

Stadt Heidelberg

Drucksache:
0069/2014/IV

Datum:
30.04.2014

Federführung:
Dezernat I, Amt für Wirtschaftsförderung und Beschäftigung

Beteiligung:

Betreff:

**Modellversuch "Darstellung der Geschäfte in den
Seitengassen der Altstadt"
- Zwischenbericht
(Ersetzt die Drucksache: 0126/20112IV,
siehe auch Drucksache: 0131/2010/IV)**

Informationsvorlage

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Kenntnis genommen:	Handzeichen:
Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss	14.05.2014	Ö	() ja () nein () ohne	

Zusammenfassung der Information:

Der Stadtentwicklungs- und Verkehrsausschuss nimmt den Bericht zum Modellversuch „Darstellung der Geschäfte in den Seitengassen der Altstadt“ zur Kenntnis.

Finanzielle Auswirkungen:

Bezeichnung:	Betrag:
Ausgaben / Gesamtkosten:	39.901,20 €
2010	8.798,98 €
2011	15.146,28 €
2012	15.955,94 €
Einnahmen:	
keine	
Finanzierung:	
• Ansatz in 2010	10.000,- €
• Ansatz in 2011	15.000,- €
• Ansatz in 2012	15.000,- €

Zusammenfassung der Begründung:

Basierend auf den Ergebnissen des Innenstadtförums im ersten Halbjahr 2008 setzt die Wirtschaftsförderung den Auftrag um, den Handel der Seitenstraßen im besonderen Maße zu unterstützen und führt hierzu einen zeitlich befristeten Modellversuch durch, bei dem verschiedene Darstellungsmöglichkeiten –abweichend von den geltenden Regelungen (Werbeanlagensatzung Altstadt, Regelungen für gewerbliche Sondernutzungen in der Altstadt) – getestet werden.

Begründung:

Ausgangslage:

Basierend auf den Ergebnissen des Innenstadtforums im ersten Halbjahr 2008 setzt die Verwaltung und speziell die Wirtschaftsförderung den Auftrag um, den Handel der Seitenstraßen zu fördern und im besonderen Maße zu unterstützen. Erste Erfolge können im Bereich der Netzwerkbildung und der erhöhten Durchführung von Gemeinschaftsaktionen verbucht werden.

Der Antrag zum Bericht über die „Einzelhandelssituation in den Seitenstraßen der Altstadt“ in Bezug auf die geltende Werbeanlagensatzung für die Altstadt und ihre Restriktionen seitens der SPD-Fraktion vom 04.05.2010 gab Anlass zur Erstellung der Informationsvorlage „Einzelhandelssituation in den Gassen der Altstadt“ vom 16.09.2010 durch die Wirtschaftsförderung. Das Ergebnis der Infovorlage unterstreicht die Notwendigkeit bereits durchgeführter und geplanter Maßnahmen, den vergleichsweise gesunden Branchenmix weiter zu erhalten. Es beschreibt aber auch der Wettbewerbsnachteil der für Heidelberg profilbildenden inhabergeführten Einzelhandelsgeschäfte in den Seitenstraßen gegenüber der Hauptstraße.

Modellversuch:

Gemeinsam mit dem Einzelhandel hat die Stadtverwaltung einen zeitlich befristeten Modellversuch initiiert, bei dem verschiedene Darstellungsmöglichkeiten –abweichend von den geltenden Regelungen (Werbeanlagensatzung Altstadt, Regelungen für gewerbliche Sondernutzungen in der Altstadt) – erprobt werden.

Schon während der Vorstellung in der Gemeinderatssitzung vom 10.02.2011 wurden die Durchführung des Versuches und die Teilnahme der Unteren Straße als eine von zwei Modellstraßen beschlossen. Die zweite Modellstraße sollte in einem anderen Bereich der Altstadt liegen. Auf Grund von Besatz und Interessenbekundung der Einzelhändlerinnen und Einzelhändler wurde die Märzgasse als zweite Modellstraße und die Neugasse als Referenzstraße ausgewählt. In beiden Modellstraßen werden sich mind. sechs Gewerbetreibende beteiligen.

Methodik:

Zur Unterstützung und Kontrolle der Einzelhändlerinnen und Einzelhändler in Ihrer Ideenfindung, ist seitens der Verwaltung eine ämterübergreifende Arbeitsgruppe gebildet worden. Gemeinsam wurden im Vorfeld grundsätzliche Rahmenbedingungen und Anforderungen an mögliche zukünftige Sondernutzungen von Einzelhandelsbetrieben innerhalb der Grenzen der Altstadt festgelegt. Die Arbeitsgruppe setzte hierbei einen besonderen Fokus auf eine für Heidelberg angemessene Wertigkeit der Ausführungen um den sensiblen Bereich der Altstadt als Gesamtanlage nicht zu überfrachten.

Um die Einzelhändlerinnen und Einzelhändler zu informieren, ihre Ideen aufzunehmen und/oder diese zu erarbeiten, wurden einzelne Arbeitsgespräche in den entsprechenden Seitenstraßen durch die Wirtschaftsförderung geführt. Die Vorschläge und Ideen des Handels wurden verwaltungsintern abgestimmt und zu konsensfähigen Ergebnissen geführt. Den Händlern oblag dann eine Umsetzung für die Dauer von drei Monaten.

Während der unterschiedlichen „Testphasen“ dokumentierte die Wirtschaftsförderung das Projekt in Form:

- einer Fotodokumentation (je Quartal: Bilder aller teilnehmenden Gewerbetreibenden und diverser Standorte innerhalb und außerhalb der jeweiligen Seitenstraße),
- der Beauftragung von Passantenfrequenzmessungen, durchgeführt durch das Team Schaffner (Messung der Frequenzen an mehreren Punkten: der Modellstraßen, einer Referenz-Seitenstraße und der Hauptstraße),
- der Beauftragung von Passantenbefragungen innerhalb der Modellstraßen anhand eines Fragebogens, durchgeführt durch das Team Schaffner

Im Anschluss an die geplanten vier Quartale sollten die Ergebnisse ausgewertet und der Politik vorgestellt werden.

Stand der Umsetzung:

Im Rahmen der Umsetzung wurden zwei Testphasen durchgeführt. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass der Umsetzung beider Quartale jeweils langwierige Entscheidungsprozesse des Handels vorangegangen waren. Das Festlegen auf eine gemeinsame Linie der Darstellung fiel den Teilnehmern aus dem Handel schwer.

Im ersten Quartal, vom Juli 2011 bis September 2011, wurden die Themen „**Warenpräsentation (Untere Straße)**“ und „**die Liberalisierung im Umgang mit den bestehenden Regelungen für gewerbliche Sondernutzungen (Märzgasse)**“ umgesetzt. Hierbei gilt es festzuhalten, dass Warenpräsentationen mit Ausnahme von Obst, Gemüse, Schnittblumen und Zeitungen in der Altstadt grundsätzlich unzulässig sind. Die „Regelungen für gewerbliche Sondernutzungen in der Altstadt“ lassen pro Ladenlokal jeweils nur einen Aufsteller oder einen Dekorationsgegenstand oder bis zu zwei Pflanzen zu. Die Liberalisierung beschreibt das Aufstellen aller möglichen Gegenstände im Kollektiv.

- Die Gewerbetreibenden der **Unteren Straße** präsentierten Ihre Waren auf verschiedenen Grundträgern. So wurden Textilien auf Schaufensterpuppen, Wohnaccessoires und Lebensmittel auf gedeckten Tischen, sowie Schallplatten in aufgearbeiteten Holzkisten dargestellt.
- In der **Märzgasse** verständigten sich die Beteiligten auf einen Mix der nach aktueller Satzung genehmigungsfähigen Sondernutzungen wie Werbeaufsteller, Staffeleien, Dekorationsgegenstände und Pflanzen.

Im zweiten Quartal, vom Oktober 2011 bis Dezember 2011, tauschten die teilnehmenden Straßen Ihre Darstellungen:

- In der **Unteren Straße** präsentierten sich die Gewerbetreibenden in Form aktuell genehmigungsfähiger Sondernutzungen wie Werbetafeln, Pflanzen und auf das jeweilige Ladengeschäft hinweisende Dekorationsgegenstände; auch eine der Jahreszeit entsprechende Dekoration als Auslage wurde präsentiert.
- In der **Märzgasse** wurde eine Warenpräsentation der jeweiligen Geschäfte auf einheitlichen Stehtischen mit Überwurf umgesetzt.

Zusammenfassung der Auswertung der Passantenfrequenzmessungen und –befragungen

Die Auswertung der beauftragten Firma beruht ausschließlich auf den erhobenen Daten der Frequenzmessungen und Befragungen. Andere Faktoren, wie das Wetter, die Lage innerhalb der Altstadt, der tatsächliche Geschäftsbesatz oder auch der Straßenverlauf sind schwer miteinander zu vergleichen und können nur im Verhältnis zu den relativen Zahlen der Hauptstraße betrachtet werden. Bei einer Interpretation der Ergebnisse muss dies Berücksichtigung finden.

Warenpräsentation:

Märzgasse:

In der Märzgasse konnte zum Zeitpunkt der „Warenpräsentation“ im Vergleich zur Hauptstraße eine Frequenzzunahme von 6% beobachtet werden. Dies entspricht in etwa 400 Personen pro Tag. Nach Angabe des auswertenden Unternehmens Team Schaffner ist die erhöhte Frequenz nicht gleichbedeutend mit erhöhter Kundenakzeptanz. Vielmehr ergibt sich aus der Kundenbefragung eine signifikante Zahl negativer Nennungen zur Wirkung der liberalisierten Präsentation.

Untere Straße:

In der Unteren Straße konnte zu diesem Zeitpunkt im Vergleich zu weiteren Zählpunkten kein Anstieg der Passantenfrequenz verzeichnet werden. Dieses Ergebnis entspricht nach Ansicht der beauftragten Firma den Erwartungen, da die Untere Straße von der Hauptstraße nicht direkt einsehbar ist, Laufkunden also nicht direkt angesprochen werden können. Qualitativ wurde jedoch von den Passanten in der Unteren Straße die Präsentation der Geschäfte im öffentlichen Raum als positiv wahrgenommen. Fast 90% der Befragten urteilten, dass die Warenpräsentation positiv auffiel.

Die Bewertung der Geschäfte in Bezug auf eine Steigerung der Ladeneintritte, Käuferzahlen und Umsätze zum Zeitpunkt der Warenpräsentation fällt in beiden Straßen positiv aus. Die Maßnahmen und Darstellungsmöglichkeiten im Rahmen des Modellversuches werden dabei aber von 70% der Geschäfte als unzureichend angesehen.

Liberalisierung im Umgang mit den bestehenden Regelungen für gewerbliche Sondernutzungen:

Märzgasse:

Zum Zeitpunkt der Liberalisierung mit den bestehenden Regelungen für gewerbliche Sondernutzungen konnte in der Märzgasse ein Anstieg der Passantenfrequenz von fast 10% im Verhältnis zu Zählpunkten auf der Hauptstraße erzielt werden; dies entspricht in etwa 600 Personen pro Tag. Die Anzahl der Passanten, denen die Außendarstellung aufgefallen ist bzw. eine Meinung zur Qualität hatten und die Anzahl derer, die dazu keine Aussage treffen konnten, halten sich durchweg die Waage. In der Gesamtbeurteilung liegt es nahe, eine messbare Wirkung auf die Frequenz zu konstatieren, die Größenordnung ist mit etwas unter 10 % Frequenzzuwachs allerdings überschaubar.

Untere Straße:

In der Unteren Straße führte auch diese Darstellung zu keiner Erhöhung der Frequenz. Allerdings waren sich hier mehr als 90% der Befragten einig, dass die Darstellung im öffentlichen Raum sehr positiv wahrgenommen wird.

Die Bewertung der Geschäfte in Bezug auf eine Steigerung der Ladeneintritte, Käuferzahlen und Umsätze zum Zeitpunkt der Warenpräsentation fällt auch hier in beiden Straßen positiv aus. Die Maßnahmen werden aber ebenfalls von 70% der Geschäfte als unzureichend angesehen.

Fazit der beiden Modellquartale:

Unabhängig von der Art der Darstellung, „Warenpräsentation“ oder „eine Liberalisierung im Umgang mit den bestehenden Regelungen für gewerbliche Sondernutzungen“ **bringt die zusätzliche Außendarstellung der Einzelhändler bei einer direkten Sichtbeziehung zur Hauptstraße eine höhere Besucherfrequenz in die Seitenstraße.** Jedoch werden die verschiedenen Maßnahmen qualitativ von den Besuchern nicht uneingeschränkt positiv bewertet. **Bei einer möglichen Realisierung müssen daher einheitliche und verbindliche Qualitätsstandards verabredet und festgelegt werden.**

Aus Sicht der meisten Geschäfte waren die Möglichkeiten der Darstellungsformen nicht weitreichend genug. Durch eine weitere Ausdehnung der Außendarstellung hätten, nach Aussage der Geschäftsinhaber, weitere Personen in die Seitenstraßen gelockt werden können, vor Allem von einer Darstellung am Eingang der Gassen oder einem Lichtkonzept erwarten die Geschäfte eine noch erhöhte Frequenz. Mit der höheren Besucherfrequenz im Laden und der Umsatzsteigerung, zumindest bei den meisten Teilnehmern, waren die Geschäfte dennoch zufrieden.

Die anliegende Fotodokumentation der beiden Straßen zu den jeweiligen Darstellungen pro Quartal vermittelt einen Eindruck der Umsetzungen vor Ort.

Weiteres Vorgehen und Ausblick:

Für die noch ausstehenden Quartale 3 und 4 verständigten sich Verwaltung und Handel auf die Themenschwerpunkte „Licht“ und „Darstellungsmöglichkeit am Eingang der Seitenstraßen“, wobei das Thema „Licht“ möglichst in der dunklen Jahreszeit umgesetzt werden sollte.

Die Befragung der Betriebe zur Fortführung des Modellversuchs und der Umsetzung der besprochenen Themen ergab, dass die Betriebe weiterhin sehr interessiert an der Fortführung sind.

Beide Themen wurden verwaltungsseitig zurückgestellt. Die Themen „Licht“ und „Darstellung von Seitenstraßen im öffentlichen Raum“ sind Bestandteil der Überlegungen zum Großprojekte „Aufwertung Hauptstraße“ und sollten nicht losgelöst zu einer ganzheitlichen Umsetzung bearbeitet oder realisiert werden. Vor dem Hintergrund der Prüfung im Rahmen des Projektes „Aufwertung Hauptstraße“ wird von einer Fortführung des Modellversuches abgesehen.

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:
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> <p>Ziel/e:</p>
SL 11	+	<p>Straßen und Plätze als Lebensraum zurückgewinnen, Aufenthaltsqualität verbessern</p> <p>Begründung: Die Qualität von Arbeit, Leben und Einkauf in der Stadt wird gefördert</p> <p>Ziel/e:</p>
AB 5	+	<p>Erhalt der Einzelhandelsstruktur</p> <p>Begründung: Der profilbildende Einzelhandel in den Seitengassen, abseits der Hauptstraße, wird unterstützt und gefördert um die Wettbewerbsnachteile gegenüber den Filialbetrieben in der 1a Lage auszugleichen. Eine Förderung des inhabergeführten Einzelhandels in den Seitengassen stärkt das Profil Heidelbergs als Einzelhandelsstandort. Neben der Ansiedlung eines Textilmagneten und der qualitativen und quantitativen Ergänzung der Haupteinkaufslage, sorgt die Stärkung und Ausbildung des Einzelhandels in den Nebenlagen dafür, dass Heidelberg sein einzigartiges Flair als Einkaufsstandort erhält und stärkt, wie im Innenstadtforum festgelegt.</p>

2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

Eine Lockerung der bisher geltenden Richtlinien für gewerbliche Sondernutzungen ruft unter Umständen andere Konflikte hervor. Verwaltungsintern wurde diskutiert, ob der Denkmalschutz und die gestalterischen Ansprüche an die Altstadt mit einer erweiterten Aussendarstellung von Einzelhandelsgeschäften in Einklang zu bringen sind.

gezeichnet

Dr. Eckart Würzner