendige Flexibilität, in den fünf Jahren situativ zu reagieren. Der Gesamt-Maßnahmekatalog erhält jedoch seinen Etat in gleicher Höhe, wie in der auslaufenden 3. Laufzeit. Für das jeweilige Jahr wird selbstverständlich ein detaillierter Jahresplan innerhalb einer fortschreibenden Perspektive vorgelegt. Der jew. Jahresplan wird in der Mitgliederversammlung im Sept. für das Folgejahr verabschiedet und über die Vergangenheit Rechenschaft abgelegt. Die jährliche Abgabe wird, wie bisher, in 5 gleichen Höhen veranschlagt und wird sich i.d.R. für den Einzelnen gegenüber der letzten Jahre nicht verändern, da der Gesamtetat durch gutes Wirtschaften gleich gehalten werden kann.
Handlungsfeld 3 **Sauberkeit, Sicherheit, Ordnung, Pflege, Erhaltung, Wartung**	
Handlungsfeld 4 **Management, Organisation, Verwaltung, Beratung, interne Kommunikation**	
5-Jahres-Gesamtetat:	**€ 944.000,00**

SELTERSWEG
Boulevard der Marken

Zur Finanzierung der Maßnahmen ist eine Abgabe nach § 7 INGE vorgesehen, deren Höhe sich für die einzelnen Grundeigentümer nach dem jeweiligen Einheitswert der Grundstücke bemisst. Die Umlage ist in fünf gleichen Jahresraten zu entrichten.

Die ausgewiesenen Gesamtkosten stecken den finanziellen Rahmen ab, in dem sich der BID Seltersweg e.V. als Aufgabenträger mit seinen Investitionen in den Standort bewegen kann. Er darf ohne neuerliche Zustimmung der Eigentümer im Innovationsbereich nicht überschritten werden, was den Abgabepflichtigen die notwendige Kostenklarheit gibt. Der BID Seltersweg e.V. erhält seinerseits die Finanzierungssicherheit, um mit einem wirtschaftlich optimierten Mitteleinsatz möglichst viele der genannten Maßnahmen umsetzen zu können.

Im Rahmen des gegebenen Budgets sind sämtliche Positionen untereinander verrechnungsfähig, um für die Laufzeit des Innovationsbereichs die notwendige Flexibilität sicherzustellen. Mehrkosten einzelner Maßnahmen können bei einem fixen Budgetrahmen zu einer Kürzung der Leistungsbreite führen. Der konkrete Maßnahmenumfang und der jeweilige Durchführungszeitpunkt werden in den nach § 6, Abs. 1 INGE jährlich zu erstellenden Maßnahmen- und Wirtschaftsplänen des BID Seltersweg e.V. festgelegt. Die Entscheidung über die Maßnahmen- und Wirtschaftspläne liegt bei der Mitgliederversammlung des Vereins.

Nicht verwendete Mittel wird die Stadt Gießen nach Ablauf der Laufzeit gemäß § 8, Abs. 4 INGE an die Grundeigentümer erstatten bzw. bei Verlängerung der Laufzeit nach § 9, Abs. 3 INGE auf den neuen Aufgabenträger übertragen.

7. Geltungsdauer und Zeitplanung

Die Verlängerung der Laufzeit des Innovationsbereichs Marktquartier ist auf **fünf Jahre (vom 1.1.2022 bis zum 31.12.2026)** angesetzt. Es ist vorgesehen, die Maßnahmen entsprechend des Mittelzugangs verteilt über die gesamte Laufzeit durchzuführen.

Gießen, den 01.07.2021

Heinz-Jörg Ebert
1. Vorsitzender

Eva Tränkner
Vorstand / Schriftführerin

BID-Seltersweg e.V.
c/o Schuhhaus Darré GmbH & Co KG
Seltersweg 87
35390 Gießen
info@bid-seltersweg.de

SELTERSWEG
Boulevard der Marken