

|   |  |  |
|---|--|--|
| <b>STELLUNGNAHME zum Antrag</b><br><br>CDU-Gemeinderatsfraktion<br><br>vom: 26.11.2014<br>eingegangen: 26.11.2014 | Gremium:   | <b>8. Plenarsitzung Gemeinderat</b>  |
|   | Termin:<br>Vorlage Nr.:<br>TOP:<br><br>Verantwortlich: | <b>03.02.2015</b><br><b>2014/0801</b><br><b>21</b><br><b>öffentlich</b><br><b>Dez. 4</b> |
| <b>Einkaufen in Karlsruhe - Gesamtpaket zur Stärkung des Einzelhandels</b>  |  |  |

**- Kurzfassung -**

Die Verwaltung arbeitet aktiv an der Stärkung des Einzelhandelsstandorts Karlsruhe. Durch die Maßnahmen des Kooperationsmarketings und das Citymanagement im Stadtmarketing wird der Einzelhandel unterstützt und die Einkaufsstadt Karlsruhe mit hohem finanziellen Aufwand beworben. Unter anderem ermöglichen attraktive Großveranstaltungen die Umsetzung von Sonderöffnungszeiten (verkaufsoffene Sonntage). Die Verwaltung hat darüber hinaus Maßnahmen ergriffen, um die Erreichbarkeit der Innenstadt während der Bauphase der Kombilösung für die Kunden zu verbessern.

Die Baumaßnahmen der Kombilösung und anderer Bauträger wirken sich seit 2014 auf die Umsätze der Unternehmen der Innenstadt aus. Zusätzliche Maßnahmen zum Standortmarketing für eine stärkere Vermarktung der Einkaufsstadt Karlsruhe sind daher aus Sicht der Verwaltung sinnvoll und notwendig und müssen auf deren Machbarkeit hin untersucht werden.

|   |  |   |   |                               |  |
|---|--|---|---|-------------------------------|--|
| Finanzielle Auswirkungen des Antrages       |  |   |   | nein <input type="checkbox"/> | ja <input checked="" type="checkbox"/> |
| Gesamtkosten der Maßnahme                   | Einzahlungen/Erträge (Zuschüsse u. Ä.)   | Finanzierung durch städtischen Haushalt | Jährliche laufende Belastung (Folgekosten mit kalkulatorischen Kosten abzügl. Folgeerträge und Folgeeinsparungen) |                               |  |
| abhängig von den Maßnahmen                  |  |   |   |                               |  |
| Haushaltsmittel stehen nicht zur Verfügung. |  |   |   |                               |  |
| Kontierungsobjekt:                          |  | Kontenart:                              |   |                               |  |
| Ergänzende Erläuterungen:                   |  |   |   |                               |  |
| ISEK Karlsruhe 2020 - relevant              | nein <input checked="" type="checkbox"/> | ja <input type="checkbox"/>             | Handlungsfeld:  |                               |  |
| Anhörung Ortschaftsrat (§ 70 Abs. 1 GemO)   | nein <input checked="" type="checkbox"/> | ja <input type="checkbox"/>             | durchgeführt am   |                               |  |
| Abstimmung mit städtischen Gesellschaften   | nein <input type="checkbox"/>            | ja <input checked="" type="checkbox"/>  | abgestimmt mit KASIG, VBK, StMa   |                               |  |

**Zu 1:**

Die Stärkung des Einzelhandels liegt im Aufgabenbereich von Stadtmarketing Karlsruhe GmbH und Wirtschaftsförderung. Die Wirtschaftsförderung steuert die Entwicklung des Einzelhandels strategisch, z. B. durch die Ansiedlung von größeren Einzelhandelsbetrieben, während das Stadtmarketing für die Aufgaben Kundenbindung, Kundengewinnung und Kooperationen verantwortlich ist. Zudem finden in der AG Innenstadt der verwaltungsinterne Austausch und die Abstimmung in Bezug auf alle innenstadtrelevanten Themen statt. Hier sind alle Ämter und Gesellschaften vertreten, die einen Bezug zum Thema Innenstadt haben.

**Parkflächen für Busse**

Auf dem Festplatz wurden vier neue Stellplätze für Busse ausgewiesen. Sofern keine Veranstaltungen im Kongresszentrum stattfinden, können weitere Busse auf dem Festplatz parken. Darüber hinaus sind auch im Umfeld vom Festplatz noch Busstellplätze ausgewiesen. Diese Maßnahmen sind aus Sicht der Verwaltung ausreichend.

**Parkflächen für Pkw**

Die Ausweisung zusätzlicher Parkflächen für Pkw ist derzeit nicht dringend, da die vorhandenen privaten und öffentlichen Parkplätze in der Innenstadt ausreichen.

**Parkflächen für Fahrräder**

Die Parkplatzsituation für Fahrräder in der Innenstadt ist v. a. an hoch frequentierten Tagen (Samstage/verkaufsoffene Sonntage/Adventszeit) nicht zufriedenstellend. Dies zeigt sich insbesondere an den Kreuzungspunkten der Fächerstraßen zur Kaiserstraße. Wie die Erfahrungen aus der Vergangenheit zeigen, ist die Ausweisung weiterer Flächen "Kaiserstraßennah" nahezu unmöglich.

**Temporäre P&R-Parkplätze**

In Kooperation mit den VBK und mit Unterstützung des Kooperationsmarketings wurden während der vier Adventssamstage 2014 auf dem Messplatz kostenlose P&R-Plätze ausgewiesen und beworben. Kunden konnten von dort mit öffentlichen Verkehrsmitteln kostenfrei in die Innenstadt und zurück fahren.

**Ermäßigte Parkgebühren in einzelhandelsrelevanten Stadtgebieten**

Mit dem Mobilitätsbonussystem KARLSRUHER existiert bereits eine bewährte und unkomplizierte Möglichkeit, dass Kunden durch Einkäufe in den Geschäften der Innenstadt u. a. ihre Parkgebühren reduzieren können.

**Optimierung des Parkleitsystems**

Das Parkleitsystem in Karlsruhe funktioniert sehr gut und wurde zuletzt in die App „KA mobil“ eingebunden. Freie Parkplätze und Routen zu den Parkhäusern können in Echtzeit unter Beachtung der aktuellen Verkehrssituation angezeigt und berechnet werden. Über die Verkehrsmanagementzentrale vmz.karlsruhe können zudem alle aktuellen Informationen zu Umleitungen etc. abgerufen werden. An stark frequentierten Tagen wird auch "Menpower" zur Verkehrslenkung eingesetzt.

## **Marketingmaßnahmen für eine stärkere Profilierung Karlsruhes als „Einkaufsstadt“**

Seit Beginn der Kombilösung werden über das Kooperationsmarketing (Finanzierung 75 % KASIG, 25 % Wirtschaft) umfangreiche projektbezogene Marketingmaßnahmen für die Innenstadt durchgeführt. D. h., die Werbemaßnahmen kommunizieren ein konkretes Projekt wie z. B. das Stadtfest mit verkaufsoffenem Sonntag und werden zeitlich unmittelbar vor dem jeweiligen Projekt umgesetzt. Die Mittel für das Kooperationsmarketing sind bis 2015 im Wirtschaftsplan der KASIG enthalten und sollten darüber hinaus bis zur Beendigung der Kombilösung im Wirtschaftsplan der KASIG aufgenommen werden.

Über diese Maßnahmen hinaus sieht die Verwaltung die Umsetzung einer projektunabhängigen Standortkampagne für die Einkaufsstadt als sinnvoll und notwendig an. Eine solche Kampagne könnte greifen bis zur Fertigstellung der Kombilösung und die anschließende Phase der Umgestaltung der Kaiserstraße. Der finanzielle Aufwand einer solchen Kampagne ist aufgrund der erforderlichen Reichweite und Dauer allerdings erheblich und muss auf ihre Machbarkeit hin überprüft werden.

### **Zu 2:**

Der Einzelhandel wird durch das Kooperationsmarketing (Finanzierung 75 % KASIG, 25 % Wirtschaft) und das Citymanagement umfangreich unterstützt. U. a. wird durch die Umsetzung der Großveranstaltungen Oster- und Genussmarkt im Frühjahr und Stadtfest im Herbst die Grundlage für die Durchführung von verkaufsoffenen Sonntagen in der Innenstadt geschaffen. Ein weiterer Marketingschwerpunkt liegt auf der langen Einkaufsnacht im Advent. Im Bereich der Kundenbindung liegt der Fokus auf Kooperationsprojekten, die v. a. für den inhabergeführten Einzelhandel von Interesse sind. Neben klassischen Produkten wie dem Einkaufsführer für inhabergeführte Unternehmen ist für 2015 u. a. ein Gewinnspiel nach dem Vorbild der Aktion „WunschLos in Karlsruhe“ in Planung. Darüber hinaus werden durch das Kooperationsmarketing regelmäßige Sonderaktionen für das Mobilitätsbonussystem KARLSRUHER realisiert. Die Serviceprojekte des Citymanagements wie das Neubürgerscheckheft oder die Zertifizierung für besonderen kinder- oder seniorenfreundlichen Service bieten zudem weitere Unterstützungen im Bereich Kundenbindung für die Unternehmen der Innenstadt. Wichtig ist, dass diese Mittel - wie bereits genannt - weiterhin von der KASIG auch nach 2015 bereitgestellt werden.

Im Rahmen einer Informationsveranstaltung für die Unternehmen der Innenstadt am 11. Februar im Stephanssaal werden die Planungen für 2015 detaillierter erläutert und auch die Vorschläge und Wünsche der Unternehmen entgegen genommen.

Aus der Unternehmerschaft der Innenstadt wurde der Vorschlag für einen einmaligen zusätzlichen verkaufsoffenen Sonntag während des Festivalsommers zum Stadtgeburtstag vorgebracht. Hierzu laufen derzeit Gespräche.

Die Verwaltung befürwortet zudem die Verlängerung des gesamten Baustellenmarketings (Kooperations- und Projektmarketing) für den Zeitraum ab 2016 bis zur Fertigstellung der Kombilösung. Die dadurch gegebene Planungssicherheit würde die Fokussierung auf die Fertigstellung der Kombilösung und die damit verbundene Marketing- und Kommunikationsstrategie erheblich erleichtern. Auch diese Mittel müssen im Wirtschaftsplan der KASIG bereit gestellt werden.

Die Verwaltung prüft derzeit, ob Impulsprojekte wie beispielsweise ein vergünstigtes Gruppen-Ticket für den regionalen Nahverkehr oder ein Lieferservice KA-City zur Stärkung der Innenstadt beitragen könnten.

### **Zu 3:**

Das Stadtmarketing beteiligt den Einzelhandel seit jeher aktiv an der Planung und Umsetzung von Projekten. Zuletzt wurden alle Unternehmen der Innenstadt im Vorfeld der Planungen der Maßnahmen zum Kooperationsmarketing 2015 zweifach schriftlich um ihre Mitwirkung gebeten. Zudem werden die Unternehmen regelmäßig über aktuelle und kommende Projekte und Termine informiert. Die City-Initiative ist zudem als Vertreterin des Einzelhandels an der Erstellung der Maßnahmen des Kooperationsmarketings aktiv beteiligt.

Davon unabhängig bereiten das Stadtmarketing und die City-Initiative derzeit neue Plattformen zur aktiven Mitwirkung vor. Hierfür werden zeitnah alle Unternehmen der Innenstadt angesprochen (unabhängig von einer Mitgliedschaft in der CIK).

Darüber hinaus werden die Unternehmen der Innenstadt 2015 aktiv in die Attraktivierung der Innenstadt eingebunden: Über ein Antragsverfahren können Gruppierungen und Initiativen eine finanzielle Förderung für eigene Projekte und Maßnahmen aus dem neuen Innenstadtfonds des Kooperationsmarketings erhalten. Des Weiteren wird der Einzelhandel zweimal jährlich über die aktuellen Entwicklungen der Kombibaustellen und deren Auswirkung auf den Handel unterrichtet.