Stadt Heidelberg

Drucksache:
0 0 0 7 / 2 0 2 3 / I V

Datum:
14.04.2023

Federführung:
Dezernat I, Amt für Wirtschaftsförderung und Wissenschaft

Beteiligung:

Betreff:

„Studie Vitale Innenstädte, – Ergebnisse für Heidelberg

Informationsvorlage

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Kenntnis genommen:	Handzeichen:
Ausschuss für Wirtschaft und Wissenschaft	03.05.2023	Ö	() ja () nein () ohne	
Gemeinderat	17.05.2023	Ö	() ja () nein () ohne	

Zusammenfassung der Information:

Der Ausschuss für Wirtschaft und Wissenschaft und der Gemeinderat nehmen die Informationen zur Studie „Vitale Innenstädte“ mit den Ergebnissen für die Stadt Heidelberg zur Kenntnis.

Finanzielle Auswirkungen:

Bezeichnung:	Betrag in Euro:
Ausgaben / Gesamtkosten:	
• Teilnahmegebühr für 2 Jahre	7.000
Einnahmen:	
• keine	
Finanzierung:	
• Teilhaushalt Amt 80	
Folgekosten:	
• keine	

Zusammenfassung der Begründung:

Die Informationsvorlage stellt basierend auf der IFH Studie „Vitale Innenstädte“ dar, welche Rahmenbedingungen eine zeitgemäße Innenstadt erfüllen muss um für die Zukunft sicher aufgestellt zu sein.

Die Studie zeigt auf, dass Heidelberg eine der attraktivsten Innenstädte Deutschlands besitzt. Diverse durchgeführte Projekte zur Förderung des Einzelhandels haben dieses positive Ergebnis unterstützt und es sind weiterhin neue Maßnahmen in Vorbereitung, um diesen Status zu erhalten und zukunftsweisend zu optimieren.

Begründung:

1. Ausgangssituation

Was sind die Erfolgsfaktoren für zeitgemäße attraktive Innenstädte vor dem Hintergrund von Urbanisierung, Digitalisierung und Strukturwandel? Dieser Frage ist das IFH Köln im Jahr 2022 zum fünften Mal nachgegangen. Für die Untersuchung wurden in 111 teilnehmenden deutschen Städten aller Größen und Regionen Innenstadtbesucherinnen und -besucher vor Ort zu ihren Einkaufsgewohnheiten und der Attraktivität der jeweiligen Innenstadt befragt.

Die Umfrage wurde in der Heidelberger Altstadt an vier Tagen zwischen Mitte September und Mitte November 2022 auf Höhe Anatomiegarten und Darmstädter Hof Centrum in der Hauptstraße durchgeführt. Die Ergebnisse aller deutschlandweit geführten 69.000 persönlichen Interviews hat das IFH Institut zusammengefasst, statistisch ausgewertet und die teilnehmenden Städte in Vergleich gesetzt. Die Stadt Heidelberg hat in der Kategorie der Städte mit 100.000-200.000 Einwohnern zum vierten Mal an der IFH-Studie teilgenommen.

Das Jahr 2022 war dabei von besonderer Bedeutung: Zwei Jahre Corona-Pandemie und die seit 2022/23 zusätzlich bestehende Energiekrise haben den Einzelhandel als wichtigen Teil der Innenstädte besonders hart getroffen und verändert.

Trotzdem wurden laut der IFH-Studie die Attraktivität und die Einkaufssituation der deutschen Innenstädte mit besseren Durchschnittsquoten als 2020 bewertet. Die Zahl der Passantinnen und Passanten ist allerdings noch immer leicht geringer als vor der Corona-Zeit. Hier wird ein Zusammenhang mit den veränderten Ansprüchen der Besuchenden sowie Kundeninnen und Kunden an die Innenstadt gesehen.

2. Erkenntnisse der Studie „Vitale Innenstädte 2022“ für Heidelberg

Für die Besuchenden der Heidelberger Innenstadt steht das Einkaufen meistens und besonders am Wochenende im Vordergrund. Der hohe Besucherzulauf aus dem Umland verbindet das Einkaufen dann gerne mit dem gastronomischen und kulturellen Angebot, was auch die hohe Verweildauer in der Innenstadt belegt.

Die Anzahl der besuchten Geschäfte ist größer als in den meisten deutschen Städten und auch die Attraktivität, die Aufenthaltsqualität, die Sauberkeit und Ordnung sowie das Einzelhandelsangebot der Innenstadt wurde überdurchschnittlich gut bewertet.

Die Erreichbarkeit der Stadt wurde in Abhängigkeit des von der befragten Person gewählten Verkehrsmittels unterschiedlich bewertet. Sehr viele Menschen nutzen Bus und Bahn und die Benützung des ÖPNV fiel dabei überdurchschnittlich gut aus. Unterdurchschnittlich viele Besucher kommen mit dem motorisierten Individualverkehr in die Stadt, was sich in der vergleichsweise schlechten Bewertung der diesbezüglichen Erreichbarkeit bestätigt.

Beim Bewertungskriterium „Weiterempfehlung“ liegt Heidelberg im oberen Viertel der Vergleichsstädte. Um diese Wertung zu halten, sollten die dafür maßgeblichen Einflussfaktoren Aufenthaltsqualität, Ambiente, Außengestaltung, touristische Attraktivität und Erlebniswert weiterhin in den Fokus genommen und zuträgliche Maßnahmen abgeleitet werden. Social Media ist hier ein immer weiter an Wichtigkeit gewinnender Kommunikationskanal, der das Weiterempfehlen sekundenschnell und in Echtzeit ermöglicht und im Rahmen der Transformation der Innenstadt beachtet werden sollte.

3. Laufende und geplante Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt

Die positiven Bewertungen der Studie „Vitale Innenstädte“ drücken sich mitunter durch die steigenden Eintragungen von Einzelhändlern in das digitale Portal www.vielmehrheidelberg.de aus. Zu Beginn der Corona-Pandemie 2020 hat das Amt für Wirtschaftsförderung und Wissenschaft diese digitale Plattform für Einzelhandel, Dienstleistungen, das Handwerk und die Kultur- und Kreativschaffenden der Stadt erstellt und kontinuierlich ausgebaut. Ergänzend dazu können im Social-Media-Kanal „viel mehr Heidelberg“ aktuelle Trends zeitnah und niederschwellig aufgenommen, ausgewertet und für die wachsende Community entsprechend aufbereitet werden.

Zeitgleich wurde die „Task Force Einzelhandel“ gegründet, um seitdem mit neuen Aktionen und Maßnahmen auf die Veränderungen im Einzelhandel reagieren zu können und Projekte direkt mit den Einzelhandelbetrieben und institutionellen Partnern abzustimmen.

Ebenfalls im Zuge der Heidelberger Wirtschaftsoffensive wurde 2022 ein Förderprogramm für den inhabergeführten Einzelhandel eingerichtet. Selbständige haben dabei mit Investitionen in Um- oder Ausbauarbeiten und Modernisierungsmaßnahmen dazu beitragen, mit ihren Geschäften auch den Gesamtstandort konkurrenzfähig, attraktiv und zukunftsfähig aufzustellen. Der Fördertopf wurde vollständig ausgeschöpft und sehr gut angenommen. In der Folge geht das Programm 2023 in die zweite Förderperiode.

Auch das Leerstandsmanagement wurde in den Corona -Jahren durch die engere Zusammenarbeit mit den Eigentümern der Handelsimmobilien in den Fokus genommen. Ein Eigentübertreffen soll die Vernetzung weiter intensivieren und Grundlage für ein gemeinsames Verständnis eines qualitativ hochwertigen Einzelhandelsbesatzes und seines Mehrwertes für die Innenstadt in ihrer Gesamtheit bilden.

Die Heidelberger Seitengassen erfuhren mit der Aktion „Seitensprüche Wünsche und Worte in den Seitengassen“ eine kulturelle Aufwertung und Stärkung. Die Aktion wird 2023 in Kooperation mit dem Kulturamt fortgeführt. Die Feste in der Neu-, Ketten-, Heugasse sowie der Merianstraße haben die jeweilige Seitenstraße 2022 thematisch und mit dekorativen Überspannungen in Szene gesetzt und die Besucherfrequenzen erhöht und wird ebenfalls fortgesetzt. Aktuell wird mit einem Plöckfest für eine weitere wichtige Shopping- und Servicestraße kollaborativ eine vielfältige und publikumswirksame Veranstaltung vorbereitet.

In enger Verbindung mit dem Citymarketingverein Pro Heidelberg sind weitere Veranstaltungen und Aktionen zur Steigerung der Attraktivität des Handelsstandorts geplant.

Über das Innenstadtförderprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ des Bundes (Laufzeit 2023 bis 2025), wird mit kreativen Allianzen und urbanen Strategien die Innenstadt Heidelbergs neu aufgestellt und damit ihre Zukunftsfähigkeit gefestigt.

4. Fazit

Für den Erhalt und Ausbau einer lebendigen und attraktiven Innenstadt ist der Einzelhandel Heidelbergs als ein wichtiges strategisches Element mit hohem Stellenwert erkannt. Die „Heidelberger Mischung“ mit ihrem breiten Angebot an Kultur, Historie, vielfältiger Gastronomie und Shoppingmöglichkeiten ist für die Region ein beständiger Anziehungspunkt. Die Beschlüsse des Gemeinderates zur Stärkung des Einzelhandelsstandortes Heidelberg und die konsequente Umsetzung durch die Verwaltung in Verbindung mit der Händlerschaft haben in den vergangenen Jahren aus Sicht der Verwaltung zu den guten Ergebnissen der Studie „Vitale Innenstädte“ beigetragen.

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

1. Betroffene Ziele des Stadtentwicklungsplanes

Nummer/n: (Codierung)	+ / - berührt	Ziel/e:
SL4		City als übergeordnetes Zentrum sichern Begründung: Aktive Marketingmaßnahmen dienen der Standortsicherung
AB5		Ziel/e: Erhalt der Einzelhandelsstruktur Begründung: Die Aktivitäten der Wirtschaftsförderung dienen der Stärkung des Einkaufsstandortes Heidelberg und damit der Sicherung der Einzelhandelsstruktur
AB1		Ziel/e: Vollbeschäftigung anstreben, Standort sichern, stabile wirtschaftliche Entwicklung fördern Begründung: Eine funktionierende und resiliente Innenstadt stellt Arbeitsplätze bereit und liegt in der Verantwortung Heidelbergs als Oberzentrum.

2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

Keine.

gezeichnet
in Vertretung
Wolfgang Erichson

Anlagen zur Drucksache:

Nummer:	Bezeichnung
01	Präsentation „Vitale Innenstädte“