

Stadt Heidelberg
Dezernat II, Amt für Verkehrsmanagement

**Busandienung des Universitätsplatzes
während des Weihnachtsmarktes**

Beschlussvorlage

Beratungsfolge	Sitzungstermin	Behandlung	Zustimmung zur Beschlussempfehlung	Handzeichen
Bezirksbeirat Altstadt	15.04.2008	Ö	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ohne	
Haupt- und Finanzausschuss	16.04.2008	Ö	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ohne	
Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss	17.04.2008	Ö	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ohne	
Gemeinderat	29.04.2008	Ö	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ohne	

Beschlussvorschlag der Verwaltung:

Der Bezirksbeirat Altstadt, der Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss sowie der Haupt- und Finanzausschuss empfehlen dem Gemeinderat folgenden Beschluss:

- 1. Dem neuen Konzept des Weihnachtsmarktes auf dem Universitätsplatz wird zugestimmt.*
- 2. Die Mindereinnahmen und Mehrausgaben (insgesamt 44.400 €) werden überplanmäßig im Teilhaushalt 20, Verlustausgleich an Heidelberg Marketing GmbH, bereit gestellt. Die Deckung erfolgt durch Minderausgaben im Teilhaushalt Allgemeine Finanzwirtschaft, Zinsausgaben, in Höhe von € 39.000 sowie Minderausgaben in Höhe von € 5.400 im Teilhaushalt 81, PSP Beschilderungen/Markierungen. Dadurch erhöht sich der Gesamtbetrag der überplanmäßig für Heidelberg Marketing GmbH bereit gestellten Mittel auf € 293.400, die hiermit vom Gemeinderat genehmigt werden.*

Anlagen zur Drucksache:	
Lfd. Nr.	Bezeichnung
A 1	Übersichtplan Universitätsplatz

I. 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:
MO 1		Umwelt, Stadt und sozialverträglichen Verkehr fördern Begründung:
MO 2		Ziel/e: Minderung der Belastungen durch den motorisierten Verkehr Begründung:

2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

keine



II. Begründung:

Ausgangslage:

Gemäß dem Arbeitsauftrag des Gemeinderates hat die Heidelberg Marketing GmbH ein neues Konzept für die Aufstellung der Verkaufsbuden auf dem Universitätsplatz erarbeitet. Ziel war es durch eine geänderte Aufstellung der Buden den Linienbusverkehr wieder zu ermöglichen. Der hintere Universitätsplatz bleibt durch die Umgestaltung unberührt. Wie auf der beigefügten Skizze ersichtlich, soll nun eine Budenreihe weniger aufgestellt werden. Die Buden werden mit der Rückwand zur Grabengasse stehen und auf einer Länge von zirka 55 m sind keine Durchgänge (außer einem Notausgang) vorgesehen und somit auch keine Verkaufsfrenten zur Grabengasse.

Die Restbreite zwischen Buden und Straßenlaternen auf der Westseite beträgt 7,5 m. Um die notwendige Fahrgasse von 4,5 m für einen sicheren Busbetrieb zu gewährleisten und den Fahrern die notwendige Übersicht zu geben, soll zusätzlich noch zur Abtrennung des Weihnachtsmarktgeländes ein Zaun aufgestellt werden, durch den Fußgängerquerungen über die Grabengasse zwischen Hauptstraße und Merianstraße verhindert werden.

Der Zaun dient auch zur Kaschierung der unschönen Rückseiten der Buden, es muss gewährleistet sein, dass der Markt auch weiterhin attraktiv bleibt und auch eine ansprechende Ansicht bietet.

Örtliche Umsetzung:

Aufgrund der negativen Erfahrungen mit anderen Lösungen plädiert die Heidelberg Marketing GmbH für die Anschaffung eines 2 m hohen, stabilen, optisch ansprechenden Zaunes. Er schließt an die Westwand der nördlichsten Bude an und hat eine Lauflänge von zirka 45 Metern mit einem Notausgang in der Mitte.

Nach eingehender Recherche soll als kostengünstigste Variante ein metallener Bauzaun, aus Stabilitätsgründen leicht in Zickzack-Form angeordnet, aufgestellt werden. Dieser wird mit bedruckter winddurchlässiger Plane (zum Beispiel mit schönen Heidelberger Foto-Motiven, „Herzlich Willkommen“, Öffnungszeiten unter anderem) bezogen. Zudem werden die Metallgestelle kaschiert mit Holzelementen und Dekoration (Girlanden et cetera).

Der Zaun soll beleuchtet werden, um das Entrée zu verbessern und um Vandalismus zu vermeiden. Die Verankerung erfolgt durch metallene Standfüße.

Wenn nach dem ersten Jahr Erfahrungswerte vorliegen und die Abzäunung längerfristig bleibt, kann in Folgejahren über die Anschaffung eines Holzzaunes oder anderen Nachbesserungen, wie zum Beispiel die Verankerung durch Bodenhülsen nachgedacht werden.

Es ist ein Aufbauplan im Maßstab 1 : 250 zur Ansicht beigefügt.

Zum Verständnis des beigefügten Aufbauplans:

- Schraffuren sind Sperrflächen
- Hindernisse wie Löwenbrunnen, Bäume, Litfasssäule sind im Plan eingezeichnet.
- Kästchen sind Buden, dicke Linien entlang der langen Budenseiten sind Verkaufsfrenten
- Längenangaben entlang der Verkaufsfrenten erfolgen in Dezimeter. Der dicke Strich entlang der Budenrücken Grabengasse repräsentiert einen Zaun
- 2 Verkehrslotsen sind auf dem Plan mit Kästchen am Nordrand der Grabengasse dargestellt.

Sicherheitsmaßnahmen:

Wie bereits bei der Vorlage vom 10.09.2007 erläutert, ist die Querung der Hauptstraße auch bei der oben genannten Änderung auf Grund der großen Besuchermassen am gefährlichsten und kann nur mit Aufsichtspersonal vor Ort sicher bewältigt werden.

Hierfür sind für zirka 8 Stunden mindestens zwei Personalstellen erforderlich, die zusätzlich eingestellt werden müssen. Die Kosten hierfür belaufen sich auf zirka 200 Euro pro Tag.

Das Verlegen der Haltestelle Uniplatz in Richtung Post ist sinnvoll und wird daher ebenfalls angeordnet.

Ob auch der Taxistand verlegt werden muss wird zeitnah entschieden.

Dies wäre zum Beispiel vor der Peterskirche möglich, was allerdings zu Lasten der Anwohnerparkplätze gehen würde.

Finanzielle Auswirkungen:

Durch die Sicherheitsmaßnahmen (Aufsichtspersonal Querung Hauptstraße) entstehen Kosten in Höhe von 5.400 € (27 Tage x 200 Euro). Die einmalige Ausgabe für den Zaun beläuft sich auf zirka 16.000 €. Die Mindereinnahmen aus Standgebühren und Verkaufsstand von Heidelberg Marketing betragen voraussichtlich 23.000 €.

Die Mehrkosten und Mindereinnahmen sind im Wirtschaftplan von der Heidelberg Marketing nicht enthalten, weil sie zum Zeitpunkt dessen Erstellung noch nicht bekannt waren. Die Kosten für das Aufsichtspersonal können von Amt 81 (PSP 1.12.21.01.81.2) ausgeglichen werden.

Die Mindereinnahmen und Mehrausgaben (insgesamt 44.400 €) werden überplanmäßig im Teilhaushalt 20, Verlustausgleich an Heidelberg Marketing GmbH, bereit gestellt. Die Deckung erfolgt durch Minderausgaben im Teilhaushalt Allgemeine Finanzwirtschaft, Zinsausgaben, in Höhe von € 39.000 sowie Minderausgaben in Höhe von € 5.400 im Teilhaushalt 81, PSP Beschilderungen/Markierungen. Dadurch erhöht sich der Gesamtbetrag der überplanmäßig für Heidelberg Marketing GmbH bereit gestellten Mittel auf € 293.400, die hiermit vom Gemeinderat genehmigt werden.

Fazit:

Ein Befahren des Universitätsplatzes mit Linienbussen während des Weihnachtsmarktes ist aus verkehrsrechtlicher Sicht unter den oben genannten Voraussetzungen möglich.

Die RNV hat nach wie vor Bedenken, ob ein reibungsloser Verlauf des ÖPNV auf dem Universitätsplatz auch nach einer Reduzierung der Buden gewährleistet ist.

Sie behält sich vor, die Umleitung über Karlstor zu fahren, wenn ein ordnungsgemäßer Betrieb nicht mehr durchführbar ist.

An den Auf- und Abbautagen wird es weiterhin zur Einschränkung des Busverkehrs kommen, an diesen Tagen muss daher eine Umleitung erfolgen.

gez.

Prof. Dr. Raban von der Malsburg