

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

Stadt Heidelberg
Dezernat II, Stadtplanungsamt
Dezernat I, Amt für Wirtschaftsförderung und Beschäftigung

**Umsetzungskonzept zur Entwicklung der
Innenstadt
Thema Einzelhandel**

Beschlussvorlage

Beratungsfolge	Sitzungstermin	Behandlung	Zustimmung zur Beschlussempfehlung	Handzeichen
Bezirksbeirat Altstadt, Bergheim	16.09.2008	N	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ohne	
Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss	18.09.2008	N	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ohne	
Gemeinderat	25.09.2008	Ö	<input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> ohne	

Beschlussvorschlag der Verwaltung:

Ausgehend vom Beschluss des Gemeinderates vom 23.07.08 zur Entwicklung des innerstädtischen Einzelhandels basierend auf den Empfehlungen des Innenstadtforums Einzelhandel empfehlen die Bezirksbeiräte Altstadt und Bergheim und der Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss folgenden Beschluss des Gemeinderates:

- 1. Der Gemeinderat beschließt das Umsetzungskonzept zur Entwicklung des Einzelhandels in der Innenstadt als Grundlage für die weitere Arbeit der Verwaltung.*
- 2. Die Verwaltung wird beauftragt, die weitere Entwicklung der Standorte Theaterstraße/Theaterplatz und Friedrich-Ebert-Anlage (Nahversorgung) voranzutreiben.*
- 3. Den vorgeschlagenen Maßnahmen zur Verbesserung des innerstädtischen Einzelhandels unter Ziffer. 4 wird zugestimmt.*

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:
SL 4	+	<p>City als übergeordnetes Zentrum sichern</p> <p>Begründung: Die City in ihrer Bedeutung als übergeordnetes Zentrum unter Beachtung der historischen Struktur wird gesichert und gefördert</p>
SL 11	+	<p>Ziel/e: Straßen und Plätze als Lebensraum zurückgewinnen, Aufenthaltsqualität verbessern</p> <p>Begründung: Die Qualität von Arbeit, Leben und Einkauf in der Stadt wird gefördert.</p>
AB 5	+	<p>Ziel: Erhalt der Einzelhandelsstruktur</p> <p>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.</p>
MO 5	+	<p>Ziel: Ausbau und Verbesserung der vorhandenen Verkehrsinfrastruktur</p> <p>Begründung Die Innenstadt bleibt multifunktional und für alle Verkehrsmittel erreichbar.</p>

2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

keine



II. Begründung:

1. Einführung

Der Gemeinderat hat am 23. Juli 2008 die Empfehlungen des Innenstadtforums zur Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels als Handlungsrahmen für das weitere Vorgehen der Verwaltung beschlossen. Die Empfehlungen des Innenstadtforums Einzelhandel sind im nachfolgenden Leitbild zusammengefasst.

Bei der Profilierung des innerstädtischen Einzelhandels wird die Stadtverwaltung auch auf eine Vernetzung mit den Kulturbetrieben der Stadt sowie der Altstadtgastronomie und den institutionellen Partnern des Einzelhandels hinwirken, da das Zusammenwirken ein wichtiger Baustein für den Heidelberger Standort und somit für das „Heidelberger Einkaufsflair“ ist. Die identitätslose Monotonie vieler anderer Städte (mit einheitlichen Einzelhandelsangeboten) ist zu vermeiden, um auch in Zukunft attraktiv und einzigartig zu bleiben.

2. Leitbild für die Entwicklung des innerstädtischen Einzelhandels

Oberziel zur Verbesserung der Kaufkraftbindung aus der Stadt und dem Umland ist es, den innerstädtischen Einzelhandel zu stärken und die Angebotsstruktur weiterzuentwickeln unter Berücksichtigung der innerstädtischen Nutzungsvielfalt und des typischen und unverwechselbaren Gesichts der Altstadt Heidelbergs.

Zur Umsetzung sind

- die Einkaufsqualität und die Angebotsvielfalt auszubauen,
- ein attraktives Einkaufsambiente zu schaffen,
- die Erreichbarkeit des Einzelhandelsstandortes Innenstadt zu verbessern,
- ein heidelbergsspezifisches Profil beziehungsweise Image zu entwickeln,
- Synergieeffekte mit anderen innerstädtischen Angeboten anzustreben und
- die Einzelhandelsentwicklung mit übergeordneten Entwicklungszielen abzustimmen.

Dabei sind die städtebauliche Maßstäblichkeit zu erhalten und die Nutzungsvielfalt und Lebensqualität in der Innenstadt zu stärken und das Stadtbild zu pflegen.

Zur stärkeren Profilierung der Einkaufsinnenstadt sollen der Branchenmix insbesondere durch weitere Angebote in den Branchen Textil, Schuhe, Sport und Spielwaren, Elektro, Nahrungs-/Genussmittel (Nahversorgung) und Angebote für kreative und neue Einzelhandelskonzepte in Verbindung mit Kunst und Kultur verbessert werden. Um die für die Profilierung erforderlichen Branchen, Betriebstypen und Qualitäten anbieten zu können, sind Flächenerweiterungen in der Innenstadt über den Bestand hinaus erforderlich. Es wird empfohlen, einen oder mehrere Einzelhandelsmagnetbetriebe anzusiedeln, aber kein Einkaufszentrum mit introvertiertem Charakter.

Wesentliche Beurteilungskriterien konkreter Projektvorschläge für die Ansiedlung von Magnetbetrieben sind:

- der Kontext zur bestehenden 1a-Lage (Mikrolage);
- die Maßstäblichkeit und bauliche Struktur und Denkmalschutz (Städtebauliche Einbindung);
- die Auswirkungen auf andere Funktionen (Funktionsvielfalt Innenstadt);
- die Erschließung des Standortes (Erreichbarkeit);
- und die spezifischen Rahmenbedingungen sowie die Zeitachse (Realisierungschancen).

Grundsätzliches Ziel ist es, durch die Angebotsergänzungen die heutige 1a-Lage zu stärken. Nach dem sogenannten „Knochenprinzip“ soll das Einzelhandelsangebot an den Polen der heutigen 1a-Lage in Verbindung mit einer Aufwertung des öffentlichen Raumes in der 1a Lage und den Seitenstraßen ausgebaut werden. Um ein Wegbrechen des heute schwächer ausgeprägten östlichen Teils der 1a-Lage zu verhindern, soll eine Entwicklung im Osten strategisch und zeitlich priorisiert werden.

Die Standortentwicklung soll an mehreren Standorten ansetzen. Für eine Entwicklung am östlichen Pol wird der Bereich der Theaterstraße für geeignet erachtet.

Im Westen sollen zeitlich nachgelagert weitere Impulse im Umfeld des Bismarckplatzes für ein modernes und konkurrenzfähiges Einzelhandelsangebot und zur Stärkung des öffentlichen Raums gesetzt werden. Synergieeffekte mit der Plöck und den ergänzenden Seitenstraßen sind für die Standortpriorität von Bedeutung.

Am Standort Friedrich-Ebert-Anlage soll das Nahversorgungsangebots für den umliegenden Bereich der Innenstadt gestärkt werden.

Es wird darüber hinaus eine netzartige Entwicklung mit Schwerpunkt Einzelhandel in den Seitenstraßen nach Süden in Richtung Plöck/Friedrich-Ebert-Anlage befürwortet.

3. Bestand Situationsbeschreibung Einzelhandel

Durch den intensiven Strukturwandel im Einzelhandel und Angebotserweiterungen an anderen Standorten wie Mannheim oder dem Rhein-Neckar-Zentrum Viernheim hat sich die Konkurrenzsituation für den Heidelberger Einzelhandel seit Jahren verschärft. Die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (GMA) hat in ihrem im Frühjahr 2006 vorgelegten Einzelhandelsgutachten festgestellt, dass der innerstädtische Einzelhandel in den letzten zehn Jahren deutliche Umsatzverluste zu verzeichnen hatte. Die Attraktivität des Einkaufens in der Heidelberger Altstadt hat für die Kunden von außerhalb Heidelbergs, aber auch für die Heidelberger abgenommen.

So ist die Einzelhandelszentralität seit 1996 von 148 auf 127 abgesunken. Das bedeutet, dass der Umsatz nur noch 28 % über der eigenen (lokalen) Kaufkraft liegt.

Der Gutachter stellt fest, dass Heidelberg die guten Voraussetzungen, insbesondere der einmaligen Atmosphäre in der Altstadt nicht voll ausnutzen kann. Aufgrund der Kleinteiligkeit der Besitzstrukturen in der historischen Altstadt kommt es in Heidelberg zu einem generellen Flächendefizit vor allem an größeren zusammenhängenden Flächen, die für überregional bedeutsame Magnetbetriebe wichtig sind, die das Einkaufen in der Innenstadt sowohl für Heidelbergerinnen und Heidelberger als auch für Kunden aus dem Umland interessant machen.

Immer mehr Fachgeschäfte und Boutiquen schließen und Billig-Anbieter treten an ihre Stelle. Auch die Nahversorgung in der Altstadt ist durch eine unterdurchschnittliche Flächenausstattung und Sortimentsbreite gekennzeichnet.

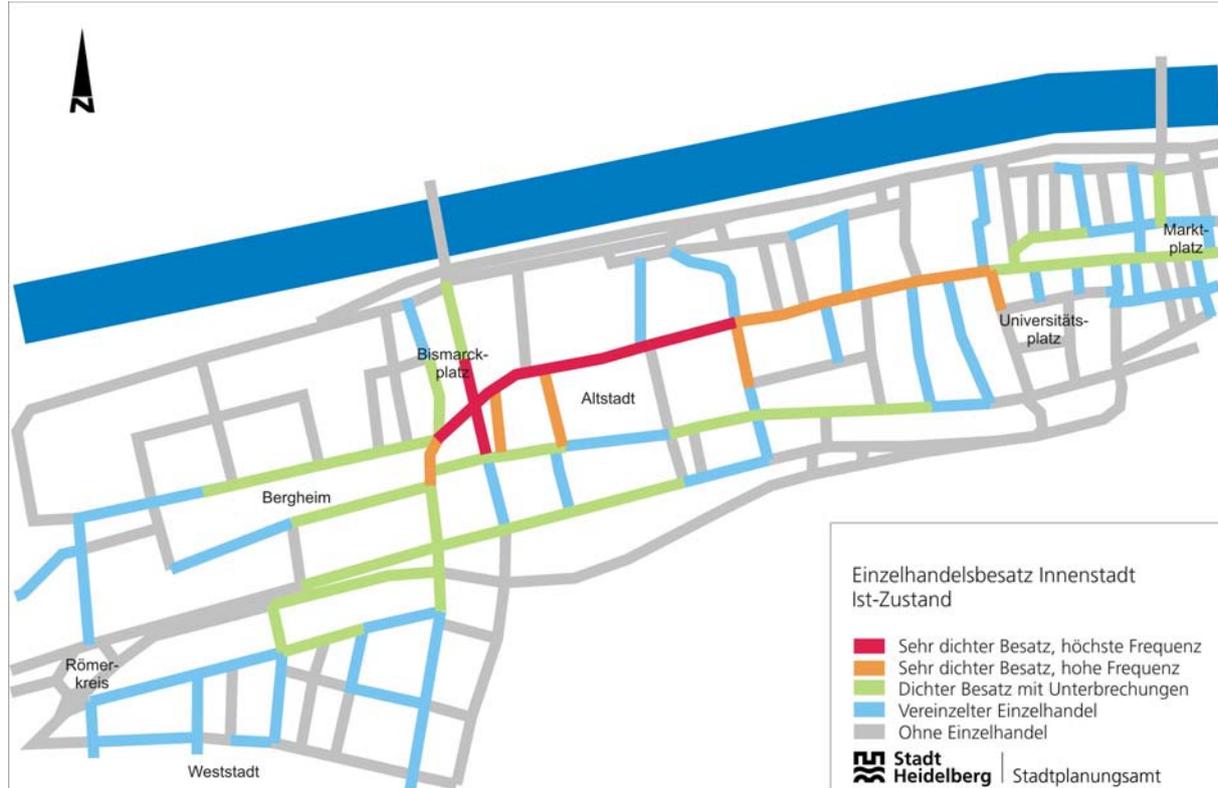
Der Einzelhandel im Gesamtgebiet von Heidelberg macht insgesamt jährlich einen Bruttoumsatz von circa € 933,13 Mill., bei 1.245 Arbeitsstätten und einer Verkaufsfläche von 227.455 m².

Als Innenstadt grenzt das Einzelhandelsgutachten der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung aus dem Jahr 2006 die sogenannte Einkaufsinnenstadt ab. Diese umfasst von West nach Ost den Bereich Bismarckstraße, Rohrbacherstraße (inklusive westliche Randbebauung) bis Mönchgasse und von Nord nach Süd den Bereich Neckarstaden bis

Friedrich-Ebert-Anlage. In der Einkaufsinnenstadt wird jährlich ein Bruttoumsatz von circa € 299,04 Mill. erzielt, bei 426 Arbeitsstätten und einer Verkaufsfläche von 71,285 m² (Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (2006) Zentrenkonzept).

Innerhalb dieses Bereichs konzentriert sich der Einzelhandel auf die als Fußgängerzone ausgewiesene Hauptstraße. Im Herzen der weltberühmten Altstadt gelegen weist sie sehr hohe Passantenfrequenzen - allerdings bei einer rückläufigen Zahl an Einkaufspassanten - auf. Damit zieht sich der Handelsschwerpunkt Heidelbergs über eine Strecke von 1.500 m hin. Allerdings ist nur der westliche Pol Bismarckplatz im gesamtstädtischen Kontext zentral gelegen und verkehrlich gut erreichbar. Der östliche Pol ist aufgrund seiner Lage im Neckartal inmitten der kleinteiligen Altstadt verkehrlich nur bedingt zugänglich.

Abb.1: Aktueller Einzelhandelsbesatz Innenstadt



So ergeben sich unterschiedliche Lagekategorien: Der westliche Teilbereich der Hauptstraße mit dem Bismarckplatz ist durch einen sehr starken Handelsbesatz geprägt. Hier liegen auch sämtliche großflächigen Magnete und (Textil-) Kaufhäuser.

Der östliche Teilbereich ist hingegen durch kleinflächige Spezialanbieter, Angebote für den touristischen Bereich und einige Postenwarenläden sowie Gastronomie geprägt. Die Grenze sieht die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung auf Höhe der Friedrichstraße. Analog dazu definiert der bundesweit renommierte Einzelhandelsmakler Kempers (2006) die 1a-Lagen in Heidelberg als Teilabschnitt der Hauptstraße zwischen Bismarckplatz und Theaterplatz. Im Vergleich zu einer Einzelhandelsuntersuchung aus dem Jahr 1997 ist die Tendenz einer Ost-West-Verschiebung der Haupteinkaufslagen in der Innenstadt feststellbar.

Abseits von Bismarckplatz und Hauptstraße besteht im westlichen Bereich in den nach Süden führenden Nebenstraßen sowie in den ebenfalls in West-Ost-Richtung verlaufenden Achsen Plöck und Friedrich-Ebert-Platz ein dichter Einzelhandelsbesatz. Westlich der Einkaufsinnenstadt vorgelagert sind zahlreiche Geschäfte in den West-Ost-Verbindungen Bergheimer-Straße, Poststraße, Kurfürsten-Anlage und Bahnhofstraße.

4. Maßnahmen zur Verbesserung des Innerstädtischen Einzelhandels

4.1. Grundsätzliche Instrumente zur Aufwertung des Einzelhandelsstandortes Heidelberg

Die Verwaltung hat bereits vier Instrumente geschaffen, die insgesamt der Verbesserung des Einzelhandelsstandortes Innenstadt dienen.

4.1.1. Innenstadtentwicklungsfonds

Die Stadt hat einen Innenstadtentwicklungsfonds eingerichtet, in dem jährlich 500.000,-€ für die Entwicklung der Innenstadt zur Verfügung stehen. 350.000,-€ stehen für Investitionsmaßnahmen zur Verfügung, weitere 150.000,-€ für Marketingmaßnahmen und personelle Unterstützung für die Innenstadtentwicklung. Die Mittelverwendung wird über das Amt für Wirtschaftsförderung und Beschäftigung koordiniert, die Mittelveranschlagung im Haushalt erfolgt für die Investitionsmaßnahmen beim Tiefbauamt; die Mittel für Marketingmaßnahmen und personelle Unterstützung sind beim Amt für Wirtschaftsförderung und Beschäftigung vorgesehen. Alle Maßnahmen dienen der Stärkung des Einzelhandelsstandortes Heidelberg, durch Marketingmaßnahmen, dem Anstoß von Projekten und Initiativen Privater und Geschäfte oder durch eine Aufwertung des öffentlichen Raums. Die Maßnahmen werden in den folgenden Kapiteln näher beschrieben.

4.1.2. Beratungsstelle

Die Verbesserung der „Einzelhandelssituation Heidelberg“ bedarf der Kooperation aller Partner des Einzelhandels, so dass die städtische Wirtschaftsförderung gemeinsam mit dem Einzelhandelsverband Nordbaden e.V., PRO Heidelberg e.V. und der IHK Baden-Württemberg eine Anlaufstelle für Gewerbetreibende und Hauseigentümer schaffen wird. Regelmäßig bieten die genannten Institutionen eine Sprechstunde im Rathaus an und setzen sich im Rahmen ihrer Kompetenzen mit einzelbetrieblichen Fragen auseinander, unterstützen bei der Entwicklung von Ideen und vermitteln bei Problemen der Geschäfte und Eigentümer gegenüber der Verwaltung.

4.1.3. „Kümmerer“ für die Innenstadt

Ab September 2008 wird es, zunächst für den Zeitraum von zwei Jahren, einen „städtischen Kümmerer“ für die Innenstadt geben, der seine Aufgabe über die Geschäftsstelle von PRO Heidelberg im Auftrag der Stadt wahrnimmt und über die Wirtschaftsförderung in die Verwaltung eingebunden ist. Er wird insbesondere „auf der Straße unterwegs sein“ um den Kontakt mit den Geschäftsleuten zu pflegen und um Missstände aufzudecken. Diese werden der Verwaltung mit dem Auftrag um Behebung gemeldet. Im weiteren informiert er den Einzelhandel über Maßnahmen der Stadt, wird privatwirtschaftliche Initiativen voran bringen und an den wöchentlichen Sprechstunden teilnehmen. Die Finanzierung des „Kümmerers“ in Form eines Zuschusses an PRO Heidelberg e.V. ist aus dem Innenstadtentwicklungsfonds gesichert.

4.1.4. Stellplätze als Förderinstrument

Die Stadt Heidelberg sichert sich die Baulasten von Stellplätzen in der Innenstadt, die noch nicht für einen baurechtlichen Nachweis benutzt werden als „Instrument der Förderung unterstützenswerter Geschäftskonzepte mit Stellplatzbedarf“. Eine Geschäftsidee, die sich positiv auf die Einzelhandelslandschaft Heidelberg auswirken kann, darf nicht am Nachweis von Stellplätzen scheitern. Innerhalb eines Förderprogramms kann die Stadt konzeptgebunden notwendige Stellplätze zur Eintragung als Baulast dem Eigentümer oder Geschäftsbesitzer vermitteln, der in seinem Ladenlokal ein solches Konzept verwirklicht. Die Verwaltung wird im Jahr 2009 ein Regelwerk aufstellen, in der objektive Kriterien für die Förderung durch Stellplätze festgelegt sind.

4.2. Eigentümerbezogene Maßnahmen

Die Eigentümer haben maßgeblichen Einfluss auf die Geschäftsstruktur der Heidelberger Innenstadt. Um die Eigentümer für Nutzungen in ihrer Immobilie zu sensibilisieren und

Bereitschaft für die Mitwirkung an der Einzelhandelsentwicklung zu erhöhen, bedarf es einer transparenten Information und Beratung. Ziel muss es sein, den besonderen Vorteil des hochwertigen Einzelhandels zu vermitteln und aufzuzeigen, welche positiven Auswirkungen die Vermeidung zum Beispiel von Billigläden oder eine Überzahl gleichartiger Kettenbetriebe auf die Gesamtentwicklung der Einzelhandelslandschaft hat.

Derzeit gibt es keine rechtlich durchsetzbaren Instrumente, die eine zwingende Einbindung der Hauseigentümer in die Stadtentwicklung ermöglichen. Das Land Baden-Württemberg hat die Rechtsgrundlage für die Schaffung eines Business Improvement District (BID) abgelehnt. (unter Business Improvement District ist ein räumlich begrenzter Bereich zu sehen, in dem sich Grundstückseigentümer zusammenschließen, um auf Grundlage eines abgestimmten Arbeitsprogramms und mittels einer gemeinsamen verpflichtenden Abgabe die Instandhaltung, Aufwertung und Steigerung ihres Geschäftsquartiers zu leisten). Daher sind auf freiwilliger Basis Konzepte zu entwickeln, die den Grundstückseigentümer zu einer generellen Kooperationsbereitschaft zur Aufwertung des Geschäftsbereiches bewegen. Folgende Maßnahmen werden von der Verwaltung im Rahmen des Konzeptes erarbeitet und umgesetzt.

4.2.1. Öffentlichkeitsoffensive

Infobrief

Die Hauseigentümer werden noch im Laufe des Jahres 2008 über die geplanten Entwicklungen hinsichtlich des Heidelberger Einzelhandelsstandortes informiert und zu einer Informationsveranstaltung unter Teilnahme des Oberbürgermeisters eingeladen. Weiterhin werden die Hauseigentümer in regelmäßigen Abständen über innerstädtische Entwicklungen und Projekte im Rahmen eines Infobriefes von der Verwaltung informiert.

Informationsveranstaltung

Die Verwaltung lädt die Hauseigentümer in diesem Jahr zu einer Informationsveranstaltung ein, um über geplante Entwicklungen zu informieren. Ziel der Veranstaltung wird es zudem sein, die Rolle und den Einfluss der Hauseigentümer in der Innenstadtentwicklung darzustellen und in der Folge einen dauerhaften und regelmäßigen Dialog anzustoßen. Durch einen beiderseitigen Informationsaustausch und eine Ansiedlungsberatung besteht für die Verwaltung indirekt die Möglichkeit der Einflussnahme auf den Mieter- und Branchenmix.

„Letter of Intent“

Um eine Verbindlichkeit in den begonnenen Dialog zu bekommen, wird die Stadt den Hauseigentümern bzw. Immobilienverwaltern einen „Letter of Intent“ anbieten. Grundzug dieser Absichtserklärung ist eine generelle Kooperationsbereitschaft, innerhalb der sich die Hauseigentümer bereit erklären, sich für den Einkaufsstandort Heidelberg mit verantwortlich zu zeigen.

4.2.2. Förderprogramm

Die Verwaltung erarbeitet ein Förderprogramm für Hauseigentümer mit dem Ziel, eigentumsbezogene Entwicklungen positiv zu lenken. Tatbestände der Förderung sind Investitionen in die Immobilie, die über das notwendige Maß hinaus gehen und zur Aufwertung des öffentlichen Erscheinungsbildes beitragen. Das Förderprogramm ist auch ein wichtiges Instrument, um an die Bereitschaft der Hauseigentümer zu appellieren, ihre Immobilien qualitativ hochwertig zu vermieten. Des Weiteren sieht es insbesondere die Förderung von kreativen Geschäftsideen, vor allem in den Seitenstraßen, vor. Mit den Fachämtern ist eine Definition der „vorbildlichen Maßnahmen“ zu erarbeiten und eine Höhe der Bezuschussung festzulegen. Die Verwaltung wird beauftragt zu prüfen ob ein solches Förderprogramm umsetzbar ist und mit der Erarbeitung beginnen.

4.3. Geschäftsbezogene Maßnahmen

Die qualitative Einflussnahme auf die Geschäfte ist eine besondere Herausforderung, der sich die Verwaltung mit mehreren Projekten annimmt.

Dabei kooperiert die Verwaltung eng mit den bestehenden Partnern des Handels. Der Einzelhandelsverband Nordbaden e.V., die IHK Baden-Württemberg sowie PRO Heidelberg e.V. und Heidelberg Marketing GmbH werden in Projekte einbezogen, Synergien genutzt und gemeinsame Maßnahmen entwickelt und umgesetzt.

- Beratungsstelle und „Kümmerer“ für die Innenstadt
Siehe 4.1.2.
- Innenstadtentwicklungsfonds
Siehe 4.1.1.
- Informations- und Fortbildungsangebot
Ziel eines verbessertes Informations-, Fortbildungs-, und Schulungsangebotes ist es, die Qualitäten im Einzelhandel zu fördern. Die Verwaltung nimmt daher den Auftrag an, eigene Informationsveranstaltungen wie Branchentreffen für den Einzelhandel anzubieten beziehungsweise verstärkt auf das Informationsangebot der Partner im Einzelhandel hinzuweisen.
- Medienauftritte
Die Verwaltung wird den Einkaufsstandort Heidelberg stärker vermarkten und verschiedene Medien nutzen. Noch in 2008 wird es in Kooperation mit den Partnern eine Internetpräsenz mit ausführlichen Informationen zum Einkaufsangebot in Heidelberg geben. Die Erstellung eines Einkaufsführers für Einwohner und Besucher der Stadt Heidelberg wird in 2009 umgesetzt und Projekte der gemeinsamen Darstellung von Händlern werden unterstützt.
- Öffentlichkeitswirksame Events und Aktivitäten
Die Verwaltung übernimmt den Auftrag, öffentlichkeitswirksame Aktionen mit dem Handel durchzuführen beziehungsweise Initiativen des Handels zu unterstützen. Ziel ist es, auf die Besonderheiten des Heidelberger Einzelhandels hinzuweisen und zur Profilbildung beizutragen.

Vorschläge, die gemeinsam zwischen der Stadt mit Institutionen des Handels diskutiert und auf ihre Machbarkeit geprüft werden, können sein:

- prämierte Schaufensterwettbewerbe
- saisonale Öffentlichkeitsschwerpunkte
- Auszeichnungen für besondere Serviceangebote
- freiwillige Parkkostenrückerstattung
- Abholung von Kunden
- Einrichtung von Kinderspielecken
- Terminvereinbarung für Beratung
- Gepäckaufbewahrung
- Kern-Ladenöffnungszeiten in der Innenstadt
- Lieferservice

- Profilierung bestehender Veranstaltungen für den Einzelhandel
Innerstädtische Verkaufsveranstaltungen sind (im behutsamen Umgang) ein geeignetes Instrument, neue Kunden an den Standort Heidelberg zu führen, eine positive Darstellung in der Region zu erreichen und Netzwerke und Initiativen unter den Einzelhändlern zu fördern. Die Verwaltung unterstützt im Rahmen ihrer Möglichkeiten die bereits bestehenden Veranstaltungen für den Einzelhandel und stärkt die Profilierung der langen Einkaufsnächte und den verkaufsoffenen Sonntag von PRO Heidelberg e.V.. Eine Weiterentwicklung der Konzepte unter Berücksichtigung zusätzlicher Akteure und unter Verträglichkeit der Ansprüche an die Innenstadt wird von der Verwaltung gefördert. Eine zahlenmäßige Ausweitung an Veranstaltungen in diesem Zusammenhang ist derzeit nicht geplant.

- Netzwerke
Gemeinsam mit den Partnern wird die Verwaltung eine Vernetzung der Akteure aus Einzelhandel, Gastronomie/ Hotellerie und Kultur fördern. Dies ist ein wesentlicher Baustein in der Profilbildung des Standortes Heidelberg. Vor allem bei Veranstaltungen wird künftig eine stärkere Verzahnung und Kooperation der Bereiche unterstützt. Die Verwaltung bietet an, eine Gesprächsrunde unter Federführung der Heidelberg Marketing GmbH einzurichten, in der die Akteure verschiedener Bereiche ihre Aktionen abstimmen und koordinieren können.

4.3.1. Geschäftsbezogene Maßnahmen in den Seitenstraßen

Die Verwaltung wird die Rahmenbedingungen zur Stärkung der Wahrnehmbarkeit der Seitenstraßen verbessern und die Kammstruktur deutlicher herausstellen um so stärker auf die Einzigartigkeit der Geschäfte, Gastronomiebetriebe, kulturelle und sonstige Einrichtungen hinzuweisen. Der Pflege des Stadtbildes und der historischen Bausubstanz kommt hierbei eine besonders zu beachtende Rolle zu. Zur Stärkung der Mitwirkungsbereitschaft der Betriebe werden Projekte mit den Geschäftsleuten initiiert und begleitet. Neben den Maßnahmen in Kapitel 4.3. werden im Folgenden ergänzend konkrete Projekte für die Stärkung der Seitenstraßen vorgestellt, die zeitnah umgesetzt werden sollen:

Werbegemeinschaften

Ziel ist der Aufbau von Werbegemeinschaften für die Seitenstraße zur Förderung der Kommunikation und Stärkung von Netzwerken. Die Verwaltung übernimmt die Aufgabe, Aktionen und Initiativen mit der Bereitstellung von Kompetenzen zu fördern und finanziell zu unterstützen. Innerhalb dieser Strukturen wird eine Profilbildung des jeweiligen Quartiers beziehungsweise der Seitenstraße angestrebt unter dem eine Vermarktung stattfindet. Profilbildende Aktionen und Maßnahmen werden öffentlichkeitswirksam vermarktet.

Außendarstellung

Die Verwaltung prüft die Möglichkeiten der besonderen Außendarstellung der Betriebe in den Seitenstraßen.

Weihnachtsbeleuchtung

Die Weihnachtsbeleuchtung dient neben der Schaffung von Atmosphäre als Instrument der Orientierung für Besucher Heidelbergs. In Zusammenarbeit mit PRO Heidelberg e.V. wird eine Ausweitung der Weihnachtsbeleuchtung auf die Seitenstraßen geprüft, um in der Weihnachtszeit stärker auf die Seitenstraßen hinzuweisen.

4.4 Gestaltungsleitfaden

Die Verwaltung prüft die Möglichkeit und die Notwendigkeit, über die bestehenden Regelungen hinaus Gestaltungsgrundsätze zu erarbeiten, an dem sich Betriebe (vorbehaltlich einer Genehmigung durch die Stadt) bei der Auswahl von Stühlen, Tischen, Schirmen et cetera orientieren können. Ziel ist es, die Gestaltung der privaten Möblierung im öffentlichen Straßenraum so vorzunehmen, dass ein harmonisches und der Besonderheit des Ortes gerecht werdendes Straßenbild entsteht. Gleichzeitig soll den Betrieben bei der Auswahl der Möblierung eine Handlungssicherheit gegeben werden.

5. Schaffung neuer Flächen / Schwerpunktbereiche

Von der Verwaltung werden Flächen entwickelt um einen großen Magnetbetrieb mit der Priorität im Bereich Theaterstraße anzusiedeln. Darüber hinaus werden mindestens zwei weitere Magnetbetriebe aus den Segmenten Sportartikel und Elektronik angesiedelt.

Die Verwaltung wird dabei, wie im Innenstadtforum empfohlen, einer Entwicklung im Osten der 1a-Lage strategisch eine höhere Priorität einräumen als dem Westen. Durch diese zeitlich vorangehende Entwicklung soll der östliche Teil der heutigen 1a-Lage gestärkt werden und einem Wegbrechen weiterer hochwertiger Geschäfte entgegengewirkt werden. Durch profilbildende weitere Textilmagnete wird der Einzelhandelsstandort Heidelberg wieder eine Adresse, die eine Kernkompetenz im Bereich Textil aufweisen kann. In der Folge der daraus resultierenden Attraktivitätssteigerung ist zu erwarten, dass sich auch in kleinen Geschäften hochwertige, neue und spezielle Marken ansiedeln und so der Prozess des Wegbrechens mittelfristig umgedreht und abgewendet werden kann.

Mit den Eigentümern der Liegenschaften von Schlüsselgrundstücken hat die Verwaltung bereits Kontakt aufgenommen, um Flächen zu mobilisieren. Die Stadt steht bereits in direktem Kontakt mit den Expansionsleitern der wichtigsten Marken, insbesondere der Sortimente Sport, Spielwaren, Elektronik und Textil.

In der Reaktivierung bestehender, ungenutzter Bausubstanz sowie der Zusammenlegung kleinerer Geschäftseinheiten zu größeren Flächen ist eine zusätzliche Möglichkeit zu sehen, weitere Magnetbetriebe anzusiedeln.

Die Verwaltung nimmt die Anregung aus dem Innenstadtforum auf, am Standort „Friedrich-Ebert-Anlage“ die Möglichkeit zur Stärkung des Nahversorgungsangebotes für den umliegenden Bereich der Innenstadt zu untersuchen.

Die Einbindung der neuen Standorte in den Bestand verlangt besonderes Geschick und architektonisches Können. Die potentiellen Standorte befinden sich im Gebiet, das zum Weltkulturerbe angemeldet wurde, beziehungsweise in dessen Pufferzone. Daraus ergeben sich zusätzliche Qualitätsanforderungen, die erforderlich machen, dass für die einzelnen Standorte Architektenwettbewerbe durchgeführt werden.

5.1 Theaterplatz/Theaterstraße

5.1.1 Bestandsituation

Im Sanierungskonzept Altstadt IV wird der Bereich wie folgt beschrieben: Quartier 33 besteht im Süden aus zwei Solitärbaukörpern, dem Eckbau der Theodor-Heuss-Realschule und einem an der Südwestecke zusammengeführten Baukörperkomplex. Nach Norden hin überwiegt die Straßenrandbebauung mit enger Hinterhofbebauung. In der Nordwestecke befindet sich der Gebäudekomplex eines Großkinos. Der Straßenzug entlang der Sandgasse, bei dem jedem Haus ein intakter Innenhof zugeordnet ist, ist als Ensemble schützenswert. Die Tiefgarageneinfahrt des Triplex in der Sandgasse wurde für LKW-Anlieferung konzipiert und stellt eine starke Störung des Straßenbildes der Sandgasse und Teilen des Schulhofs dar.

Der Untersuchungsbereich umfasst im Wesentlichen das Areal zwischen der Hauptstraße (Gebäude Hauptstraße 110, 112, 114) und dem Theaterplatz. Optional wird eine Einbeziehung der Gebäude Theaterstraße 7 und 9 in Betracht gezogen.

Die Gebäude im Untersuchungsbereich befinden sich fast vollständig in Privateigentum, lediglich die öffentlichen Straßenflächen, die Fläche des Theaterplatzes und das Gebäude Theaterstraße 9 sind im städtischen Eigentum.

Abb. Untersuchungsbereich



Theaterstraße

Zur Hauptstraße zeigt sich die Theaterstraße durch die Aufweitung im Straßenraum freundlich und einladend. Dieser Bereich wird insbesondere in den Sommermonaten von Cafes als Platz genutzt. Die Theaterstraße hätte jedoch in ihrer Gesamtlänge durch die Betonung der klassischen diagonalen Abfolge der drei Plätze Theaterplatz, Anna-Blum-Platz und dem Schulhof der Friedrich-Ebert-Grundschule ein städtebauliches Gestaltungspotenzial, das heute wenig zur Geltung kommt.

Theaterplatz

Der Theaterplatz ist ein fehlendes Stück der Bebauung. Seine Platzwände sind die Brandwände der angrenzenden Gebäude sowie die Hinterhöfe der Bebauung an der Sandgasse.

Der Theaterplatz hat in seiner aktuellen Gestalt nur geringe Aufenthaltsqualität. Der Bodenbelag weist deutliche Mängel auf. Er wird überwiegend als Parkplatz genutzt und ist unübersichtlich. Die direkt angrenzende Bebauung ist heterogen und abschirmend, insbesondere die Rückwand des Lux- / Harmonie - Kinos.

Bis auf das Theater, das durch die Theaterstraße räumlich jedoch vom Platz getrennt ist, richten sich keine Gebäude dem Platz zu. Dadurch wird der Charakter eines Hinterhofs erweckt, dem das Theater ausgesetzt ist. Die Einbindung des Platzes im Gefüge der Altstadt ist insgesamt ungenügend.

Für den Theaterplatz wurden verschiedene Konzepte zu einer Neugestaltung erarbeitet. So wurde im September 1988 wurde ein offener Wettbewerb für den Theaterplatz ausgeschrieben. Der prämierte Entwurf wurde wegen fehlender Finanzmittel und mangelndem Konsens nicht verwirklicht. Auch im Sanierungskonzept Altstadt IV wurde eine Neugestaltung des Platzes vorgeschlagen. Das Theater fordert ebenfalls eine Neugestaltung des Platzes, um seine Präsenz im Stadtraum verstärken zu können.

Im Zuge einer möglichen Einzelhandelsentwicklung wird die Gestaltung des Theaterplatzes eine wesentliche Rolle spielen. Die umgebenden Nutzungen werden in ein Platzkonzept eingebunden, so dass eine hohe Aufenthaltsqualität entsteht, die zu einer Aufwertung des gesamten Bereichs beiträgt.

Rahmenbedingungen

Flächennutzungsplan

Im Flächennutzungsplan ist die Fläche des Untersuchungsbereichs als Wohnbaufläche dargestellt.

Denkmalschutz

Die Belange des Denkmalschutzes, insbesondere im Zusammenhang der als Gesamtanlage geschützten Altstadt, sind besonders zu berücksichtigen.

Baumbestand

Im Bereich des Theaterplatzes sind nach einer Bestandsaufnahme des Landschafts- und Forstamtes 9 Platanen und eine Kastanie vorhanden. Das durchschnittliche Alter der Platanen beträgt etwa 60 Jahre. Die Bäume weisen zum Teil Schäden auf, die bestehenden Pflanzgruben entsprechen nicht den aktuellen Anforderungen: Die Lebenserwartung wird auf circa 30 Jahre geschätzt.

Die Kastanie weist ein Alter zwischen 80 und 90 Jahren auf und wird auf Grund verschiedener Schädigungen als Gefahrenbaum eingestuft: Die verbleibende Lebenserwartung wird mit 3 – 5 Jahren angegeben.

5.1.2 Konzeptidee

Im Vorfeld wurde eine Variante mit Einbindung des bestehenden Kinos in eine Einzelhandelskonzeption untersucht. Soweit erkennbar könnten mit dieser Variante allerdings nur bis zu 4.000 m² Verkaufsfläche neu entstehen.

Nach Auffassung des Amtes für Wirtschaftsförderung und Beschäftigung, lässt sich bei dieser Lösung das Ziel eines tragfähigen östlichen Pols mit einer angestrebten Verkaufsfläche von 8.000 m² nicht erreichen, so dass hier nach einer Lösung der Kinoverlagerung gesucht werden muss. Dabei ist zu klären, ob ein Neubau eines Kinos unter den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Betreiber realistisch ist und welche Verlagerungsflächen angeboten werden können. Die Stadt wird eine gesonderte Kinokonzeption erarbeiten.

5.2 Friedrich-Ebert-Anlage

5.2.1 Bestandssituation

Die Fläche liegt im Süd-Westen der Altstadt (Voralstadt) zwischen den Straßenachsen der Friedrich-Ebert-Anlage. Nördlich der Fläche befinden sich heterogene Nutzungen mit Einzelhandel, Dienstleistungen (mit Anteil Wohnen), sowie einer Schule. Östlich, westlich und im Süden schließen sich Wohnnutzungen sowie Gebäude mit öffentlicher Verwaltung an.

Die Friedrich-Ebert-Anlage ist als Süd-Tangente vom Adenauerplatz in der Verlängerung mit dem Schloßberg-Tunnel am Karlstor bis zu B 37 verknüpft. Über diese wichtige Hauptverkehrsachse wird nicht nur ein großer Teil der Erschließung der Altstadt abgewickelt. Die Süd-Tangente hat ebenso eine bedeutende Funktion im Fernverkehr ins und aus dem Neckartal. kennzeichnend sind daher eine hohe Verkehrsbelastung und starke Lärmimmissionen.

Das Grundstück wird heute überwiegend als Anwohnerparkplatz genutzt, die Ränder sind durch einen hohen Grünanteil geprägt. Die Gesamtfläche umfasst ein Areal von circa 4.500m². Die Flächen befinden sich im Eigentum der Stadt Heidelberg.

Rahmenbedingungen

Das Sanierungskonzept Altstadt IV schlägt eine Neubebauung der Platzfläche vor. Im Flächennutzungsplan ist die Fläche als Grünfläche dargestellt.

Abb. Lageplan



5.2.2 Konzept

Die Parkplatzfläche am Standort Friedrich-Ebert-Anlage soll, wie im Sanierungskonzept Altstadt IV vorgeschlagen, durch ein Gebäude bebaut werden. Dabei soll im Erdgeschoss und eventuell auch im ersten Obergeschoss ein Vollversorger mit bis zu 3.000 m² Verkaufsfläche entstehen, mit dem das Entwicklungspotenzial in diesem Segment erfüllt wird.

In den Obergeschossen können Wohnnutzungen angeordnet werden. Die Stellplätze sind in einem oder zwei Untergeschossen unterzubringen, die Zufahrt kann an der westlichen Schmalseite des Grundstücks erfolgen.

Über eine Fußgängerbrücke könnte zudem ein direkter und attraktiver Zugang von der Altstadt zum Wanderwegenetz des Gaisbergs beziehungsweise Königstuhls geschaffen werden. In diesem Zusammenhang sind Standorte und Zuwegung der Bushaltestellen zu optimieren.

5.3 Weitere Standorte

5.3.1 Bestandsentwicklung

Die Verwaltung wird potenzielle Flächen und Immobilien in der heutigen 1a-Lage hinsichtlich möglicher Einzelhandelsentwicklungen (Textil, Sport, Elektro, Spielwaren) identifizieren. Um größere Verkaufsflächen schaffen zu können, wird die Zusammenlegen von 2-3 Immobilienobjekten geprüft.

5.3.2 Bismarckplatz

Der Bismarckplatz ist der zentrale Platz in Heidelberg mit wesentlichen Funktionen als Scharnier zwischen den Stadtteilen Bergheim und Altstadt, zentraler ÖPNV-Umsteigepunkt und beliebter Treffpunkt, Eingangstor zur Fußgängerzone und wichtigen Einzelhandelsnutzungen (Kaufhof, Woolworth, Darmstädter Hof Centrum). Während der Platz im Süden eine Konzentration an Funktionen und Nutzungen aufweist, schließt sich im Norden eine weitgehend ungenutzte aber von umfangreichem Baumbestand geprägte Grünfläche an.

Der Standort liegt im Bereich der Einkaufsinnenstadt, eine Aufwertung der Lagequalitäten in den 1a-Lagen der Hauptstraße ist naheliegend. Allerdings würde dabei vor allem der ohnehin starke westliche Pol gestärkt werden und die Gefahr einer zusätzlichen Abwertung der östlichen 1a-Lagen der Hauptstraße entstehen. Deshalb wird an diesem Standort erst nach Abschluss des östlichen Pols gearbeitet. Tritt der Fall ein, dass einer Realisierung des Standortes im östlichen Teil der 1 a Lage keine Möglichkeiten mehr eingeräumt werden, wird eine Entwicklung im westlichen Teil der 1 a Lage voran getrieben. Hierfür spielen einerseits der Bereich Bismarckplatz/Adenauerplatz und andererseits die Nebenstraßen in der westlichen Altstadt zwischen Neckarufer und Friedrich-Ebert-Anlage eine Rolle.

6. Öffentlicher Raum

Das Innenstadtforum empfiehlt die Schaffung eines attraktiven Einkaufsambientes durch unterstützende Maßnahmen im öffentlichen Raum zur Verbesserung und Weiterentwicklung der Aufenthalts- und Flanierqualität.

Gestalterische Mängel in der Innenstadt bestehen vor allem im Umgang mit dem öffentlichen Raum. Zur Aufwertung der Straßen und Plätze sowie zur emotionalen Wahrnehmung der Altstadt wird sowohl an einem Materialkonzept für die Altstadt als auch an der Umsetzung des Lichtkonzeptes für die Altstadt gearbeitet. Nach dem Erfolg eines „Starterprojekts“, von dem eine gewisse Initialzündung ausgehen soll, müssen in der Folge regelmäßig weitere Projekte umgesetzt werden, um die Dauerhaftigkeit des Prozesses der Qualitätsverbesserung zu verdeutlichen. Beide Konzepte sind sowohl Bestandteil eines Gesamtkonzeptes für die Innenstadt als auch Grundlage für weitere Überlegungen.

Sie dienen der Schaffung von Aufenthaltsqualitäten, einem angenehmen Einkaufserlebnis, der Steigerung des Besuchs- und Wohnwerts, der sensiblen Weiterentwicklung der historischen Altstadt und der Steigerung ihrer Anziehungskraft. Im folgenden werden die bereits in der Umsetzung befindlichen und die geplanten Projekte genannt.

6.1 Lichtkonzept Altstadt

Grundlage ist der „Lichtmasterplan Heidelberg“ der im März 2008 fertiggestellt wurde. Nachdem die Präsentation der Beleuchtungs-Installation auf ein allgemein positives Echo gestoßen ist, und nun die Inhalte des Lichtmasterplans vorliegen, steht die Festlegung der nächsten Schritte zur Umsetzung der ersten Maßnahmen an.

Derzeit befinden sich die ersten zwei Projekte in der Umsetzung. Die Konzeption zur Beleuchtung der Karl-Theodor-Brücke („Alte Brücke“) wurde durch den Gemeinderat am 29.03.2007 beschlossen. Die Umsetzung wurde in die Instandsetzungs- beziehungsweise Sanierungsarbeiten integriert.

Mit dem Bau der Tiefgarage unter dem Friedrich-Ebert-Platz durch die Heidelberger Garagengesellschaft (HGG) ist von der Stadt die Oberfläche neu zu gestalten, in die das Beleuchtungskonzept mit einbezogen wird. Der Mittelbedarf für die Gestaltung der Platzoberfläche ist bereits im Doppelhaushalt 2007/2008 abgebildet.

Der Gemeinderat hat am 29.05.2008 die Dokumentationen über das Beleuchtungskonzept für die Altstadt zur Kenntnis genommen. Weiterhin wurde beschlossen, die Beleuchtung der Seitenstraßen als ersten Umsetzungsschritt des Gesamtkonzeptes zur Beleuchtung der Altstadt und in einem weiteren Schritt die Umsetzung auf dem Marktplatz durchzuführen.

6.2 Gestaltungskonzept Altstadtstraßen

Der Gemeinderat hat am 26.06.08 ein Konzept zur Gestaltung der Straßen in der Altstadt beschlossen. Das Plangebiet umfasst die südliche Altstadt zwischen Bismarckplatz, Karlstor, Hauptstraße und Friedrich-Ebert-Anlage. In einer Bestandsanalyse wurde nachgewiesen, dass in der südlichen Altstadt einen ein deutlich wahrnehmbarer Erneuerungsbedarf an Gestaltungs- und Instandsetzungsaufgaben besteht.

Ziel des Gestaltungskonzeptes ist es, eine Lösung zu finden, die es ermöglicht, sofort handeln zu können, wo ohnehin Umbaumaßnahmen, meist technisch bedingt, durchgeführt werden müssen. Am Ende vieler umgesetzter Einzelmaßnahmen, die einem abgestimmten Konzept folgen müssen, lässt sich so Zug um Zug ein insgesamt verbessertes Erscheinungsbild der gesamten Altstadt schaffen und es letztlich durch wiederkehrende Elemente zu einem Gesamtbild formen.

Das vorliegende Konzept stellt die Grundsätze für die künftige Ausgestaltung der Straßen in der südlichen Altstadt dar. Die Umsetzung des Konzeptes wird vom Amt für Verkehrsmanagement betreut. Diesbezüglich wird ein Ingenieurbüro beauftragt.

6.3 Weitere Maßnahmen

Zur Aufwertung und Gestaltung des öffentlichen Raumes sollen für verschiedene Teilaspekte Konzepte erarbeitet werden. Dies betrifft zum Beispiel:

- Platznutzungskonzept
- Gestaltungskonzept / Möblierung öffentlicher Raum
- Beschilderungskonzept

Die Einzelhändler begrüßen ein Beschilderungssystem, das auf die Seitenstraßen und den vorhandenen Geschäftsbesatz hinweist. Ziel ist es, die Seitenstraßen in das Bewusstsein des Besuchers und der Kunden zu bringen und die hohe Frequenz auf der Hauptstraße für die Seitenstraßen zu nutzen. Die Verwaltung wird ein entsprechendes Hinweissystem unter Berücksichtigung der verschiedensten Nutzergruppen erarbeiten

6.4 Parkleitsystem / Maßnahmen Verkehr

Als Teil des kooperativen Verkehrsmanagementsystems der Stadt Heidelberg wird ein dynamisches Parkleitsystem geplant und umgesetzt, dessen Zielführung in mehreren Stufen auf das bestehende und im Zuge der Bahnstadterschließung wachsende Netz von Großgaragen im Stadtgebiet ausgerichtet ist.

Die Leitkonzeption sieht eine quartierbezogene Information über freie Stellplätze vor. Die Lenkung des Parksuchverkehrs erfolgt über dynamische Parkwegweiser, welche durch statische Parkwegweiser, Vorwegweiser und Begrüßungsschilder an den Stadteinfahrten ergänzt werden

Das Stadtgebiet wird voraussichtlich analog zu Parkleitsystem in anderen Städten in farbig gekennzeichnete Räume beziehungsweise Funktionszonen aufgeteilt (beispielsweise Altstadt Nordost, Altstadt Nordwest, Altstadt Süd, Bergheim, Neuenheimer Feld und Bahnstadt). Die Funktionszonen werden durch Bezeichnungen (zum Beispiel Altstadt Nordwest) betitelt, die Farben finden sich auf der Signalisierung und in allen weiteren Informationsmedien wieder. Informationen (wie Preise, aktuelle Belegungszahlen, Öffnungszeiten) können über das Internet abgerufen werden.

Das Parkleitsystem wird in Abstimmung mit der Überarbeitung der sonstigen wegweisenden Beschilderung umgesetzt, es wird so aufgebaut, dass es mit der baulichen Entwicklung „mitwächst“.

gez.

Bernd Stadel