



BESCHLUSSVORLAGE	Vorlage Nr.:	2019/1099
	Verantwortlich:	Dez. 2
Karlsruhe aus Sicht der Region - Regionsumfrage 2019		

Beratungsfolge dieser Vorlage					
Gremium	Termin	TOP	ö	nö	Ergebnis
Hauptausschuss	03.12.2019	10		x	
Gemeinderat	10.12.2019	10	x		

Beschlussantrag

Der Gemeinderat nimmt die Ergebnisse der Regionsumfrage 2019 zur Kenntnis und beauftragt die Verwaltung, die gewonnenen Erkenntnisse bei der Weiterentwicklung des IQ Korridorthe-
mas „Zukunft Innenstadt“, der Entwicklung des Aktionsprogramms für die Karlsruher City und
der zukünftigen Evaluierung des „Gutachtens zur Zukunftsfähigkeit zur Karlsruher City als Ein-
zelhandelsstandort 2030“ zu berücksichtigen.

Finanzielle Auswirkungen	Gesamtkosten der Maß- nahme	Einzahlungen/Erträge (Zuschüsse u. Ä.)	Jährliche laufende Belastung (Folgekosten mit kalkulatorischen Kosten abzügl. Fol- gerträge und Folgeeinsparungen)		
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input checked="" type="checkbox"/>					
Haushaltsmittel sind dauerhaft im Budget vorhanden Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Die Finanzierung wird auf Dauer wie folgt sichergestellt und ist in den ergänzenden Erläuterungen auszuführen: <input type="checkbox"/> Durch Wegfall bestehender Aufgaben (Aufgabenkritik) <input type="checkbox"/> Umschichtungen innerhalb des Dezernates <input type="checkbox"/> Der Gemeinderat beschließt die Maßnahme im gesamtstädtischen Interesse und stimmt einer Etatisierung in den Folgejahren zu					
IQ-relevant		Nein <input type="checkbox"/> Ja <input checked="" type="checkbox"/>	Korridorthe- ma:		
Anhörung Ortschaftsrat (§ 70 Abs. 1 GemO)	<input checked="" type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/>	durchgeführt am		
Abstimmung mit städtischen Gesellschaften	<input checked="" type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/>	abgestimmt mit		

Die Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger der Stadt Karlsruhe benötigen nicht nur regelmäßig verlässliche Einschätzungen und Meinungen der Bürgerinnen und Bürger über ihre Stadt, sondern darüber hinaus auch Einschätzungen der Bevölkerung in der Region Karlsruhe, für die Karlsruhe als Oberzentrum der Bezugspunkt ist. Seit 1997 führt das Amt für Stadtentwicklung in dreijährigen Abständen repräsentative Befragungen unter den Bewohnerinnen und Bewohnern der Stadtreion durch. Seit den ersten Regionsumfragen wird ein identischer Fragenkanon zu Besuchshäufigkeit, Besuchsanlässen, Image und dem Besuchsverhalten in Bezug auf andere Städte erhoben. So liefern die Umfragen ein langjähriges Profil des Images und der Attraktivität der Stadt Karlsruhe bei der Regionsbevölkerung. Sie zeigen inwieweit insbesondere der Strukturwandel im Einzelhandel, aber auch das Baugeschehen im Rahmen der Kombilösung sowie die Entwicklungen der regionalen Mittelzentren Auswirkungen auf die Wahrnehmung der Fächerstadt in der Region und das Besuchsverhalten der Regionsbevölkerung haben.

Die aktuell vorliegenden Ergebnisse zeigen, dass die hochgerechneten Besucherzahlen aus der Region in den letzten drei Jahren stark zugenommen haben. Ein Grund hierfür ist die zunehmende Bedeutung Karlsruhes als Arbeitsort. Die Regionsbevölkerung kommt vor allem zum Einkaufen nach Karlsruhe, besucht aber auch zunehmend die hiesigen Freizeitangebote wie Kinos und Bäder. Das Baugeschehen in der Fächerstadt ist für das Image Karlsruhes in der Region von abnehmender Bedeutung. Gleichzeitig hat sich die Erreichbarkeit der Karlsruher City mit Straßenbahn, Bus oder Pkw in den letzten drei Jahren deutlich verbessert. Die Attraktivität von Karlsruhe als Einkaufsstadt ist weiterhin sehr hoch. Die Haupteinkaufslagen in der City sind die Fußgängerzone in der Kaiserstraße und das Einkaufszentrum Ettlinger Tor. Sie werden häufig in Kombination besucht. Allerdings sieht sich die Karlsruher City als Einzelhandelsstandort zunehmender Konkurrenz durch Online-Shopping und durch andere Städte – insbesondere Baden-Baden, Stuttgart und Mannheim – gegenüber. Nichtsdestotrotz liefern die Antworten die begründete Aussicht, dass nach Ende der Bauphase im Zuge der Kombilösung und der damit einhergehenden Reduktion von Baustellen und der (Wieder-) Herstellung eines ansprechenden Stadtbilds, wieder eine stärkere Zuwendung zur Karlsruher Innenstadt erfolgen wird.

Karlsruhe wird als Arbeitsort zunehmend relevant. Der Anteil der täglichen oder mehrmals pro Woche nach Karlsruhe – meist zur Arbeit – fahrenden Regionsbewohnerinnen und -bewohner ist in den letzten drei Jahren deutlich gestiegen (2016: 12,4 %, 2019: 20,5 %). Dagegen haben sich die Anteile der „periodischen“ Besucherinnen und Besucher – Besuche einmal pro Woche, zwei- bis dreimal pro Monat oder einmal im Monat – nicht erhöht. Gerade diese Besuche finden häufig im Zusammenhang mit Einkäufen oder dem Besuch von (Kultur-) Veranstaltungen statt.

In Summe steigen die hochgerechneten Besucherzahlen der Einwohnerinnen und Einwohner in der Region, die mindestens einmal im Monat in die Fächerstadt fahren, von rund 445.800 (2016) auf 522.300 (2019). Dies entspricht einem Anstieg um 17 %. Besonders deutliche Zunahmen sind für die Teilräume Landkreis Karlsruhe (+63.500 Fahrten beziehungsweise +27,7 %) sowie Landkreis Rastatt und Baden-Baden (+25.700 beziehungsweise +29,5 %) festzustellen. Die rechnerische Zunahme ergibt sich vor allem aufgrund des erhöhten Anteils täglicher oder mehrmals pro Woche statt findender Fahrten.

Das Auto ist für Fahrten nach Karlsruhe nach wie vor das meistgenutzte Verkehrsmittel der Regionsbevölkerung. Der Anteil der Pkw-Nutzerinnen und Nutzer unter denjenigen, die in den letzten 12 Monaten in die Fächerstadt gefahren sind, liegt seit dem Jahr 2006 nahe 60 %. Im Zusammenhang mit den höheren Besucherfrequenzen nimmt die Zahl derjenigen Regionsbewohnerinnen und -bewohner, die mindestens einmal im Monat mit dem Pkw nach Karlsruhe fahren, von 268.300 (2016) auf 310.200 (2019) zu.

Das Baugeschehen ist für das Image der Fächerstadt in der Region von abnehmender Bedeutung. Karlsruhe hat das Image als Beamtenstadt abgelegt. Ausgehend von 61 % im Jahr 2016, hat sich der Anteil derjenigen, die bei der Beschreibung Karlsruhes auf das Vokabular „Baustellen, Staus, Chaos, Verkehrsprobleme, Umleitungen“ bei der Beschreibung Karlsruhes zurückgreifen, auf 30 % (2019) halbiert. Dennoch stehen die Baustellen an erster Stelle der Assoziationen. Die im Zeitverlauf deutlichste Entwicklung zeichnet sich im Hinblick auf die Wahrnehmung Karlsruhes als Beamtenstadt ab: Während 2012 9,7 % der Regionsbevölkerung dieses Stichwort nannten, liegt dieser Anteil aktuell bei nur noch 0,6 %.

Die Attraktivität von Karlsruhe als Einkaufsstadt ist weiterhin sehr hoch. Kinos und Bäder gewinnen an Bedeutung. Jeweils etwa 80 % der Regionsbewohnerinnen und -bewohner, die die Fächerstadt binnen Jahresfrist besucht haben, waren in der Fußgängerzone oder im Einkaufszentrum Ettliger Tor einkaufen. Im Zeitvergleich wird deutlich, dass das Einkaufen in der Fußgängerzone etwas an Bedeutung verloren hat (2006: 89,8 %, 2019: 80,7 %). Seit 2006 an Bedeutung gewonnen haben dagegen der Besuch des Filmpalasts am ZKM (2006: 44 %, 2019: 53,1 %), anderer Kinos und Filmveranstaltungen (2006: 25,4 %, 2019: 35,4 %), des Europabads (2012: 22,9 %, 2019: 32,8 %) sowie anderer Frei- und Hallenbäder (2006: 11,1 %, 2019: 25,1 %).

Die Erreichbarkeit der Innenstadt mit Straßenbahn und Bus sowie mit dem Pkw hat sich in den letzten drei Jahren deutlich verbessert. Nach einem Tiefpunkt im Befragungsjahr 2016 steigt der Anteil sehr guter und guter Bewertungen bei der Erreichbarkeit mit Straßenbahn und Bus von 57,6 % (2016) auf 72,6 % (2019), reicht jedoch nicht an das hohe Niveau der Jahre 2006 (91,8 %), 2009 (91,5 %) und 2012 (82,9 %) heran. Bei der Erreichbarkeit mit dem Auto steigt der Anteil der sehr guten und guten Bewertungen von 42,9 % (2012) beziehungsweise 40 % (2016) auf 57,3 % (2019) und erreicht damit wieder in etwa das Niveau der Befragungsjahre 2006 (62,2 %) und 2009 (59,7 %).

Für etwa die Hälfte der Regionsbevölkerung entspricht die Karlsruher City ihren Vorstellungen eines attraktiven Stadtzentrums. Auf die Frage, was sie einem auswärtigen Besucher oder einer auswärtigen Besucherin in Karlsruhe unbedingt zeigen würden, nennt die Regionsbevölkerung in erster Linie Schloss, Schlossgarten (74,7 %), gefolgt von Zoo, Stadtgarten (23,7 %) und Innenstadt, Kaiserstraße, Einkaufszentrum Ettliger Tor, Postgalerie (23,3 %). Während 2016 noch 37,1 % der Einwohnerinnen und Einwohner in der Region die Innenstadt mit ihren Einkaufslagen nannten, hat sich der Anteil in der aktuellen Umfrage um etwa 14 Prozentpunkte auf 23,3 % reduziert. Die Frage, ob die Karlsruher City ihren Vorstellungen von einem attraktiven Stadtzentrum entspricht, beantworten 46,1 % der Einwohnerinnen und Einwohner in der Region mit ja. Dieser Anteil hat seit 2012 (63,3 %) deutlich abgenommen.

Als Maßnahmen zur Verbesserung der Attraktivität der Innenstadt nennt die Regionsbevölkerung die Reduktion der City-Baustellen, ein attraktiveres Einzelhandelsangebot sowie mehr Flair, ruhigere Plätze, ein schöneres Stadtbild und Sitzgelegenheiten. An erster Stelle der Verbesserungsvorschläge wurde von 35,7 % der Befragten, der Vorschlag gemacht, die Baustellen in der City zu reduzieren. Damit ist das Thema Baustellen wie in den Befragungsjahren 2012 und 2016 das dominierende Thema aus Sicht der Regionsbevölkerung. Allerdings wurde in der aktuellen Befragung nicht mehr der hohe Wert des Jahres 2016 (77,9 %) erreicht. An zweiter und dritter Stelle folgen nahezu gleichauf Verbesserungsvorschläge bezüglich des Einzelhandelsangebots (24,6 %) sowie mehr Flair, ruhigere Plätze, schöneres Stadtbild und Sitzgelegenheiten (24,2 %). Die Antworten liefern die begründete Aussicht, dass nach Ende der Bauphase im Zuge der Kombilösung und der damit einher gehenden Reduktion von Baustellen und der (Wieder-) Herstellung eines ansprechenden Stadtbilds, wieder eine stärkere Zuwendung zur Karlsruher Innenstadt erfolgen wird.

Die Haupteinkaufslagen in der Karlsruher Innenstadt sind die Fußgängerzone in der Kaiserstraße und das Einkaufszentrum Ettlinger Tor. Die häufig vermutete Besuchskonkurrenz zwischen den beiden Einkaufsorten Kaiserstraße und Einkaufszentrum Ettlinger Tor lässt sich nicht bestätigen. Die Fußgängerzone in der Kaiserstraße wird von 87,5 % der Regionsbesucherinnen und -besucher zum Einkaufen besucht. Der entsprechende Wert für das Einkaufszentrum Ettlinger Tor liegt bei 82,3 %. Bei einem Einkaufsbummel in der City besuchen 71,2 % sowohl die Fußgängerzone in der Kaiserstraße als auch das Einkaufszentrum Ettlinger Tor. Die Postgalerie wird regelmäßig von 33,5 % der Regionsbevölkerung besucht.

Bei der Regionsbevölkerung hat sich das Online-Shopping als Einkaufsformat in den letzten drei Jahren weiter etabliert. Etwa 40 % derjenigen, die Produkte online einkaufen, besuchen die Karlsruher City und auch andere Innenstädte aufgrund der Online-Einkäufe seltener. Mittlerweile bestellt rund jede beziehungsweise jeder Zehnte (9,8 %) mindestens einmal wöchentlich Produkte im Internet. Weitere 18,8 % kaufen im Durchschnitt einmal alle zwei Wochen online ein. Einmal im Monat beziehen 30,6 % Ware über das Internet. In Summe liegt der Anteil derjenigen, die mindestens einmal im Monat online einkaufen bei 59,2 %. Im Jahr 2016 lag dieser Anteil noch bei 41,5 %. Er ist damit innerhalb von drei Jahren um etwa 18 Prozentpunkte gestiegen. Die Frage, ob sie aufgrund der Möglichkeit online einkaufen zu können, die Karlsruher Innenstadt oder auch andere Innenstädte seltener besuchen, beantworten 41,6 % der Befragten mit ja. Mit zunehmender Häufigkeit von Online-Einkäufen sinkt die Besuchsfrequenz der Innenstädte.

Die Mittelzentren Bruchsal, Baden-Baden, Rastatt und Landau konnten die regionale Bindung in den letzten Jahren erhöhen. Der Anteil der regelmäßigen Besucherinnen und Besucher **Bruchsals** aus dem übrigen Landkreis Karlsruhe, Bad Herrenalb steigt von 20,7 % im Jahr 2012 auf aktuell 49,6 %. **Baden-Baden** wird sowohl von Bewohnerinnen und Bewohnern des nördlichen Landkreises Rastatt (2016: 38,5 %, 2019: 53,4 %) und von Wissembourg (2016: 34 %, 2019: 46,2 %) wesentlich häufiger besucht als noch vor drei Jahren. **Rastatt** kann Besucherzuwächse aus Baden-Baden und dem südlichen Landkreis Rastatt (2016: 5,6 %, 2019: 26,1 %) sowie aus Wissembourg (2016: 28 %, 2019: 59 %) verzeichnen. Für **Landau** ergeben sich vor allem aus dem Raum Landau selbst (2009: 47,2 %, 2019: 74,6 %) und aus der übrigen Südpfalz (2012: 54,8 %, 2019: 71,7 %), aber auch aus Wissembourg (2016: 16 %, 2019: 28,2 %) kurz- bis mittelfristig Besuchergewinne.

Einkaufen ist der Hauptanlass für den Besuch anderer Städte. Besonders das Einzelhandelsangebot in Baden-Baden, Stuttgart und Mannheim ist attraktiv. Bei der Frage nach den Gründen für den Besuch anderer Städte steht mit 51 % der Nennungen das Thema Einkaufen/Shoppen an erster Stelle. An zweiter Stelle nennen die Befragten die Faktoren Entfernung/in der Nähe/gute Erreichbarkeit (38,6 %) als Besuchsgrund. **Baden-Baden** wird überdurchschnittlich häufig zum Einkaufen/Shoppen besucht (62,8 %). Gleichzeitig nennen überdurchschnittlich viele Besucherinnen und Besucher Baden-Badens die dortige Atmosphäre (35,3 %) sowie das kulturelle Angebot (37,2 %) als Besuchsgründe. **Stuttgart** wird von den Besucherinnen und Besuchern auffallend häufig wegen der (besseren) Angebote/Auswahl an Geschäften/Einkaufsmöglichkeiten (23,5 %) sowie des kulturellen Angebots (29,6 %) besucht. **Mannheim** wird überdurchschnittlich häufig wegen der (besseren) Angebote/Auswahl an Geschäften/Einkaufsmöglichkeiten (23,5 %) aufgesucht.

Beschluss:

Antrag an den Gemeinderat

Der Gemeinderat nimmt die Ergebnisse der Regionsumfrage 2019 zur Kenntnis und beauftragt die Verwaltung, die gewonnenen Erkenntnisse bei der Weiterentwicklung des IQ Korridorthe-
mas „Zukunft Innenstadt“, der Entwicklung des Aktionsprogramms für die Karlsruher City und
der zukünftigen Evaluierung des „Gutachtens zur Zukunftsfähigkeit zur Karlsruher City als Ein-
zelhandelsstandort 2030“ zu berücksichtigen.