

VERTRAULICH
bis zur Feststellung des
schriftlichen Ergebnisses der
letzten nicht öffentlichen
Ausschusssitzung durch
die/den Vorsitzende/n!

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

**Erfahrungsbericht zum verkaufsoffenen
Sonntag beim "Frühlingsfest" in der
Altstadt**

Informationsvorlage

Beratungsfolge	Sitzungstermin	Behandlung	Kenntnis genommen	Handzeichen
Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss	31.01.2006	N	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein	
Gemeinderat	16.02.2006	Ö	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein	

Inhalt der Information:

Der Gemeinderat 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: Ziel/e:
(Codierung)

SL 3 Stadtteilzentren als Versorgungs- und Identifikationsräume stärken

SL 4 City als übergeordnetes Zentrum sichern

AB 1 Vollbeschäftigung anstreben, Standort sichern, stabile wirtschaftliche Entwicklung erreichen

AB 4 Stärkung von Mittelstand und Handwerk

AB 5 Erhalt der Einzelhandelsstruktur

Begründung:

Durch einen verkaufsoffenen Sonntag soll der Wirtschafts- und Einzelhandelsstandort Heidelberg gestärkt werden. Die Attraktivität der Innenstadt wird gestärkt und beworben.

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

Nummer/n: Ziel/e:
(Codierung)

keine

Begründung:

keine

Begründung:

Aus Anlass des „Frühlingsfestes“ in der Altstadt wurde am 10.04.05 in Heidelberg erstmals ein verkaufsoffener Sonntag mit den Öffnungszeiten von 13:00 bis 18:00 Uhr durchgeführt. Bei der Beratung des Antrags in der Sitzung des Gemeinderats am 24.02.05 wurde zugesagt, über die Erfahrungen an diesem verkaufsoffenen Sonntag zu berichten und hierzu einen Vertreter des Einzelhandelsverbandes sowie einen Vertreter der Beschäftigten in den Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss einzuladen.

Die GAL-Grüne-Fraktion hat mit Datum vom 24.04.05 (Antrag 0023/2005/AN) förmlich einen Erfahrungsbericht über den verkaufsoffenen Sonntag „Frühlingsfest“ beantragt. Dies ist in der öffentlichen Sitzung des Bezirksbeirats Altstadt am 31.05.05 beraten, aber nicht abschließend behandelt worden, da zu diesem Zeitpunkt die Ergebnisse der vom Einzelhandelsverband durchgeführten Kunden- und Händlerbefragung noch nicht vorlagen. Nachdem diese Daten vor den Sommerferien nicht mehr verfügbar waren, wurde der Erfahrungsbericht im Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss am 27.09.05 (Drucksache 0133/2005/IV) gegeben. Neben dem Vertreter des Einzelhandelsverbandes war auch ein Vertreter der Gewerkschaft Ver.di zur Sitzung hinzugezogen.

In der Beratung blieben eine Reihe von Fragestellungen offen. Die GAL-Grüne-Fraktion hat daher mit Datum vom 05.10.05 (Antrag 0062/2005/AN) beantragt, den Tagesordnungspunkt „Erfahrungsbericht zum verkaufsoffenen Sonntag beim ‚Frühlingsfest‘ in der Altstadt“ erneut aufzunehmen. In der Begründung wird ausgeführt, dass eine qualitative Einschätzung und Auswertung durch die zuständigen Stellen der Stadt, insbesondere der HDWT Heidelberger Gesellschaft für Wirtschaftsentwicklung und Tourismus mbH erwartet werde. Dieser Antrag wurde vom Gemeinderat in seiner Sitzung vom 10.11.05 zur Vorberatung in den Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss verwiesen.

Entsprechend der Antragstellung wird die Einschätzung und Bewertung durch die für die Wirtschaftsförderung und –entwicklung zuständige Stelle der Stadt vorgenommen, die Direktion für allgemeine Verwaltung, Wirtschaft und Beschäftigung. Sie ist mit der HWE Heidelberger Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft mbH und der HKT Heidelberger Kongress und Tourismus GmbH als den zuständigen und operativ verantwortlichen Tochtergesellschaften der HDWT sowie mit den betroffenen Ämtern der Stadt, insbesondere mit dem Amt für Stadtentwicklung und Statistik und mit dem Amt für öffentliche Ordnung abgestimmt, das für die Vorbereitung der jeweils notwendigen Rechtsverordnungen zur Durchführung eines verkaufsoffenen Sonntags zuständig ist.

Der Einzelhandel in Deutschland hat seit Jahren nicht unerhebliche Umsatzeinbußen zu verzeichnen. Als eine der Ursachen wird auf erhebliche Ausweitungen der Verkaufsflächen hingewiesen. Vor allem beeinflussen jedoch persönliche Unsicherheiten der Einkommensentwicklung und Sorgen um die Sicherheit des Arbeitsplatzes die Kaufbereitschaft. Große Herausforderungen des innerstädtischen Einzelhandels überall in Deutschland liegen darüber hinaus in einem sich verändernden Einkaufsverhalten, sei es durch das aus Kundensicht bequeme Einkaufen in den Zentren „auf der grünen Wiese“, sei es durch den dynamisch wachsenden Bestell- und Onlinehandel.

In der Metropolregion Rhein-Neckar ist außerdem eine Entwicklung zu beobachten, bei der deutliche Umsatzverschiebungen beobachtet werden. Die Stadt Heidelberg hat erkennbar Einzelhandelsumsätze zugunsten Mannheims und auch der Mittelzentren in der Region Heidelberg verloren.

Verkaufsoffene Sonntage allein, ein oder zwei Mal im Jahr durchgeführt, können an dieser Gesamtsituation Entscheidendes nicht verändern. Sie müssen daher verstanden werden als Teil eines Bündels weiterer Maßnahmen zur Verbesserung der Situation des innerstädtischen Einzelhandels. Um dieses Ziel bemüht sich die Stadt Heidelberg zusammen mit vielen engagierten Akteuren aus dem Einzelhandel, vor allem mit dem PRO Heidelberg-Stadtmarketing e. V. Der von Oberbürgermeisterin Weber zur Umsetzung der Einzelhandelsstrukturuntersuchung aus dem Jahr 1997 initiierte „Initiativkreis Stadtmarketing“ ist zugleich Beirat von PRO Heidelberg-Stadtmarketing e. V. Er ist die gemeinsame Diskussions- und Handlungsplattform von Einzelhandel und Stadt.

Zur Verbesserung der Gesamtstrukturen des Heidelberger Einzelhandels hat der PRO Heidelberg-Stadtmarketing e. V. ein 10-Punkte-Programm vorgelegt. Der Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss hat es in seiner Sitzung am 19.04.05 beraten und ein Handlungskonzept gefordert, das sowohl die Ziele für die Entwicklung des Heidelberger Einzelhandels beschreibt als auch konkrete Maßnahmenvorschläge zu deren Umsetzung unterbreitet. Dieses Konzept ist allen Mitgliedern des Gemeinderats am 28.07.05 übersandt und in der Sitzung des Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschusses am 25.10.05 beraten worden. Über den Umsetzungsstand der Maßnahmen wird zukünftig regelmäßig berichtet.

Ziel ist es, Heidelberg als attraktive Einkaufsstadt zu präsentieren, die durch die Qualität von Angebot und Service durch Kundenfreundlichkeit und durch ihr unvergleichliches Stadtbambiente überzeugt. Sie will eine Stadt zum Wohlfühlen sein, die mit der Einzigartigkeit und dem Besonderen ihrer Erlebnisangebote vor allem aus dem Bereich der Kultur die Menschen einlädt.

Nicht nur aus Gründen der derzeitigen Ladenschlussbestimmungen ist es daher entscheidend, dass ein verkaufsoffener Sonntag stets mit attraktiven Ereignissen in der Stadt verbunden ist. Dann wird die Stadt und das Einkaufen in der Stadt zum besonderen Erlebnis und auch zu einem Familienereignis, das von großen Teilen der Bevölkerung gerne angenommen wird.

Erwartungshaltungen der Gesellschaft und individuelle Lebensgestaltung haben sich gewandelt. Auch wenn der Sonntag nach wie vor und zu Recht als Tag der Familie und Erholung angesehen wird, werden damit oft andere Inhalte als früher verbunden. Für viele Menschen und Familien hat ein Einkaufsbummel einen gesuchten Erlebnis- und Erholungswert, wenn er ohne Alltagsstress und in entspannter Atmosphäre, z. B. an einem verkaufsoffenen Sonntag möglich ist.

Heidelberg ist eine internationale Stadt. Städtereisen haben in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen und bedeuten gerade an Wochenenden wachsende Besucherzahlen auch aus dem Ausland. Viele Besucher bringen aus ihren Ländern die Erwartung mit, dass auch in Heidelberg die Geschäfte sonntags geöffnet sind. Ein verkaufsoffener Sonntag erschließt damit für Heidelberg auch aus dem Bereich des Tourismus zusätzliche Kunden.

Angesichts der rechtlich erforderlichen Bindung eines verkaufsoffenen Sonntags an ein besonders herausragendes Ereignis in der Stadt gilt dies auch für Kunden aus der Nachbarschaft. Ist unsere Stadt z. B. durch ein herausragendes kulturelles oder auch sportliches Ereignis für den Besuch an einem Sonntag besonders attraktiv, wird bei geöffneten Geschäften auch Kaufkraft aus der Region erneut an Heidelberg gebunden. Heidelberg hat in den vergangenen Jahren erhebliche Kaufkraftverluste aus dem Umland hinnehmen müssen. Eine oder auch eine zweite Sonntagsöffnung aus Anlass besonderer und attraktiver Ereignisse in Heidelberg ist eine der Möglichkeiten, dem entgegenzuwirken. Dies allein wird einen Trend nicht stoppen oder umkehren. Dennoch müssen alle Möglichkeiten der höheren Kaufkraftbindung an Heidelberg genutzt werden. Die Attraktivität eines Sonntagsbesuchs mit der ganzen Familie und eines erlebnisreichen und entspannten Einkaufsbummels in Heidelberg bietet diese Chance.

Ein Blick in die Region zeigt, dass viele Städte dies erkennen und mit unterschiedlichen Angeboten um Sonntagsbesuche werben. Es wäre wünschenswert, wenn in der Metropolregion Rhein-Neckar eine Absprache über die Zahl verkaufsoffener Sonntage gelänge.

Selbstverständlich ist bei der Gestaltung verkaufsoffener Sonntage auf die Belange der Kirchen, insbesondere auf die Gottesdienstzeiten Rücksicht zu nehmen und ein Konsens zu finden.

Verkaufsoffene Sonntage benötigen auch das Einverständnis mit den Beschäftigten im Einzelhandel. Auf der Grundlage von Freiwilligkeit von Sonntagsarbeit und bei entsprechenden Vergütungsregelungen sollte dies möglich sein.

Eine Umfrage des Ministeriums für Arbeit und Soziales Baden-Württemberg bei den kommunalen Spitzenverbänden vom 14.04.05, deren Ergebnisse uns erst jetzt zugänglich wurden, hat die generelle Aussage ergeben, dass verkaufsoffene Sonntage dem örtlichen Einzelhandel wichtige Chancen geben, sich Einheimischen und einem größeren Umland zu präsentieren und neue Kunden zu gewinnen oder Kunden zu binden. Hinsichtlich des erzielbaren Umsatzes als Kriterium der wirtschaftlichen Bedeutung eines verkaufsoffenen Sonntags wird berichtet, dass die Bewertungen der Verbände, Gewerkschaften und Kirchen erheblich auseinander gehen. Die größeren Umsätze entfielen wohl auf die Ober- und einige Mittelzentren. Teilweise würden z. B. an einem verkaufsoffenen Sonntag bis zu 20 % eines Monatsumsatzes erzielt. Oft seien jedoch keine verlässlichen Aussagen über die Umsatzentwicklung möglich.

Die im Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss am 27.09.05 berichteten Erfahrungen am verkaufsoffenen Sonntag am 10.04.05 aus Anlass des Frühlingsfestes in der Altstadt lassen sich mit auf diesem Hintergrund bewerten, auch wenn man sich eine verlässlichere Datenbasis gewünscht hätte.

Der Einzelhandelsverband hat am verkaufsoffenen Sonntag im vergangenen April Interviews mit 552 Kunden und danach eine Händlerbefragung durchgeführt, an der 130 Geschäfte beteiligt waren. 225 Geschäfte in der Altstadt waren angeschrieben worden.

Die überwiegende Zahl der befragten Kunden (319) kam wegen des verkaufsoffenen Sonntags nach Heidelberg. Knapp ein Viertel der Befragten (23 %) haben erklärt, sie würden sonst nicht in Heidelberg kaufen. Rund 70 % wünschten sich häufigere verkaufsoffene Sonntage in der Stadt.

Von mehr als 100.000 Besuchern wurden am 10.04.05 die Angebote des Frühlingsfestes angenommen. Schausteller, Fahrgeschäfte und eine von bunten Windrädern geschmückte Stadt haben sicher als „besonderes Altstadterlebnis“ viele Menschen nach Heidelberg gelockt. Leider konnten nicht wie ursprünglich geplant einzelne Kulturangebote des „Heidelberger Frühlings“ in die Ereignisse dieses Sonntags integriert werden. Als besonders positiv wurden qualitätvolle Einzelveranstaltungen wie z. B. ein stark besuchter Weinmarkt im Gebäude Prinz Carl durch Besucher und Veranstalter gewertet. Für viele war der 10.04.05 ein besonderer Besuchsanlass, um Heidelberg neu zu erleben und in entspannter Atmosphäre auch die Geschäfte zu besuchen. Viele Geschäfte berichteten im Laufe des Tages davon, dass ihre Kunden die angenehme und entspannte Einkaufsatmosphäre besonders erwähnt hätten.

Diese Kunden kamen nach der im Ausschuss am 27.09.05 vorgetragenen Auswertung, die Galeria Kaufhof bei ihren Kunden vorgenommen hat, sowohl aus Heidelberg, aber ganz überwiegend aus dem Rhein-Neckar-Kreis und der weiteren Region. Im Vergleich zu einem Samstag des Vorjahres (02.10.04) wurde nach den Berichtsdaten des Einzelhandelsverbandes eine deutliche Steigerung, vor allem der Kunden aus der Region ermittelt. Darin bestätigt sich die allgemeine Feststellung, dass verkaufsoffene Sonntage mit attraktiven Veranstaltungen Signalwirkung vor allem für die Nachbarschaft der Städte haben. Sie stärken und festigen das Image als Einkaufsstadt, eine Aussage, die auch bei der in Heidelberg durchgeführten Händlerumfrage von nahezu 50 % für wesentlich gehalten wurde.

Die Händlerumfrage, über die der Einzelhandelsverband am 27.09.05 berichtet hat, umfasste 225 Einzelhandelsbetriebe der Altstadt. Die Rücklaufquote der Fragebogen lag bei 57,8 %. Wenn man bedenkt, dass von den Filialisten nur 15 geantwortet haben, diese jedoch 60 % der Betriebe ausmachen, ist die Beteiligung der Geschäfte, die keine Filialbetriebe sind, praktisch vollständig. Dies erscheint besonders wichtig, weil die Filialbetriebe bei verkaufsoffenen Sonntagen in der Regel zwar fraglos mitmachen, aber sonst ein eher weniger starkes Interesse am Standort zeigen. Für Heidelberg sind die großen Häuser dabei ausdrücklich ausgenommen. Deshalb kommt es vor allem auf die Meinung derjenigen Einzelhändler an, die nicht zu dieser Gruppe der Filialisten gehören und die sich in der Umfrage des Einzelhandelsverbandes ganz entschieden geäußert haben. Für wichtig halten 73 % der Händlerantworten einen verkaufsoffenen Sonntag in Heidelberg, 30 % aus Gründen einer erwarteten Umsatzsteigerung und 49 %, um das Image der Stadt Heidelberg als Einkaufsstadt zu verbessern. Bei einer etwas geringeren Rücklaufquote der Fragebogen (49,8 %) haben sich 73 % für einen zweiten verkaufsoffenen Sonntag ausgesprochen.

Der Vergleich der Umsätze am verkaufsoffenen Sonntag mit einem Vorjahreswochenende zeigt nach den im Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss berichteten Daten insgesamt eine positive Bilanz. Diese Bewertung ist jedoch unter Hinweis auf eine möglicherweise lediglich stattgefundene Umsatzverschiebung nicht unstrittig. Darauf hat besonders Ver.di hingewiesen. Knapp 50 Unternehmen hatten nach den vom Einzelhandelsverband erhobenen Daten ihren Umsatz gesteigert, bei 25 war er gleich hoch und bei weiteren 25 lag er unter dem Vorjahreswochenende. Der Umsatzanteil des verkaufsoffenen Sonntags am Monatsumsatz April wird von den befragten Geschäften überwiegend unter 5 % gesehen, liegt damit also deutlich unter der in der Umfrage des Ministeriums für Arbeit und Soziales Baden-Württemberg erwähnten Größenordnung von bis zu 20 %. Hinsichtlich des erzielbaren Umsatzes als eines Kriteriums der wirtschaftlichen Bedeutung von verkaufsoffenen Sonntag zeigt daher auch in Heidelberg die Auswertung trotz positiver Tendenz, dass verlässliche und tragfähige Aussagen eher schwierig sind.

Insgesamt zeigen die verfügbaren Daten der Kunden- und Händlerumfrage zum verkaufsoffenen Sonntag am 10.04.05 eine grundsätzlich positive Einstellung der Kunden und des Einzelhandels zu verkaufsoffenen Sonntagen. Soweit die durchgeführten Umsatzvergleiche eine Bewertung erlauben, ist das Bild zwar nicht einheitlich, zeigt aber auch hier positive Ansätze, die für verkaufsoffene Sonntage sprechen. Aus der Sicht der Beteiligten war daher der erste verkaufsoffene Sonntag in Heidelberg am 10.04.05 trotz sehr kurzer Vorbereitungszeit ein erfolgreicher Beginn. Dies gilt vor allem für das Bemühen um eine Verbesserung des Images der Stadt Heidelberg als eines attraktiven Einzelhandelsstandorts. Für eine weiterhin und noch deutlicher positive Umsatzentwicklung wird es darauf ankommen, durch die Qualität und Attraktivität der mit einem verkaufsoffenen Sonntag in Heidelberg verbundenen Ereignisse ein deutlich höhere Kaufkraft aus der näheren und weiteren Region sowie aus dem touristischen Umfeld zu erreichen.

Am 13.10.05 hat der Gemeinderat die Durchführung eines weiteren verkaufsoffenen Sonntags am 27.11.05 abgelehnt und folgende Aufträge erteilt:

1. Der Gemeinderat beauftragt die Verwaltung, einen Entwurf für eine Rechtsverordnung zur Durchführung eines verkaufsoffenen Sonntags im Rahmen des Festivals „Heidelberger Frühling 2006“ vorzubereiten unter der Maßgabe, dass „PRO Heidelberg-Stadtmarketing e. V.“ im Zusammenwirken mit der Heidelberger Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft (HWE) im Dezember ein den Qualitätsansprüchen unserer Stadt angemessenes Konzept zur Durchführung vorlegt und dabei eine Ausweitung auf die Stadtteile ermöglicht.
2. Eine Satzung soll vorbereitet werden, die ein oder zwei verkaufsoffene Sonntage im gesamten Stadtgebiet für die Zukunft ermöglicht. Die Entscheidung über einen denkbaren zweiten Sonntag in 2006 soll erst im Zusammenhang mit den Ergebnissen des Einzelhandelsgutachtens und dem 10-Punkte-Programm des „PRO Heidelberg-Stadtmarketing e. V.“ im Frühjahr 2006 (spätestens April) getroffen werden.

Der PRO Heidelberg-Stadtmarketing e. V. hat unmittelbar danach mit der Erarbeitung des vom Gemeinderat erwarteten Konzepts begonnen. Die Durchführung eines verkaufsoffenen Sonntags im Rahmen des Festivals „Heidelberger Frühling 2006“ soll in erster Linie die kulturellen Angebote der Stadt anlässlich dieses Festivals einbeziehen. Der Vorstand des Vereins PRO Heidelberg-Stadtmarketing e. V. ist hierüber in Gesprächen mit dem Theater der Stadt Heidelberg, dem Leiter des Festivals „Heidelberger Frühling 2006“ und dem Karlstorbahnhof.

Leider konnten diese Gespräche noch nicht abgeschlossen werden. Sie werden derzeit mit dem Ziel weitergeführt, einen verkaufsoffenen Sonntag im Anschluss an das Festival „Heidelberger Frühling 2006“ aus Anlass einer besonderen Kulturveranstaltung trotz der inzwischen entstehenden zeitlichen Engpässe durchführen zu können. Auch die Gastronomie ist eingebunden und beteiligt sich an der Gestaltung des für den Frühling zu erarbeitenden Konzepts.

Der Vorstand von PRO Heidelberg-Stadtmarketing e. V. möchte daher an der Idee eines verkaufsoffenen Sonntags am 07.05.06 festhalten, auch wenn ein förmlicher Antrag zusammen mit dem vom Gemeinderat erwarteten Konzept erst für die Sitzung des Gemeinderats am 30.03.06 möglich sein wird.

gez.

B. Weber