

<b>BESCHLUSSVORLAGE</b>	Gremium:	<b>50. Plenarsitzung Gemeinderat</b>
	STADT KARLSRUHE Der Oberbürgermeister	Termin: Vorlage Nr.: TOP: Verantwortlich:
<b>Karlsruhe aus Sicht der Region 2012</b>		

Beratungsfolge dieser Vorlage	am	TOP	ö	nö	Ergebnis
Hauptausschuss	07.05.2013	3	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Gemeinderat	14.05.2013	2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

**Antrag an den Gemeinderat / Ausschuss**

Der Gemeinderat nimmt den Ergebnisbericht der Regionsumfrage „Karlsruhe aus Sicht der Region 2012“ zur Kenntnis.

Die Stadtmarketing Karlsruhe GmbH wird beauftragt, in Kooperation mit der KASIG, der KMK, der AG Innenstadt und weiteren Ämtern und Gesellschaften geeignete Maßnahmen zu koordinieren, um insbesondere trotz des Innenstadumbaus die Beeinträchtigungen so gering wie möglich zu halten und die Attraktivität der City zu stärken.

Finanzielle Auswirkungen				nein <input checked="" type="checkbox"/>	ja <input 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)		
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 checked="" type="checkbox"/>	ja <input type="checkbox"/>	abgestimmt mit:		

Die Stadt Karlsruhe weist starke Verflechtungen mit den Gemeinden der Region auf. Die Einschätzungen und Bewertungen der Regionsbevölkerung zum Oberzentrum Karlsruhe und zur Attraktivität seiner Angebote sind daher wichtige Rückmeldungen für Politik und Verwaltung, Einzelhandel, Kultur und Stadtmarketing. Aus diesem Grund führt die Stadt seit 1997 im dreijährigen Turnus Befragungen in den Gemeinden der Region Karlsruhe durch.

Von besonderem Interesse ist derzeit, inwieweit die Regionsbevölkerung infolge der viel diskutierten Baustellensituation ihre Besuchshäufigkeit und ihre Verhaltensweisen verändert hat.

### **Gäste aus der Region kommen etwas seltener nach Karlsruhe**

Insgesamt fahren Bewohnerinnen und Bewohner aus der Region etwas seltener nach Karlsruhe. Insbesondere ist der Anteil der Befragten, die nach eigenen Angaben zwei- bis dreimal pro Monat das Oberzentrum aufsuchen, mit 8,9 % gegenüber 2009 (19,2 %) deutlich zurückgegangen, während 25,4 % einmal monatlich kommen (2009: 15,6 %).

### **Leichter Rückgang der hochgerechneten Besucherzahlen**

Hochgerechnet besuchen rund 482.500 Personen aus der Region mindestens einmal im Monat das Oberzentrum Karlsruhe. Davon kommt der größte Teil (275.700) aus dem direkt angrenzenden Landkreis Karlsruhe plus Remchingen und Bad Herrenalb. Aus dem Landkreis Rastatt und Baden-Baden fahren hochgerechnet 116.700 Besucher pro Monat nach Karlsruhe. Im Vergleich zu 2009 zeigt sich, dass insgesamt nur ein leichter Rückgang der hochgerechneten Besucherzahlen um 0,9 % zu verzeichnen ist. Dieser Rückgang beruht auf den geringer gewordenen Besucherzahlen aus den Teilräumen Landkreis Rastatt und Baden-Baden sowie der Südpfalz. Steigerungen der Besucherzahlen sind jedoch aus dem Nordelsass und vor allem aus dem Landkreis Karlsruhe, Remchingen und Bad Herrenalb festzustellen.

### **Die meisten kommen mit dem Pkw, bei Pendlern liegt der ÖPNV vorn**

55,4 % der Befragten kommen in der Regel als Selbstfahrer mit dem Pkw, 5,4 % als Mitfahrer nach Karlsruhe. Öffentliche Verkehrsmittel nutzen 38,2 %, geringfügig mehr als 2009 (37,9 %). Unter Befragten, die täglich oder mehrmals pro Woche die Fächerstadt aufsuchen (dies sind erster Linie Berufs- und Bildungspendler), ist der ÖPNV mit 48,7 % jedoch das meistgenutzte Verkehrsmittel.

### **Einkaufen bleibt häufigster Besuchsgrund**

Der am häufigsten genannte Grund für die Regionsbevölkerung, nach Karlsruhe zu kommen, ist - wie schon zurückliegend - das Einkaufen. An der Spitze steht mit 87,3 % das Einkaufen in der Fußgängerzone, gefolgt vom Einkaufen im Einkaufszentrum Ettlinger Tor (79,9 %). Das Schloss mit dem Schlossgarten besuchen 79,0 % der Befragten im Laufe eines Jahres, gefolgt von der Weihnachtsstadt Karlsruhe mit Christkindlesmarkt und Eislaufen (76,0 %). Darüber hinaus geht die Regionsbevölkerung in Karlsruhe essen, besucht den Zoologischen Stadtgarten, Messen, Theater oder Konzerte, Ärzte oder Krankenhäuser sowie Museen und Ausstellungen und nutzt viele weitere Angebote.

### **Innenstadt wird als attraktives Stadtzentrum gesehen**

Nahezu zwei Drittel der Befragten (63,3 %) – und damit so viele wie noch nie seit Beginn der Regionsumfragen 1997 – beurteilen die Attraktivität der Innenstadt positiv, ein starkes Drittel (34,0 %) findet, dass noch Dinge fehlen oder verbessert werden müssten. Am häufigsten wird ein rasches Ende der Baustellen als Verbesserungsvorschlag genannt, gefolgt von dem Wunsch nach mehr Flair, schöneren Plätzen mit Sitzmöglichkeiten und einem schöneren Stadtbild. Die Regionsbevölkerung bewertet verschiedene Eigenschaften der Karlsruher Innenstadt mit Durchschnittsnoten zwischen 1,9 und 3,1 recht positiv. Dennoch ist eine

leichte Verschlechterung dieser Bewertungen gegenüber 2009 nicht zu übersehen, insbesondere in Bereichen, die durch die Baustellen beeinträchtigt werden, wie die Gestaltung der Verbindungswege und Passagen, die Ruhezeiten, Sitzmöglichkeiten und Treffpunkte im Freien, die Sauberkeit und die Erreichbarkeit mit dem Auto.

### **Baustellen werden als störend empfunden**

Fast 71 % der Befragten fühlen sich durch Baustellen in der Innenstadt stark (29,5 %) oder sehr stark (41,4 %) beim Einkaufen und Flanieren eingeschränkt. Häufigere Besucherinnen und Besucher fühlen sich stärker gestört als seltenere Gäste. Nach den Nachteilen von Karlsruhe gefragt, wurden von vielen Befragten (63,3 %) die Baustellen und die damit verbundenen Verkehrsbehinderungen genannt. Weitere Nachteile werden im Stellplatzangebot, in „Hektik, Schmutz, zu viele Menschen“ und ÖPNV-Problemen gesehen.

### **Über 40 % reagieren auf Baustellen mit verändertem Einkaufsverhalten**

Während über die Hälfte der Befragten (57,5 %) ihre Einkaufsgewohnheiten in Karlsruhe aufgrund der Baustellen nach eigenen Angaben nicht geändert hat, reagieren 42,5 % mit Verhaltensänderungen, vor allem, indem sie seltener in der Karlsruher Innenstadt einkaufen bzw. die Fußgängerzone meiden und eher im Ettlinger-Tor-Zentrum oder in anderen Städten einkaufen.

Regelmäßig suchen die Befragten aus der Region außer Karlsruhe insbesondere Baden-Baden, Mannheim und Heidelberg sowie Landau und Stuttgart auf.

### **Einkaufsmöglichkeiten überzeugen**

Annähernd die Hälfte der Befragten (45,8 %) bezeichnet die guten Einkaufsmöglichkeiten als Vorzug der Fächerstadt, gefolgt vom Schloss mit Schlosspark und Botanischem Garten (33,8 %). An dritter Stelle folgt das kulturelle Angebot und an vierter Stelle andere Freizeitangebote, insbesondere Gastronomie, Feste und der Weihnachtsmarkt.

### **Deutliche Mehrheit sieht Karlsruhe als attraktive Großstadt**

71,1 % der Befragten in der Region sehen in Karlsruhe eine attraktive Großstadt, 12,4 % stufen Karlsruhe nur teilweise als attraktiv ein, 11,1 % sehen Karlsruhe nicht als attraktive Großstadt, da noch etwas fehle. Besonders häufig wird mehr Flair vermisst. Für 4,7 % gehört Karlsruhe gar nicht in die Kategorie der Großstädte, wobei dies von einigen Befragten durchaus positiv gesehen wird.

### **Beschluss:**

Antrag an den Gemeinderat

Der Gemeinderat nimmt - nach Vorberatung im Hauptausschuss - den Ergebnisbericht der Regionsumfrage 2012 „Karlsruhe aus Sicht der Region“ nach Zustimmung durch den Hauptausschuss zur Kenntnis.

Die Stadtmarketing Karlsruhe GmbH wird beauftragt, in Kooperation mit der KASIG, der KMK, AG Innenstadt und weiteren Ämtern und Gesellschaften geeignete Maßnahmen zu koordinieren, um insbesondere trotz des Innenstadtumbaus die Beeinträchtigungen so gering wie möglich zu halten und die Attraktivität der City zu stärken.

Hauptamt - Ratsangelegenheiten -  
3. Mai 2013