

Stadt Heidelberg
Dezernat I, Direktion für allgemeine Verwaltung, Wirtschaft und Beschäftigung

**Stärkung des innerstädtischen
Einzelhandels
- Diskussion des 10-Punktes-Papiers von
PRO Heidelberg-Stadtmarketing e. V.**

Informationsvorlage

Beratungsfolge	Sitzungstermin	Behandlung	Kenntnis genommen	Handzeichen
Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss	10.05.2005	Ö	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein	

Inhalt der Information:

Der Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss nimmt von dieser Information Kenntnis.

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

1. Unmittelbar betroffene Ziele des Stadtentwicklungsplanes

**Nummer/n:
(Codierung)** **Ziel/e:**

SL 4 City als übergeordnetes Zentrum sichern

Begründung:

Die City in ihrer Bedeutung als übergeordnetes Zentrum unter Beachtung der historischen Struktur wird gesichert und gefördert.

Ziel/e

SL 11 Straßen und Plätze als Lebensraum zurückgewinnen, Aufenthaltsqualität verbessern

Begründung:

Die Qualität von Arbeit, Leben und Einkauf in der Stadt wird gefördert.

Ziel/e:

AB 5 Erhalt der Einzelhandelsstruktur

Begründung:

Die Heidelberger Einzelhandelsstruktur wird erhalten und somit die vorhandenen Arbeitsplätze gesichert. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit innerstädtischen Sortimenten am Stadtrand werden abgelehnt, wenn sie die Attraktivität des innerstädtischen Handels und damit auch die Stadt als Kommunikations- und Tourismuszentrum beeinträchtigen.

2. Mittelbar betroffene Ziele des Stadtentwicklungsplanes im Sinne eines fachübergreifenden Ansatzes

**Nummer/n:
(Codierung)** **Ziel/e:**

MO 5 Ausbau und Verbesserung der vorhandenen Verkehrsinfrastruktur

Begründung:

Die Innenstadt bleibt multifunktional und für alle Verkehrsmittel erreichbar.

Begründung:

Der innerstädtische Einzelhandel sieht sich überall in Deutschland angesichts des veränderten Einkaufsverhaltens großen Herausforderungen gegenüber. Im Rhein-Neckar-Dreieck kommt die Nähe von drei Oberzentren hinzu, die als Einzelhandelsstandorte konkurrieren.

Heidelberg hat durch die Einzelhandelsuntersuchung im Jahr 1997 die wichtigsten Einzelhandelsdaten erhoben und differenzierte Kenntnisse über die Rahmenbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten des Heidelberger Einzelhandels erarbeitet.

Der Gemeinderat hat in seiner Sitzung vom 19.06.1997 dem Zentrenkonzept der Einzelhandelsstrukturuntersuchung Heidelberg zugestimmt.

Zwei wesentliche Erkenntnisse sind prägend für Heidelberg:

1. Das Einkaufserlebnis in Heidelberg wird als besonders attraktiv angesehen.
2. Heidelberg braucht einen qualitativ hoch stehenden Einzelhandel mit einem Einkaufsmagneten im Textilbereich.

Die Stadt hat diese Herausforderungen in den Mittelpunkt ihrer Arbeit gestellt. Leider ist es nicht zuletzt aufgrund der besonderen baulich-kleinteiligen Situation in den für den Einzelhandel interessanten Spitzenlagen der Altstadt bisher nicht gelungen, den gewünschten "Einkaufsmagneten" im Textilbereich in Heidelberg anzusiedeln.

Zur Umsetzung der Einzelhandelsstrukturuntersuchung ist auf Initiative von Frau Oberbürgermeisterin Weber der Initiativkreis Stadtmarketing gebildet worden. Er soll Projekte zur Verbesserung der Rahmenbedingungen des Heidelberger Einzelhandels entwickeln und alle erforderlichen Maßnahmen zu deren praktischer Verwirklichung bündeln. Die erste Zusammenkunft des Initiativkreises Stadtmarketing erfolgte am 31.07.1997. Seither hat er sich als zentrale Abstimmungsplattform für alle Beteiligten aus Einzelhandel und Verwaltung etabliert.

Wesentliche Ergebnisse der Zusammenarbeit zwischen der Stadt, der HWE Heidelberger Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft mbH und des Heidelberger Einzelhandels gehen auf den gemeinsam getragenen Workshop zur Zukunft des Einzelhandels in Heidelberg mit dem Beratungsunternehmen Roland Berger zurück. In der Veranstaltung am 21. und 22.10.1999 wurde in einer Reihe von Arbeitsgruppen die Situation des Heidelberger Einzelhandels analysiert und ein Programm für dessen zukünftige Entwicklung formuliert. Das zentrale Ergebnis dieses Workshops war eine Neuorganisation und ein neues Finanzierungskonzept für das Stadtmarketing in Heidelberg:

Die Werbegemeinschaft PRO Heidelberg hat sich mit dem Namenszusatz "Stadtmarketing" neu positioniert. Seit dieser Neuorientierung hat PRO Heidelberg die Anzahl seiner Mitglieder auf über 200 mehr als vervierfacht.

Eine professionelle Geschäftsstelle von PRO Heidelberg-Stadtmarketing e. V. wurde bei der HWE Heidelberger Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft mbH eingerichtet.

Neben dem Vorstand hat der Verein eine Geschäftsführung erhalten. Die Aufgaben des Geschäftsführers nimmt ein Mitarbeiter der HWE Heidelberger Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft mbH wahr.

PRO Heidelberg-Stadtmarketing e. V. bindet durch einen Beirat die ganze Breite des Heidelberger Einzelhandels ein. Der Beirat wird durch den Initiativkreis Stadtmarketing gebildet, dem neben dem Einzelhandel auch Vertreter der Gastronomie, der Geldinstitute, städtischer Ämter und anderer Dienststellen und Einrichtungen angehören, die zur positiven Entwicklung des Einzelhandelsstandorts Heidelberg beitragen können.

Die neuen Organisationsstrukturen sind im Gemeinderat der Stadt Heidelberg in seiner Sitzung am 24.02.2000 vorgestellt und zustimmend zur Kenntnis genommen worden. Danach wurden Aufgabenschwerpunkte erarbeitet und in dem dieser Vorlage beigefügten Papier zusammengestellt. Auf der Grundlage der neuen Organisation und der von allen Beteiligten erarbeiteten Aufgabenschwerpunkte wurde ein Finanzierungskonzept gebilligt, das eine hälftige Finanzierung der Projekte und sonst entstehenden Kosten durch die Stadt und den Heidelberger Einzelhandel vorsieht.

Seit 2001 ist dies die gemeinsame Basis von Stadt und Einzelhandel für die systematische Arbeit zur Erreichung der gesetzten Ziele.

Diese Zusammenarbeit hat in den vergangenen Jahren zu einer großen Zahl von Projekten geführt (Beispiele 2004):

- Heidelberg im Märchenzauber
- Heidelberger Brotmarkt (Kooperation mit Bäckerinnung)
- Baustellenmarketing Römerstraße
- Bärenstag
- Heidelberg im Weihnachtszauber

Alle Projekte entsprechen der Zielvorstellung von Stadtmarketing und PRO Heidelberg-Stadtmarketing e. V., den Erlebniseinkauf als besondere Stärke des Einzelhandelsstandorts Heidelberg noch attraktiver zu machen.

Um weitere neue Impulse für den Einzelhandel zu geben, hat nach einer Diskussion im vergangenen Sommer und Herbst PRO Heidelberg-Stadtmarketing e. V. ein 10-Punkte-Programm zur Umsetzung der aus heutiger Sicht besonders dringlich zu verfolgenden Ziele erarbeitet. Dieses Papier war Gegenstand der Beratungen des Initiativkreises Stadtmarketing. Die Gemeinderatsfraktionen waren hierzu eingeladen. Vertreter einzelner Fraktionen haben intensiv mitgearbeitet und viele Anregungen eingebracht. Das 10-Punkte-Programm ist im Ratsinformationssystem hinterlegt.

Zunächst bestand die Absicht, bereits zu den Haushaltsberatungen 2005/2006 die ersten Projekte zur Verwirklichung des 10-Punkte-Programms vorzustellen und deren Finanzierungsmöglichkeit zu klären. Aufgrund der außerordentlich intensiven Vorbereitungen für die Veranstaltung „Heidelberg im Frühling“ in der Innenstadt mit einem verkaufsoffenen Sonntag ist die Konkretisierung dieser Projekte leider noch nicht abgeschlossen. Die generelle Zielrichtung der in Heidelberg zu leistenden Verbesserungen hat sich seit den Empfehlungen aus der Arbeit mit Roland Berger jedoch nicht verändert.

1. Die Verbesserung des Stadterlebnisses für alle Besucher und Kunden.
2. Das Festhalten, Weiterentwickeln und Fördern der Qualität der Geschäfte und ihrer Angebote. Heidelberg lebt von der Besonderheit des Angebots; Qualität bedeutet hier Vielfalt, Individualität, Kleinteiligkeit und Hochwertigkeit.

Bei der Gestaltung von Veränderungen, hierzu gehören möglicherweise auch Vorschläge für bauliche Verbesserungen im Bereich der Hauptstraße, wird es entscheidend sein, dass man sie positiv erlebt und wahrnimmt. Der Wohlfühleffekt, die Aufenthaltsqualität in der Stadt muss spürbar gestärkt werden. In diesem Zusammenhang wird z. B. die Ausleuchtung unserer Straßen und Plätze ein besonderes Thema sein.

Noch vor den Sommerferien werden die mit dem Einzelhandel im Rahmen des Stadtmarketing gemeinsam durchzuführenden Projekte und Vorschläge zu möglichen Verbesserungen im äußeren Erscheinungsbild der Stadt abgestimmt sein und mit Finanzierungsvorschlägen den gemeinderätlichen Gremien vorgelegt werden können.

Es wird gebeten, von dieser Information Kenntnis zu nehmen.

gez.

B. Weber

Anlagen zur Drucksache:	
Lfd. Nr.	Bezeichnung
A 1	Diskussionspapier "Stadtmarketing Heidelberg" vom 18.05.2000
A 2	10-Punkte-Programm