

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

**10-Punkte-Programm von PRO Heidelberg-
Stadtmarketing e. V.
Handlungskonzept**

Informationsvorlage

Beratungsfolge	Sitzungstermin	Behandlung	Kenntnis genommen	Handzeichen
Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss	06.12.2005	Ö	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein	

Inhalt der Information:

Der Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss nimmt die Information zur 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)**

SL 4

Ziel/e:

City als übergeordnetes Zentrum sichern

Begründung:

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

SL 11

Ziel/e:

Straßen und Plätze als Lebensraum zurückgewinnen, Aufenthaltsqualität verbessern

Begründung:

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

AB 5

Ziel/e:

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)**

MO 5

Ziel/e:

Ausbau und Verbesserung der vorhandenen Verkehrsinfrastruktur

Begründung:

Die Innenstadt bleibt multifunktional und für alle Verkehrsmittel erreichbar.

Begründung:

Das 10-Punkte-Programm von PRO Heidelberg-Stadtmarketing e. V. ist im Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss des Gemeinderats am 10.05.2005 beraten worden. Der Ausschuss hat der Verwaltung den Auftrag erteilt, eine Zielbestimmung für den Einzelhandel in Heidelberg zu erarbeiten und in einem Maßnahmenkatalog die konkret und baldmöglich umzusetzenden Projekte zu benennen.

In Zusammenarbeit mit dem Einzelhandel hat die HWE Heidelberger Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft mbH im Rahmen der städtischen Wirtschaftsförderung diese Zielbestimmung und einen Maßnahmenkatalog in dem Papier

"Einkaufen in Heidelberg – Heidelberg ist einzigartig"

formuliert. Es ist im Initiativkreis Stadtmarketing mit dem Heidelberger Einzelhandel unter Beteiligung von Vertretern aus den Gemeinderatsfraktionen beraten worden.

Änderungs- und Ergänzungswünsche wurden berücksichtigt. Der Text ist mit Schreiben der Oberbürgermeisterin vom 29.07.2005 an alle Mitglieder des Gemeinderats übersandt worden. Die als konkret umzusetzenden Maßnahmen festgehaltenen Punkte waren durch eine Umrandung gekennzeichnet. Der Zielbestimmungs- und Maßnahmenkatalog ist die Beratungsunterlage für den Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss am 25.10.2005. Die in der Umrandung hervorgehobenen Projekte und Aktivitäten sind auf den aktuellen Stand gebracht.

Die Stadt Heidelberg bekennt sich zu ihrem Einzelhandel. Sie wird auch in Zukunft alles tun, um diesen für die gesamte Stadtentwicklung außerordentlich wichtigen Wirtschaftszweig nach Kräften zu fördern. Es ist ihr ein bedeutendes Anliegen, auch zukünftig die Aktivitäten des Einzelhandels mit PRO Heidelberg-Stadtmarketing e. V. zu unterstützen und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen hierzu zusammen mit dem Einzelhandel zu gewährleisten.

Zahlen über die Entwicklung des Einzelhandels in Heidelberg spiegeln die allgemeine Situation dieser Branche in Deutschland. Zahlreiche Faktoren werden für die zu beobachtende generelle Zurückhaltung der Käuferinnen und Käufer verantwortlich gemacht. Umso schwerer wiegt die Herausforderung, durch Verbesserung der Rahmenbedingungen derartigen zu beobachtenden Trends entgegenzuwirken. Dabei sind die Handlungsmöglichkeiten der Städte beschränkt. Sie haben ebenso wenig direkten Einfluss auf das Kaufverhalten der Menschen noch auf die Attraktivität des Angebots und die Qualität des Services, um Kunden zu gewinnen und zu halten. Einzelhandel und Städte müssen daher zusammenwirken mit Angebot und Service auf Seiten des Handels, guten Rahmenbedingungen und einer Atmosphäre des Sich-Wohlfühlens auf Seiten der Städte.

Heidelberg ist eine Wohlfühlstadt. Menschen kommen hierher wegen ihres Flairs und ihrer besonderen Atmosphäre. Zahlreiche Befragungen zum Thema Einzelhandel und Kaufverhalten bestätigen dies. Diese Atmosphäre wollen wir erhalten und verbessern. Die Maßnahmen und Projekte auf der Grundlage des 10-Punkte-Programms des Heidelberger Einzelhandels sollen vor allem hierzu dienen.

Viele genannte Maßnahmen sind Daueraufgaben wie Kontakte für Ansiedlungen und Beratungen der Eigentümer unserer Geschäfte. Wir wollen noch früher und aktiver auf sie zugehen und nicht erst tätig werden, wenn der Leerstand bereits eingetreten ist. Von entscheidender Bedeutung werden die Ergebnisse des inzwischen vergebenen Einzelhandelsgutachtens sein.

Andere erwähnte Maßnahmen sind Detailarbeit wie z. B. die Verbesserung mancher Beschilderung. Einige Punkte des Maßnahmenkatalogs werden gerade umgesetzt wie beispielsweise das neue Konzept für die Paketdienste im Fußgängerbereich Altstadt.

Wo umfangreiche abwägende Überprüfungen erforderlich sind, ist damit begonnen.

Zahlreiche Maßnahmen zur Verbesserung der Einzelhandelssituation sind in der alleinigen Hand des Einzelhandels selbst. Sie werden gemeinsam mit der Stadt geplant, im Initiativkreis Stadtmarketing beraten und in einem vereinbarten Zeitrahmen verwirklicht. Besondere Bedeutung für das Erscheinungsbild der Stadt, für das Sich-Wohlfühlen in den Straßen und auf den Plätzen haben die abendliche Lichtwirkung und die Beleuchtungsstrukturen in der Stadt. Das Abendbild soll ein Thema sein, dem wir uns in den kommenden Wintermonaten mit breiter öffentlicher Beteiligung widmen sollten. Das Beispiel aus Lyon soll anhand eines Fernsehbeitrages in der Sitzung des Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschusses auf dieses Thema einstimmen und eine erste Analyse des Büros Belzner Holmes Anregungen geben.

Es wird gebeten, diese Information zur Kenntnis zu nehmen, nachdem der Stand der Umsetzung des 10-Punkte-Programms zurzeit förmliche Beschlüsse noch nicht erfordert.

gez.

Beate Weber

Anlagen zur Drucksache:	
Lfd. Nr.	Bezeichnung
A 1	Einkaufen in Heidelberg – Heidelberg ist einzigartig