

**Schriftliche Frage Nr. 111 vom 23. November 2020 von Frau Stiel an Frau Ministerin Weykmans zur Förderinitiative Créashop-Plus<sup>1</sup>**

**Frage**

Das GrenzEcho berichtete am 12. November von einer, seitens der Wallonischen Region ins Leben gerufene Förderinitiative im Kampf gegen den Leerstand von Geschäftsflächen in den Städten der Region. Es handelt sich namentlich um die Kampagne "Créashop-Plus".

Diese Kampagne zielt darauf ab, den Leuten, die den Schritt in die Selbständigkeit wagen wollen, einen zusätzlichen Anreiz zu bieten. Hierbei sind in erster Linie neue Geschäftsideen gefragt, die nicht bereits in mehrfacher Ausführung vorhanden sind.

Der Eupener Rat für Stadtmarketing hatte sich bei der Wallonischen Region zur Teilnahme an diesem Projekt beworben, um den Leerstand der Geschäftsräume in Eupen zu minimieren. Die Kandidatur wurde im zweiten Anlauf angenommen.

Diese Initiative wurde ebenfalls im Eupener Stadtrat besprochen, da dieser einer Partnerschaftsvereinbarung zugestimmt hatte.

Die Vivant-Fraktion begrüßt die Kampagne zur lokalen Wirtschaftsförderung zwar, der Zeitpunkt könnte jedoch kaum unpassender sein. Die bestehenden Existenzen leiden enorm unter den Corona-Maßnahmen, viele kämpfen um ihr Überleben.

Weder die Föderalregierung, noch die DG-Regierung zeigen Einsicht oder Bereitschaft, um etwas an ihrem Corona-Kurs zu ändern, mit dem sie die Wirtschaft ins Fiasko steuern. Dabei gibt keine wissenschaftlichen Argumente, die eine Schließung des Einzelhandels und des Horeca-Sektors rechtfertigen.

Da, laut Tätigkeitsbericht des Eupener Rats für Stadtmarketing, in der Vergangenheit eine Bezuschussung bei der Regierung der Deutschsprachigen Gemeinschaft angefragt wurde, ergeben sich in diesem Zusammenhang für uns folgende Fragen:

1. Auf welche Beträge belaufen sich die Zuschüsse der letzten 5 Jahre an den Eupener Rat für Stadtmarketing?
2. Bitte listen Sie die Summen pro Jahr auf und detaillieren Sie, für welche Vorhaben diese Gelder konkret angefordert und ausgezahlt wurden.
3. Was wurde in den letzten Jahren seitens der Regierung der DG unternommen, um die lokale Geschäftswelt insbesondere den Einzelhandel in der DG zu fördern?
4. Wie sieht die Situation in Bezug auf Leerstand in den Eifelgemeinden aus? Besteht hier auch Handlungsbedarf? Wenn ja, wie und durch wen wären die Bewerbungen bei "Créashop-Plus" einzureichen?

**Antwort, eingegangen am 4. Januar 2021**

Der Eupener Rat für Stadtmarketing erhält seitens der Deutschsprachigen Gemeinschaft folgende Bezuschussung im Rahmen von touristischen Aktivitäten.

---

<sup>1</sup> Die nachfolgend veröffentlichten Texte entsprechen den hinterlegten Originalfassungen.

|   |             |   |
|---|-------------|---|
| Jährlicher Zuschuss Touristische Infostelle Eupen (Träger: RSM) | 22.000 Euro | Ab 2017 in Trägerschaft des RSM und auf Grundlage des neuen Tourismusdekretes vom 23. Januar 2017 |
| <b>Projektzuschüsse</b>   |             |   |
| 2017  | 1.000,00 €  | Eupener Bierfest  |
|   | 1.500,00 €  | "Zu Gast in meiner Stadt"   |
| 2018  | 1.000,00 €  | "Bauernhof zum Anfassen"  |
| 2019  | 1.500,00 €  | "Grenzsteine ohne Grenzen"  |
| <b>Ausrüstung</b>   |             |   |
| 2017  | 1.027,52 €  |   |
| 2019  | 539,50 €    |   |
| 2020  | 380,50 €    |   |

Die Förderung der lokalen Geschäftswelt insbesondere den Einzelhandel obliegt zunächst der Wirtschaftszuständigkeit.

Daneben haben die Gemeinden und die WFG Ostbelgien in den letzten Jahren im Rahmen von zwei LEADER-Projekten, einmal im Norden und einmal im Süden der DG, Initiativen zur Stärkung des Einzelhandels lanciert. Wer sich für die LEADER-Regionen verantwortlich zeichnet können Sie auf <https://leader-ostbelgien.be/> nachlesen.

Im Rahmen der Lokalen Aktionsgruppe „100 Dörfer – 1 Zukunft“ wurden und werden auch immer noch innerhalb des von der WFG koordinierten Projektes "Neues Leben für unsere Dörfer" Maßnahmen zur Sicherung und Verbesserung der Lebensmittelversorgung in der Eifel umgesetzt. Hier wurde eine Analyse inkl. einer Bürgerumfrage mit über 600 Teilnehmern, Interviews mit Stakeholdern und einer Kartierung der Versorgungssituation erstellt. Darauf aufbauend wurden Handlungsempfehlungen für verschiedene Zielgruppen wie Geschäftsinhaber, Bürger und Politik formuliert. Auch wurde eine Arbeitsgruppe „Sensibilisierung für lokales Einkaufen von Lebensmitteln“ ins Leben gerufen. In einem Aufruf „Warum kaufst du deine Lebensmittel lokal?“ wurden Sprüche von Bürgern gesammelt. Aktuell werden mit dem Kreativwettbewerb „Kauf lokal – das ist genial!“ für Kinder und Jugendliche kreative Materialien wie Bilder und Geschichten zum Thema gesammelt. Diese sollen Aufmerksamkeit für das Einkaufen im Dorf schaffen. So sie z.B. für den Bedruck von Sensibilisierungsmaterial, z.B. Brottüten oder Einkaufstaschen, verwendet. Weitere Sensibilisierungsaktionen sollen folgen. Neben der Sensibilisierungsarbeit werden Geschäfte auch dabei unterstützt, ihre Attraktivität zu erhöhen, z.B. durch das Anbieten eines umfangreichen Sortiments regionaler Produkte zu fairen Preisen.

Im Rahmen der LAG „Zwischen Weser & Göhl“ gab es ein weiteres Projekt von der WFG, welches sich u.a. mit dem Themenschwerpunkt der Stärkung der Vitalität der Dorfzentren widmet. Hier wurde in enger Zusammenarbeit mit der SEGEFA, dem „Service d'Etude en Géographie Economique Fondamentale et Appliquée“ der Universität Lüttich (ULiège) kooperiert. Dieses Arbeitspaket ist mittlerweile abgeschlossen und umfasste neben einer detaillierten Datensammlung und Bestandsaufnahme zur Einzelhandelssituation in Eupen, Raeren und Lontzen, größtenteils durch den externen Studiendienst, auch eine Analyse der lokalen Gegebenheiten sowie einen breiten Beteiligungsprozess mit der Bevölkerung. Das

Ziel dieser Studie lag darin, mit den Akteuren der drei Gemeinden einen Ansatz der „kollektiven Intelligenz“ zu aktivieren, um konkrete Aktionen zur Stärkung der Geschäftswelt auf ihrem Gebiet zu identifizieren. Das Projekt bestand aus drei aufeinanderfolgenden Phasen:

1. Diagnose der Einzelhandelssituation: Darstellung und Analyse des kommerziellen Angebots und der Nachfrage innerhalb des Untersuchungsgebiets auf der Grundlage der von der SEGEFA gesammelten Daten;
2. Entwicklungsstrategie: Formulierung von Empfehlungen und Richtlinien auf der Grundlage identifizierten Problempunkte und Herausforderungen
3. Aktionsplan: Vorschlag von Maßnahmen für die drei untersuchten Gemeinden, der aus einer Zusammenarbeit zwischen den Akteuren vor Ort in den drei Gemeinden entstand.

In verschiedenen Workshops mit den Gemeinden, Bürgern und Geschäftsleuten wurde so analysiert, diskutiert, ausgetauscht und zu neuen Ideen angeregt. Daneben wurden während der Projektlaufzeit noch drei Seminare angeboten, zum Thema „Webpräsenz und Onlinemarketing“, zu „Regionalen Produkten“ sowie zum „Einzelhandel der Zukunft“. Diese beiden Initiativen wurden wie eben erwähnt aufgrund der Wirtschaftszuständigkeit dann auch durch die Wallonie kofinanziert.

Im Laufe des Jahres 2020 und im Kontext der aktuellen Corona-Pandemie hat die WFG außerdem den lokalen Einzelhandel unterstützt, indem sie u.a., komplementär zu verschiedenen Infoblättern zu dieser Thematik, das Thema des „Online-Verkaufs“ in 3 Facebook-Livestreams aufgegriffen und mit den entsprechenden Experten sowohl die Social-Media-Aspekte als auch die juristischen Grundlagen, beleuchtet hat. Auch wurde in Zusammenarbeit mit der Regierung und dem ZAWM SV eine kurzfristige Social-Media-Weiterbildung für Mittelständler ausgearbeitet, die am 4/12 angeboten wurde. Gerade die kurzfristigen, konkreten und einfachen Tools sind das, was die Geschäftsleute gerade am dringendsten brauchen. Daneben sitzt die WFG gemeinsam mit der Regierung und anderen relevante Akteuren auch an der Ausarbeitung einer Online-Plattform zur Darstellung digitaler Einkaufsmöglichkeiten in Ostbelgien.

Die Wallonische Region hat das Programm Creashop lanciert. Die DG zeichnet hierfür nicht verantwortlich, da diese Initiative, die des zuständigen wallonischen Wirtschaftsministers ist.

Dennoch geben wir Ihnen gerne Auskunft über dieses Programm: es zielt auf die Leerstandsbeämpfung ab, indem das Programm die kommerzielle Aktivität auf definierten Perimetern wiederbelebt, und zwar durch die Unterstützung zur Gründung neuer hochwertiger, innovativer, interaktiver und engagierter Geschäfte des Einzelhandels. Konkret gewährt Creashop einem neuen Unternehmer, der sich in einem Leerstand niederlassen möchte, einen Bonus von maximal 6.000€, der maximal 60% der für den Aufbau des neuen Geschäfts anfallenden Kosten entspricht.

Um als Gemeinde oder Stadt beim Programm Créashop-Plus mitmachen und einen Antrag einreichen zu dürfen, musste man gewissen Kriterien der Wallonischen Region entsprechen. Das bedeutet, dass die möglichen förderfähigen Antragsteller schon im Voraus festgelegt waren, basierend auf den Gemeinden/Städten, die als « centres des (sous) bassins de consommation d'achats courants et alimentaires » im regionalen Schema der Geschäftsentwicklung definiert waren („Schéma régional de développement commercial“).

Die wallonische Regierung hatte beschlossen, mit CréashopPlus das Programm auszuweiten und neben den 16 bestehenden nun auch kleinere Städte und Gemeinden aufzunehmen. Für die DG konnten Eupen, St. Vith und Kelmis einreichen, letztendlich gab es Anträge von Eupen und St. Vith, die beide im 2. Anlauf im September angenommen wurden. In Eupen wurde der Antrag durch den RSM eingereicht – teilweise unterstützt durch die WFG, in St. Vith durch die Stadtverwaltung. Somit sind 2 von 3 möglichen Gemeinden aus der DG ins Programm aufgenommen wurden und können nun den Projektaufruf starten und so den Leerstand bekämpfen.

Die WFG wird als zentraler Ansprechpartner für Fragen rund um das Thema Wirtschaft in Ostbelgien, in den Auswahljurys der Projekte in beiden Gemeinden vertreten sein und so ihr Know-how und ihre Erfahrung in diesem Bereich zur Bewertung der eingereichten Projekte in beiden Gemeinden einbringen.