

Stellungnahme zum Antrag

DIE LINKE-Gemeinderatsfraktion

Vorlage Nr.: **2021/0387**

Verantwortlich: **Dez. 4**

Dienststelle:

Wirtschaftsförderung

Die Zukunft der Innenstadt und des Einzelhandels sichern - Gemeinderatsantrag 2021/0387 der DIE LINKE-Gemeinderatsfraktion vom 23. März 2021

Gremium	Termin	TOP	ö	nö
Ausschuss für Wirtschaftsförderung	23.06.2021	1	X	

Kurzfassung

Der Handel in der Innenstadt und den B-Zentren leidet unter den Folgen der Corona-Pandemie. Diese hat ohnehin anstehende Entwicklungen verstärkt und beschleunigt. Auch größtmögliches Entgegenkommen und breit gefächerte Unterstützungen der Stadt können dies nicht vollständig kompensieren. Die Stadt wird den Handel weiterhin im Rahmen des finanziell und rechtlich Machbaren unterstützen.

Die nun wieder möglichen Öffnungen in Handel und Gastronomie werden von Events sowie einer Kommunikationskampagne in Abstimmung mit der City Initiative Karlsruhe flankiert.

Die anstehenden Veränderungsprozesse waren bereits im Aktionsplan City 2020-2026 antizipiert. Jedoch wird derzeit eine Anpassung aufgrund der Corona-Pandemie vorgenommen. Die Fortschreibung wird dem Hauptausschuss im Sommer 2021 vorgelegt.

Finanzielle Auswirkungen	Gesamtkosten der Maßnahme	Einzahlungen Erträge (Zuschüsse und Ähnliches)	Jährliche laufende Belastung (Folgekosten mit kalkulatorischen Kosten abzüglich Folgerträge und Folgeeinsparungen)
Ja <input type="checkbox"/> Nein <input checked="" type="checkbox"/>			

Haushaltsmittel sind dauerhaft im Budget vorhanden

Ja

Nein Die Finanzierung wird auf Dauer wie folgt sichergestellt und ist in den ergänzenden Erläuterungen auszuführen:

Durch Wegfall bestehender Aufgaben (Aufgabenkritik)

Umschichtungen innerhalb des Dezernates

Der Gemeinderat beschließt die Maßnahme im gesamtstädtischen Interesse und stimmt einer Etatisierung in den Folgejahren zu.

CO ₂ -Relevanz: Auswirkung auf den Klimaschutz Bei Ja: Begründung Optimierung (im Text ergänzende Erläuterungen)	Nein <input checked="" type="checkbox"/>	Ja <input type="checkbox"/>	positiv <input type="checkbox"/> negativ <input type="checkbox"/>	geringfügig <input type="checkbox"/> erheblich <input type="checkbox"/>
IQ-relevant	Nein <input type="checkbox"/>	Ja <input checked="" type="checkbox"/>	Korridor Thema: Zukunft Innenstadt	
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 KME	

Ergänzende Erläuterungen

1. Die Stadtverwaltung stellt – vor dem Hintergrund der Corona-Krise – den aktuellen Status des Handels in der Innenstadt sowie der Situation der B-Zentren (Mühlburg und Durlach) unter Berücksichtigung der folgenden Aspekte dar:

- **Bereits stattgefundenene Geschäftsschließungen sowie Prognose über weitere Entwicklungen**
- **Eingesetzte Instrumente der Wirtschaftsförderung zur Unterstützung des Einzelhandels**
- **Prognostizierte Wirksamkeit der Maßnahmen**

Die Stadtverwaltung stellt außerdem dar, welche eingesetzten Maßnahmen sie verstetigen möchte.

Allgemein ist festzustellen, dass die Corona-Pandemie den Strukturwandel im Handel massiv verstärkt und beschleunigt hat. Die fortschreitende Digitalisierung sowie ein verändertes Konsumverhalten führen zu einem drastischen Rückgang von Einzelhandelsflächen. Wie in allen anderen bundesdeutschen Städten leidet auch der Handel in Karlsruhe unter den Auswirkungen der Pandemie. Besonders die Lockdown-Phasen verstärken die bereits seit längerem stattfindende Abwanderung von Kunden in Richtung Online-Handel. Finanzielle Unterstützungen des Bundes und des Landes reichen nicht aus, um alle Verluste zu kompensieren und die innerstädtische Einzelhandels- und Gastronomielandschaft zu erhalten. Laut Handelsverband Nordbaden trug sich im April jeder zweite bis dritte Betrieb mit dem Gedanken an eine Geschäftsaufgabe. Dies insbesondere auch vor dem Hintergrund, dass verlässliche Öffnungsperspektiven zu diesem Zeitpunkt nicht gegeben waren. Die weitere Entwicklung bleibt abzuwarten, da ein direkter Zusammenhang mit dem Fortgang des Infektionsgeschehens besteht.

Es muss davon ausgegangen werden, dass die Anzahl sowie die Verkaufsfläche der Handelsbetriebe – hier insbesondere Textil und Schuhe – weiter abnehmen wird.

Mit „smart@home“ haben KME, CIK und Wirtschaftsförderung im vergangenen März schnell und unbürokratisch eine Möglichkeit für Gewerbetreibende geschaffen, sich während des ersten Lockdowns im Internet sichtbar zu machen. Zum zweiten Lockdown am Jahresende 2020 wurde „smart@home“ reaktiviert. Das Portal verzeichnete seit seiner Freischaltung über 200.000 Aufrufe. Die kostenlose und klimaneutrale Lieferung durch die Radkuriere Karlsruhe am Tag der Bestellung hat maßgeblich zum Erfolg beigetragen. Mit einer Förderung von insgesamt 57.000 Euro aus der AG Innenstadt sowie dem Kooperationsmarketing konnten über 7.000 Lieferfahrten unterstützt werden. Das Liefermodell soll nun, unter Hinzunahme des Karlsruher Start-ups The Local 1, verstetigt werden. Die Aktion hat nicht nur in Karlsruhe, sondern auch bundesweit äußerst positive Reaktionen in der gesamten Gesellschaft hervorgerufen. Mehrfach wurde auch überregional in der Presse berichtet. Weiterhin gab und gibt es auch heute noch Gesprächsanfragen von anderen Wirtschaftsförderungen aus dem gesamten Bundesgebiet.

Gleichzeitig unterstützt die Stadt Karlsruhe die CIK bei der im „Aktionsplan City 2020-2026“ verankerten Maßnahme „Digitalisierung des Karlsruher Geschenkgutscheinsystems“, bei der der bisherige Papiergutschein im ersten Schritt in ein Kartenformat überführt wird. Nach Vorarbeiten im Jahr 2020 ist das neue Format zum Jahresanfang gestartet, aufgrund der Corona-Pandemie startet die Vermarktung jedoch voraussichtlich im zweiten Quartal. Langfristig soll das Gutscheinsystem in die Bürgerapp integriert werden. So wird das System einerseits für den Kunden einfacher in der Handhabung, andererseits reduziert sich der Verwaltungs- und Abrechnungsaufwand bei der CIK und den teilnehmenden Gewerbetreibenden deutlich.

Der Karlsruher Geschenkgutschein ist derzeit das wichtigste Kundenbindungsinstrument für die Karlsruher Innenstadt. In den Jahren 2019 und 2020 wurden 2,9 beziehungsweise 3,1 Millionen Euro umgesetzt, die im Karlsruher Wirtschaftskreislauf verbleiben. Der bisherige Umsatz im Jahr 2021 beläuft sich auf circa 600.000 Euro (Stand Mitte April 2021).

Um abnehmenden (Kunden-)Frequenzen als Folge der Corona-Pandemie sowie des erstarkenden Online-Handels entgegen zu wirken, sollen für die B-Zentren Durlach und Mühlburg zentrenspezifische und wirksame (Marketing-)Maßnahmen erarbeitet, initiiert und umgesetzt werden. Dies geschieht mit dem Ziel einer Frequenzsteigerung in den B-Zentren und unter intensiver Einbeziehung der lokalen Akteure. Entsprechende Workshops sind im Juni gestartet. Hierbei sollen möglichst Synergien mit bereits avisierten Veranstaltungsformaten erzeugt werden. Inhaltlich sollte der Mehrwert der B-Zentren, der in der Nähe, der Erreichbarkeit und in den persönlichen Beziehungen liegt, im Fokus stehen.

Neben Stundungsmöglichkeiten für Steuern und Gebühren hat die Stadt auf Sondernutzungsgebühren verzichtet und ist den Gewerbetreibenden bei der Erteilung und Ausgestaltung von Sondernutzungen im öffentlichen Raum entgegengekommen. So wurde beispielsweise das Aufstellen von Überdachungen, Zelten und Wärmeerzeugern ermöglicht. In den Sommermonaten hat insbesondere die Gastronomie profitiert und konnte Umsätze generieren. Die gesetzlichen Regelungen haben die Inanspruchnahme des städtischen Angebotes, Außenflächen auch in der kalten Jahreszeit anzubieten, jedoch verhindert. Der Gemeinderat wird zu entscheiden haben, ob diese Regelungen nochmal verlängert werden sollten.

2. Die Stadtverwaltung stellt dem Gemeinderat dar, mit welchen kurzfristigen Maßnahmen die Wiedereröffnung des Karlsruher Einzelhandels unter Berücksichtigung der Pandemie-Bedingungen unterstützt werden kann. Sie stellt auch dar, welche Wünsche aus dem Einzelhandel an die Wirtschaftsförderung herangetragen wurden.

Die Karlsruhe Marketing und Event GmbH bereitete im Auftrag der Stadt eine Öffnungsstrategie vor, die greifen sollte, sobald das Land Baden-Württemberg die entsprechenden Rahmenbedingungen vorgibt. Dabei ging es darum, den Weg des Kunden/Gastes/Besuchers von seiner Wohnung beziehungsweise Arbeitsstätte in den Handel, die Gastronomie, die Kultur und alle anderen Bereiche zu ebnen und unter anderem auch die infrastrukturellen Voraussetzungen zu schaffen (flächendeckende Testungsstationen, Nachweis Negativtest bzw. Genesung, reibungsloser Datenfluss vom Testzentrum bis zum Gesundheitsamt, einheitliches Ein- und Auslassmanagement, Anpassung und Ausbau von IT-gestützten Prozessen wie z.B. geeignete „Corona-Apps“). Durch die schnelle Erholung der Inzidenzzahlen ist diese Öffnungsstrategie jedoch nicht mehr notwendig. Dennoch fungierte die KME hier als Netzwerkknoten. Im Rahmen mehrerer Termine und einer Umfrage wurden Bedarfe erhoben und Fragen der Innenstadtakteure gesammelt und beantwortet. Teilnehmende aus den Gesprächsrunden wiederum fungieren als Multiplikatoren in die verschiedenen Bereiche des innerstädtischen Nutzungsspektrums.

Das Citymarketing hat stellvertretend für das Kooperationsmarketing eine Kommunikationskampagne zur Unterstützung des lokalen Einzelhandels für den Zeitraum einer Öffnung vorbereitet. Flankiert wird die Kampagne von abgestimmten Maßnahmen der City Initiative Karlsruhe e. V. (CIK), beispielsweise durch Aktionen zum Karlsruher Geschenkgutschein. Hinzu kommen diverse Events wie beispielsweise die mobile Bühne, die bereits gestartet ist. Für das Fest der Sinne als größeres Event mit verkaufsoffenem Sonntag geht die KME aktuell von einer Genehmigungsfähigkeit am ersten Juliwochenende aus. Durch die Abstimmung mit der CIK werden Impulse aus dem Einzelhandel aufgenommen, die realistisch und zielführend sind.

3. Die Stadt stellt dar, inwieweit sie eine Änderung der Nutzungsstruktur bis 2030 erwartet und ob durch die Corona-Krise eine Weiterentwicklung des „Gutachtens zur Zukunftsfähigkeit der Karlsruher City als Einzelhandelsstandort 2030“ notwendig ist.

Die Corona-Pandemie verstärkt und beschleunigt den Strukturwandel im Einzelhandel deutlich. Als Folge werden die Einzelhandelsfläche sowie die Zahl der Einzelhandelsbetriebe auch in der Karlsruher City abnehmen, wobei eine Prognose über das genaue Ausmaß derzeit nicht möglich ist. Dennoch wird der Handel auch im künftigen innerstädtischen Nutzungsmix der Stadt Karlsruhe eine zentrale Rolle als Attraktivitäts- und Attraktionsfaktor einnehmen. Durch den Rückgang der Verkaufsflächen rückt das Thema der Zwischen- und Nachnutzung von Einzelhandelsflächen in den Fokus. Zusätzlich werden in Bezug auf eine zukunftsfähige Nutzungsstruktur die Multifunktionalität der City und die Entwicklung komplementärer Nutzungsbausteine in einzelnen Einzelhandelsquartieren in den kommenden Jahren von essentieller Bedeutung sein. Dabei gilt es, Eigentümer, Gewerbetreibende und weitere Akteure quartiersbezogen zusammenzuführen und gemeinsam Lösungen zu entwickeln. Vor diesem Hintergrund fordert der Deutsche Städtetag, auch in Abstimmung mit der Stadt Karlsruhe, derzeit ein „Förderprogramm Innenstadt“ des Bundes, welches unter anderem darauf abzielen soll, Zwischenmietmodelle und Quartiersmanager zu fördern, um innerstädtische Einzelhandelsquartiere unter Beteiligung der Akteure zu stärken. Die im Aktionsplan City 2020-2026 verankerte Maßnahme zur Identifikation und Profilierung von innerstädtischen Einzelhandelsquartieren wurde vom Gutachterbüro Stadt+Handel bearbeitet (siehe hierzu TOP 5 der Tagesordnung). Basierend auf den Ergebnissen wird die Verwaltung gemeinsam mit den Quartiersakteuren an der Weiterentwicklung der innerstädtischen Einzelhandelsquartiere arbeiten.

Die von der CIMA im „Gutachten zur Zukunftsfähigkeit der Karlsruher City als Einzelhandelsstandort 2030“ formulierten Maßnahmenvorschläge wurden mit den Ämtern und Gesellschaften abgestimmt und mit Ressourcen sowie Zeitschienen hinterlegt. Der so entstandene „Aktionsplan City 2020-2026“ wurde im Februar 2020 nach Vorberatung im Hauptausschuss vom Gemeinderat als Umsetzungsplan verabschiedet. Da schon zum Zeitpunkt der Erstellung des CIMA-Gutachtens von einem zukünftigen Rückgang der Einzelhandelsflächen in der City ausgegangen wurde, können die im „Aktionsplan City 2020-2026“ verankerten Maßnahmen zielgerichtet auch den Herausforderungen der Corona-Pandemie begegnen. Allerdings führen die Beschleunigung der erwarteten Veränderungsprozesse sowie die Erfahrungen der letzten Monate dazu, dass Zeitschienen und Priorisierungen innerhalb des Aktionsplans angepasst werden und ergänzende Maßnahmen aufgenommen werden müssen. So werden insbesondere bereits vorgesehene Maßnahmen in den Bereichen Quartiersentwicklung sowie Leerstands- und Zwischennutzungsmanagement zeitlich prioritär behandelt. In der Folge müssen andere Maßnahmen verschoben werden. Eine detaillierte Übersicht über die Corona-bedingten Anpassungen des „Aktionsplans City 2020-2026“ wird die Verwaltung im Hauptausschuss im Sommer 2021 vorlegen.

4. Die Stadtverwaltung stellt dar mit welchen Maßnahmen sie den Einzelhandel zu unterstützen gedenkt.

Die strategischen und operativen Maßnahmen wurden bereits unter den Ziffern 1 bis 3 erläutert. Es muss an dieser Stelle nochmals darauf hingewiesen werden, dass der städtische Haushalt auch ohne die Corona-Pandemie in einer schwierigen Situation wäre. Obgleich die Auswirkungen der Pandemie die Haushaltssituation weiter verschärft haben, hat die Stadt alle derzeit rechtlich und finanziell möglichen Unterstützungsmaßnahmen ergriffen. Ein darüber hinaus gehendes finanzielles Engagement würde das Leistungsvermögen des städtischen Haushaltes übersteigen.

Insbesondere gibt sie eine Stellungnahme zu einer prognostizierten Wirksamkeit folgender möglicher Instrumente der Wirtschaftsförderung:

a. Digitale Einkaufsplattform für den Karlsruher Einzelhandel

b. Städtischer Ankaufsfonds für Immobilienobjekte für den Einzelhandel (wie vom Städtetag vorgeschlagen)

c. Gründerzentrum für den lokalen Einzelhandel

Zu a.:

Grundsätzlich kann eine solche Plattform den Einzelhandel im Wettbewerb mit dem Onlinehandel unterstützen. Jedoch haben etablierte globale Player wie Google, Amazon, etc. auf diesem Gebiet einen Vorsprung von mehr als 15 Jahren in allen Bereichen, insbesondere beim Bekanntheitsgrad, der Angebotsbreite und -tiefe oder beim Management. Diesen Vorsprung kann eine regionale oder gar lokale Plattform nicht mehr einholen. Hinzu kommt: Die Frage der Kostentragung ist entscheidend für die Bereitschaft des Handels, sich nachhaltig sowie in der notwendigen Qualität und Quantität an einer solchen Plattform zu beteiligen. Einzelhändler benötigen hierfür digitale Kompetenzen, die sie entweder durch eigenes Personal aufbauen oder von externen Dienstleistern einkaufen müssen. Zusätzlich müssen sie sich an den Infrastrukturkosten beteiligen. Diese Mehrkosten im Wettbewerb mit etablierten Playern zu erwirtschaften, ist aufgrund der massiven Unterschiede bei den Absatzmengen unmöglich. So scheiterte beispielsweise der Versuch in Wuppertal nach Ende der massiven finanziellen Unterstützung aus Landesfördermitteln. Ein aktuelles Positivbeispiel aus Monheim wird in hohem Maße durch die Stadt subventioniert. Sofern die Stadt Karlsruhe eine solche Plattform etablieren möchte, ist inklusive Marketing mit erheblichen Kosten zu rechnen.

Zu b.:

Bereits im Rahmen der Erstellung des „Gutachtens zur Zukunftsfähigkeit der Karlsruher City als Einzelhandelsstandort 2030“ wurde klar, dass das Thema Innenstadt-Immobilien in Zukunft eine wichtige Rolle einnehmen wird. Daher wurde bereits vor Abschluss des Gutachtens ein stadtinternes Immobilienteam etabliert. Hier werden die Immobilienkompetenzen der Stadt und ihrer Gesellschaften gebündelt. Aufgaben sind sowohl die operative Bearbeitung von Anfragen als auch strategisches Arbeiten in Bezug auf Schlüsselimmobilien beziehungsweise allgemeine Entwicklungstendenzen.

Den im Positionspapier des Deutschen Städtetages getroffenen Aussagen stimmt die Verwaltung zu. Um im Immobilienbereich eine wirksame Steuerungsfunktion einnehmen zu können, benötigen die Kommunen sowohl ein weiter gefasstes rechtliches Instrumentarium als auch die entsprechenden finanziellen Ressourcen. Ein integriertes und digitales Leerstands- und Zwischennutzungsmanagement schafft die hierfür notwendige Wissens- und Datenbasis. Ob die Kommune eine bestimmte Immobilie kaufen sollte, ist von vielen Faktoren abhängig und daher stets im Einzelfall zu entscheiden. Für einen städtischen Ankaufsfonds sowie diese flankierenden Maßnahmen werden erhebliche Finanzmittel benötigt, weshalb die Kommunen hier auf Förderprogramme von Bund und Ländern angewiesen sind. Die Verwaltung ist bereit, bei Auflage entsprechender Förderprogramme entsprechende Anträge zu stellen. Ende April hat die Stadt eine Absichtserklärung (Letter of Intent) zur Teilnahme an einem eineinhalbjährigen Projekt zum Thema „Digitales Leerstandsmanagement“ an das Institut für Handelsforschung (IFH) abgegeben. In diesem Rahmen könnten bis zu 300.000 Euro Fördermittel des Bundeswirtschaftsministeriums akquiriert werden.

Zu c.:

Im „Aktionsplan City 2020-2026“ sind Maßnahmen festgeschrieben, die eine Transformation der durch Trading-Down gekennzeichneten östlichen Kaiserstraße zwischen Marktplatz und Berliner Platz in ein multifunktionales Quartier unterstützen. In diesem Rahmen wird auch ein Ansiedlungskonzept für Gründer sowie die Kultur- und Kreativwirtschaft erstellt. Hierbei kann die Funktion eines Gründerzentrums für den Handel mitgedacht werden.