

Vorlage Nr.: **2022/0299**  
Verantwortlich: **Dez. 2**  
Dienststelle: **AfSta**

## Umfragen zur Karlsruher City 2022

### Beratungsfolge dieser Vorlage

Gremium	Termin	TOP	ö	nö	Ergebnis
Hauptausschuss	18.04.2023	9		X	vorberaten
Gemeinderat	25.04.2023	5	X		

### Information (Kurzfassung)

Der Gemeinderat nimmt die Ergebnisse der Umfragen zur Karlsruher City 2022 zur Kenntnis.

Finanzielle Auswirkungen	Ja <input type="checkbox"/> Nein <input checked="" type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/> Investition <input type="checkbox"/> Konsumtive Maßnahme	Gesamtkosten: Jährliche/r Budgetbedarf/Folgekosten:		Gesamteinzahlung: Jährlicher Ertrag:	
<b>Finanzierung</b> <input type="checkbox"/> bereits vollständig budgetiert <input type="checkbox"/> teilweise budgetiert <input type="checkbox"/> nicht budgetiert	<b>Gegenfinanzierung durch</b> <input type="checkbox"/> Mehrerträge/-einzahlung <input type="checkbox"/> Wegfall bestehender Aufgaben <input type="checkbox"/> Umschichtung innerhalb des Dezernates		Die Gegenfinanzierung ist im Erläuterungsteil dargestellt.	
CO <sub>2</sub> -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"/>	Korridortheema: 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 checked="" type="checkbox"/>	Ja <input type="checkbox"/>	abgestimmt mit	

### **Ergänzende Erläuterungen**

In 2022 wurden im Rahmen der jährlichen Bürgerumfrage sowie der einem dreijährigen Turnus folgenden Regionsumfrage der Stadt Karlsruhe unter anderem Fragen zur Innenstadtentwicklung gestellt. Zusätzlich hat sich die Stadt Karlsruhe an der bundesweiten Städtevergleichsstudie „Vitale Innenstädte“ beteiligt, die vom Institut für Handelsforschung (IFH) Köln durchgeführt wurde. In Summe fließen in die vorliegenden Auswertungen zur City die Angaben von rund 9.500 Personen aus Stadt und Region ein, so dass nun ein umfassendes Bild der Innenstadt aus Sicht der Bevölkerung vorliegt.

### **Besuchsverhalten**

Mehr als ein Drittel der Stadtbevölkerung (36,1 %) besuchen die Innenstadt mindestens einmal pro Woche und rund 75 Prozent der Karlsruher\*innen (73,5 %) fahren mindestens monatlich in die City. Bei Besuchen der Innenstadt nutzen die Einwohner\*innen der Fächerstadt bevorzugt das Fahrrad (36,5 %) sowie den ÖPNV (29,2 %). Rund jede\*r Fünfte (19,3 %) nutzt für den Innenstadtbesuch das Auto. Sowohl für die Stadt- als auch die Regionsbevölkerung ist die Kaiserstraße der am häufigsten aufgesuchte Einkaufsort (72,5 % beziehungsweise 87,9 %) in der City, dicht gefolgt vom ECE-Center (65,2 % beziehungsweise 82,9 %).

Jeweils rund 80 Prozent der Stadt- und Regionsbevölkerung (80,6 % beziehungsweise 81,5 %) haben nach eigenen Angaben ihr Einkaufsverhalten aufgrund der Corona-Pandemie geändert. Sowohl in der Stadt- als auch in der Regionsbevölkerung liegt der Anteil derjenigen, die die City aufgrund der Corona-Pandemie generell weniger besucht haben, bei circa zwei Dritteln (66,9 % beziehungsweise 66,3 %). Auffällig ist, dass weitere Verhaltensanpassungen in Abhängigkeit des Wohnstandorts variieren. So hat die Stadtbevölkerung die Besuchszeiten der City zu überdurchschnittlichen Anteilen verkürzt, während die Regionsbevölkerung zu überdurchschnittlichen Anteilen vermehrt Online-Einkäufe getätigt hat.

Etwa ein Fünftel der Regionsbevölkerung (20,3 %) informieren sich vor dem Besuch der Karlsruher City zu den dortigen Angeboten. Dabei werden schwerpunktmäßig Informationen zu den Öffnungszeiten der Geschäfte, zu Produkten und deren Verfügbarkeit sowie zu anstehenden Veranstaltungen eingeholt. Wichtigstes Informationsmedium ist das Internet.

### **Attraktivität der Innenstadt**

Rund 60 Prozent der Regionsbevölkerung (57,3 %) sind der Auffassung, dass die Karlsruher Innenstadt ihren Vorstellungen eines attraktiven Stadtzentrums entspricht. Damit liegt der Anteil positiver Einschätzungen in der Region wesentlich über dem Anteil des Jahres 2019 (46,1 %). Diejenigen, die Verbesserungsvorschläge für die Innenstadt formulieren, wünschen sich an erster Stelle ein attraktiveres Einzelhandelsangebot (22,6 %), gefolgt von mehr Flair, ruhigeren Plätzen, einem schöneren Stadtbild, Sitzgelegenheiten (21,8 %) sowie mehr Grün (16,9 %). Auffällig ist, dass die Forderung, Baustellen zu reduzieren, im Vergleich zu den Regionsumfragen der Jahre 2012, 2016 und 2019 in den Hintergrund getreten und die Attraktivierung des Einzelangebots erstmals das Top Thema ist.

Die Erreichbarkeit der Innenstadt mit Straßenbahn und Bus sowie mit dem Fahrrad gehört in Stadt und Region zu den bestbewerteten Eigenschaften der City (Karlsruhe: 1,7; Region: 2,1 | Karlsruhe: 1,8; Region: 2,3). Im Vergleich zu 2016 fällt jedoch auf, dass die Bewertung des innerstädtischen Warenangebots sich sowohl aus Sicht der Regions- (von Schulnote 2,0 auf 2,3) als auch der Stadtbevölkerung (von Schulnote 2,2 auf 2,4) etwas verschlechtert hat.

Die Passantinnen und Passanten bewerten die Attraktivität der Karlsruher City insgesamt mit der Schulnote 2,6. Etwa 60 Prozent (56,5 %) sind der Auffassung, dass sich die Attraktivität der City in den letzten beiden Jahren deutlich oder leicht verbessert hat. Die Passantenumfrage zeigt eine differenzierte Bewertung einzelner Innenstadtaspekte, die sich in ähnlichen Ausprägungen auch bei den Vergleichsstädten in der Karlsruher Ortsgrößenklasse beobachten lässt. Hervorzuheben sind für Karlsruhe die überdurchschnittlich positiven Bewertungen der Fahrradfreundlichkeit (2,2 versus 2,6) sowie des Einzelhandelsangebots im Bereich Büro, Schreibwaren (2,2 versus 2,5).

### **Verbesserungspotentiale und Perspektiven**

Jeweils etwa 40 Prozent der Stadt- und Regionsbevölkerung (43,5 % beziehungsweise 36,5 %) vermissen Branchen und Einzelhandelsangebote in der City. Am häufigsten zählen dabei kleinere Geschäfte (22,6 % beziehungsweise 10,9 %), Bekleidung/Modegeschäfte/Boutiquen/Herrenausstatter (18,4 % beziehungsweise 10,5 %), Fachgeschäfte (16,0 % beziehungsweise 12,0 %), Cafés/gastronomische Angebote (13,5 % beziehungsweise 20,9 %) sowie eine allgemein größere Vielfalt und eine höhere Attraktivität (13,0 % beziehungsweise 16,4 %) zu den vermissten Angeboten.

Unter den Passantinnen und Passanten sind jeweils über 40 Prozent der Auffassung, dass in der Karlsruher City Orte zum Verweilen und Freunde treffen – das heißt Parks, Plätze, Sitzgelegenheiten – sowie Geschäfte zum Shoppen und Bummeln „unbedingt“ ausgebaut werden sollten (45,0 % beziehungsweise 41,6 %).

Zur Verbesserung des Flairs und der Aufenthaltsqualität in der City würden aus Sicht der Karlsruher\*innen sowie der Besucher\*innen aus der Region insbesondere mehr Begrünung (sehr verbessern: 70,3 % beziehungsweise 50,6 %) sowie mehr Verschattungselemente (sehr verbessern: 62,1 % beziehungsweise 38,7 %) beitragen. Aber auch weitere Aspekte – wie unter anderem mehr Sitzgelegenheiten, öffentliche Toiletten und Trinkwasserbrunnen – können einen Beitrag zur deutlichen Verbesserung des Flairs und der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt leisten.

Von einer neu gestalteten Fußgängerzone in der schienenfreien Kaiserstraße erwarten die Karlsruher\*innen insbesondere mehr Grün/Sonnenschutz (44,0 %) und mehr Sitzmöglichkeiten/Verweilmöglichkeiten/Ruhezonen (34,9 %). Auch die Regionsbevölkerung greift diese Aspekte auf (22,2 % beziehungsweise 18,0 %), betont zusätzlich aber zu etwa gleich hohen Anteilen den Aspekt mehr Platz/weniger Gedränge/Möglichkeit zum Flanieren (18,4 %).