

# Stadt Heidelberg

Drucksache:  
**0104/2021/IV**

Datum:  
31.03.2021

Federführung:  
Dezernat I, Amt für Wirtschaftsförderung und Wissenschaft

Beteiligung:

Betreff:

**Wirtschaftsoffensive**  
**Übersicht Hilfsmaßnahmen Dezember 2020 bis März 2021**

## Informationsvorlage

### Beschluslauf

Die Beratungsergebnisse der einzelnen Gremien beginnen ab der Seite 2.2 ff.  
Letzte Aktualisierung: 10. Mai 2021

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Kenntnis genommen:	Handzeichen:
Ausschuss für Wirtschaft und Wissenschaft	21.04.2021	Ö	( ) ja ( ) nein ( ) ohne	
Gemeinderat	06.05.2021	Ö	( ) ja ( ) nein ( ) ohne	

**Zusammenfassung der Information:**

*Der Ausschuss für Wirtschaft und Wissenschaft und der Gemeinderat nehmen die Inhalte der Informationsvorlage zur Kenntnis.*

**Finanzielle Auswirkungen:**

Bezeichnung:	Betrag in Euro:
<b>Ausgaben / Gesamtkosten:</b>	
• keine	
<b>Einnahmen:</b>	
• keine	
<b>Finanzierung:</b>	
• keine	
<b>Folgekosten:</b>	
• keine	

**Zusammenfassung der Begründung:**

Die Informationsvorlage gibt einen Überblick über die Unterstützungs- und Hilfsangebote der Stadt Heidelberg gegenüber den Einzelhandelsbetrieben und Gastronomie während des Lockdowns und im Zuge der Wiedereröffnung im März 2021.

## **digitale Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft und Wissenschaft vom 21.04.2021**

**Ergebnis:** Kenntnis genommen

## **Sitzung des Gemeinderates vom 06.05.2021**

**Ergebnis:** Kenntnis genommen

## **Begründung:**

Die Stadt Heidelberg betreut, insbesondere durch das Amt für Wirtschaftsförderung und Wissenschaft, die Betriebe, die von den einschränkenden Maßnahmen der Coronaverordnungen betroffen sind. Vor allem Einzelhandelsgeschäfte haben durch den erneuten Lockdown im Dezember 2020 gravierende und teilweise existenzbedrohende Verluste erlitten. Die für die Branche wichtigste Saison, das Weihnachtsgeschäft, ist für die stationären Betriebe quasi komplett weggebrochen. Umso wichtiger war es, die Kommunikation zu jeder Zeit aufrechtzuerhalten, Beratungen und Hilfestellungen anzubieten und Maßnahmen zu entwickeln, um die Folgen des Lockdowns im Rahmen der kommunalen Möglichkeiten so gut es geht zu mildern. Folgende Maßnahmen wurden durchgeführt:

### **1. Information an Betriebe und Beratung**

Bereits in der Phase des sich abzeichnenden Lockdowns wie auch in der Phase während der Geschäftsschließungen haben zahlreiche telefonische Einzelkontakte stattgefunden. Die Wirtschaftsförderung hat für die Unternehmen eine wichtige Lotsenfunktion erfüllen können, Ansprechpartner für rechtliche Fragen und zu finanziellen Unterstützungen vermittelt und über die Regelungen informiert. Neben den telefonischen Beratungen, Mailverkehr, Newsletter und schriftlichen Austausch hat die Stadt Heidelberg jederzeit über ihre Homepage spezifische Informationen für die Betriebe angeboten. In diesem Zusammenhang ist auch die sehr gut organisierte und von den Betrieben positiv wahrgenommene Gewerbe-Corona-Hotline des Bürger- und Ordnungsamtes zu nennen.

### **2. Am Puls der Zeit**

Die Akteure der Verwaltung standen und stehen während der Corona-Pandemie im ständigen partnerschaftlichen Austausch mit den wichtigsten Organisationen der betroffenen Branchen wie Handelsverband, Pro Heidelberg, IHK, DEHOGA sowie zu den Betrieben selbst. Darüber hinaus gab und gibt es nach Möglichkeit den Austausch mit Experten im Rahmen von Tagungen und Seminaren. Durch den konsequenten Dialog konnten jederzeit Wissen und Informationen ausgetauscht werden, um die Erkenntnisse für die Praxis zu nutzen.

### **3. Service**

Insbesondere den Einzelhandelsbetrieben wurde ein Service durch zahlreiche themenbezogene Plakate zum Download auf der städtischen Homepage angeboten, die situationsbedingt zum Einsatz kommen konnten. Die Betriebe mussten keinen eigenen Aufwand betreiben, sondern konnten sich der Plakate bedienen, die seitens der Stadt Heidelberg zur Verfügung gestellt wurden.

Dadurch, dass viele Geschäfte von dem Angebot Gebrauch machten, war damit ein hoher Wiedererkennungswert bei der Kundschaft verbunden. Plakate zu Click and Meet, Kundenbeschränkungen, Maskenpflicht, Abstandsregelungen, Click and Collect oder auch ein Willkommensplakat stehen als Download zur Verfügung oder wurden ausgedruckt in die Geschäfte gebracht.

#### **4. Click and Collect**

Im Zuge der Realisierung von Click and Collect Angeboten hat die Wirtschaftsförderung die Subdomain #heidelbergkaufflokal ins Leben gerufen. Dort finden sich mittlerweile über 300 Einträge aus dem Heidelberger Einzelhandel und der Gastronomie. Die Seite informiert über die Möglichkeiten von Click and Collect Angeboten in Heidelberg und kann auch für Click and Meet-Angebote erweitert werden. Neben ständiger Pressearbeit wurden auch auf einer Sonderseite der Rhein-Neckar-Zeitung das Portal und die Betriebe intensiv vorgestellt und beworben. Das Angebot wird ergänzt durch kostenlose Lieferangebote durch Rad-Kurierfahrten, finanziert aus dem Budget des Amtes für Wirtschaftsförderung und Wissenschaft.

#### **5. Aktion Dankeschein und vielmehr.heidelberg.de**

An der Aktion Dankeschein haben sich im Rahmen des für diesen Zweck neu programmierten Portals vielmehr.heidelberg.de über 600 Heidelberger Betriebe, Vereine und Soloselbständige beteiligt. Mehr als 35.000 Dankescheine wurden von der Heidelberger Bevölkerung als Zeichen der Unterstützung und Verbundenheit eingesetzt, wodurch über 350.000€ an die Teilnehmenden „Dankstellen“ ausgezahlt werden konnte.

Die Internetplattform vielmehr.heidelberg.de bietet mittlerweile über 600 Unternehmensprofile an. Das Amt für Wirtschaftsförderung und Wissenschaft wird nun dieses Portal, unabhängig von der Aktion Dankeschein, weiter ausbauen, im Sinne des Gemeinderatsbeschlusses vom Dezember 2020. Zur Weiterentwicklung sind die Heidelberg Marketing GmbH, Heidelberg Congress sowie Pro Heidelberg e.V. bereits eingebunden. Ziel ist die Gewinnung weiterer Unternehmen und die konsequente Weiterentwicklung, damit vielmehr.heidelberg.de eine attraktive Plattform mit Nutzen für die Betriebe aber auch für Heidelberger\*innen und Besucher\*innen wird.

Als nächstes konkretes Projekt führt Pro Heidelberg e.V. einen Stadtgutschein ein, der über vielmehr.heidelberg.de vermarktet wird und eine hohe Schnittstelle zum Portal bietet.

## **6. Eigentümer Gewerbeimmobilien – Vermittlung - Leerstandsplakatierung**

Aktuell sind im Einzelhandel diverse Insolvenzen namhafter Unternehmen zu beobachten, die meist mit dem grundsätzlichen Rückzug aus dem stationären Einzelhandel einhergehen. Der Kontaktaufbau und die Pflege von Netzwerken zu Immobilieneigentümern von Einzelhandelsgeschäften und der Kontakt zu standortinteressierten und ansiedlungswilligen Unternehmen ist wichtiger denn je. Die Wirtschaftsförderung investiert viel Arbeit und Engagement in diese Netzwerke, mit dem Ziel, Leerstände im Rahmen der zur Verfügung stehenden Möglichkeiten so schnell wie möglich durch die Beratungen und die Vermittlung von Kontakten in neue Nutzungen zu überführen.

Um den Anblick von leerstehenden Ladenlokalen so gut wie möglich zu reduzieren, hat die Wirtschaftsförderung ein Pilotprojekt zur aktiven Schaufenstergestaltung gestartet. Den Eigentümern werden unterschiedliche Möglichkeiten der Leerstandsplakatierung, etwa durch Motive aus dem Bereich Concept-Store oder auch Wissenschaft zur vollflächigen Schaufenstergestaltung angeboten. Die optische Auffrischung von leerstehenden Ladenlokalen soll sich in die umgebende Geschäftslage einfügen und insgesamt zu einer positiveren Wahrnehmung der Lage beitragen. Für die Stadtteile ist die Agentur Z verantwortlich, Leerstände, auch schon vor der Corona-Krise, durch Zwischennutzungen zu bespielen.

## **7. Einzelhandelsentwicklungskonzept**

Bereits 2019 hat die Stadt Heidelberg die Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes in Auftrag gegeben. Durch die Corona-Pandemie haben sich Arbeitsschritte erschwert und verzögert, so dass mit einer Fertigstellung und Vorlage im Gemeinderat im Herbst 2021 zu rechnen ist. Bereits jetzt zeigt das Konzept in seiner Arbeitsphase klare Schwerpunkte und Aussagen zur Stärkung der Innenstadt und der Stadtteilzentren auf. Die Beschlussfassung des Konzeptes würde auf strategischer Ebene maßgeblich zur Stärkung des innerstädtischen Handels beitragen.

## **8. Entbürokratisierung und Freiheitsgrade**

Bereits zu Beginn der Corona-Pandemie, aber auch im Zuge der jetzigen Wiedereröffnung der Geschäfte und Gastronomiebetriebe wurden und werden auch zukünftig die bislang stark reglementierenden Auflagen zu Sondernutzungen weitgehend und unbürokratisch gelockert. So können Einzelhandelsbetriebe Werbung vor ihren Geschäften platzieren und Werbemaßnahmen umsetzen, sofern sie mit dem Ziel der Eindämmung der Corona-Pandemie verträglich sind. Die Gastronomie wird auch in der anstehenden Saison ihre Außenbestuhlung gebührenfrei -soweit es vertretbar ist - erweitern können. Die Verwaltung gibt hierzu vor Ort Hilfestellung, koordiniert die Unternehmen und organisiert die Erlaubnisse durch schnelle unbürokratische Abstimmungsverfahren unter den Ämtern.

## **9. Organisierte Kommunikation**

Vor, während und nach des Lockdowns ist die Kommunikation mit den Heidelberger Unternehmen eines der wichtigsten Instrumente der Wirtschaftsförderung. Es können zwar nicht alle rund 7000 Unternehmen gleichermaßen in die Kommunikationsformate eingebunden werden, dennoch ist es das Ziel, mit so vielen wie möglich in Kontakt zu treten. Durch organisierte Kommunikationsformate wie Branchentreffen mit dem Einzelhandel, der Hotellerie und Gastronomie und dem Handwerk sowie Veranstaltungen wie das Einzelhandelsfrühstück, Wirtschaftskonferenzen,

Wirtschaftsgespräche und weitere, kann mit vielen Unternehmen gleichzeitig über deren Themen diskutiert werden. Die Formate dienen dem Erfahrungsaustausch, der Information und helfen dabei, dass gewonnenen Erkenntnisse sinnvoll in der Praxis Anwendung finden.

## **Prüfung der Nachhaltigkeit der Maßnahme in Bezug auf die Ziele des Stadtentwicklungsplanes / der Lokalen Agenda Heidelberg**

### 1. Betroffene Ziele des Stadtentwicklungsplanes

<b>Nummer/n: (Codierung)</b>	<b>+/- berührt:</b>	<b>Ziel/e:</b>
AB5	+	Erhalt der Einzelhandelsstruktur <b>Begründung:</b>
SL4	+	<b>Ziel/e:</b> City als übergeordnetes Zentrum stärken <b>Begründung:</b>
SL3	+	<b>Ziel/e:</b> Stadtteilzentren als Versorgungs- und Identifikationsräume stärken <b>Begründung:</b>

### 2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

gezeichnet  
Prof. Dr. Eckart Würzner