

BESCHLUSSVORLAGE	Gremium:	37. Sitzung Hauptausschuss
	STADT KARLSRUHE Der Oberbürgermeister	Termin: Vorlage Nr.: TOP: Verantwortlich:
Die Attraktivität der Durlacher Innenstadt – Einschätzungen aus Bürger- und Passantensicht 2013		

Beratungsfolge dieser Vorlage	am	TOP	ö	nö	Ergebnis
OR Durlach	11.12.2013	3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Kenntnisnahme
Ausschuss für Wirtschaftsförderung	25.03.2014	4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Kenntnisnahme
Hauptausschuss	15.07.2014	2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Antrag an den Gemeinderat / Ausschuss

Der Hauptausschuss nimmt den Bericht zur Attraktivität der Durlacher Innenstadt zur Kenntnis und beauftragt die Verwaltung, die gewonnenen Erkenntnisse bei der Aufwertung des B-Zentrums Durlach zu berücksichtigen.

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)		
Haushaltsmittel stehen (bitte auswählen)				Kontenart:	
Kontierungsobjekt: (bitte auswählen)					
Ergänzende Erläuterungen:					
ISEK Karlsruhe 2020 - relevant	nein <input type="checkbox"/>	ja <input checked="" type="checkbox"/>	Handlungsfeld: Wirtschaft und Arbeit		
Anhörung Ortschaftsrat (§ 70 Abs. 1 GemO)	nein <input type="checkbox"/>	ja <input checked="" type="checkbox"/>	durchgeführt am 11.12.2013		
Abstimmung mit städtischen Gesellschaften	nein <input checked="" type="checkbox"/>	ja <input type="checkbox"/>	abgestimmt mit		

Der Ortschaftsrat Durlach hat die Verwaltung in seiner Sitzung am 5. Juni 2013 mit der Untersuchung der Nutzungsintensität und der Einschätzung der Attraktivität des B-Zentrums Durlach beauftragt. Daraufhin hat das Amt für Stadtentwicklung zusammen mit dem Stadtamt Durlach, der Wirtschaftsförderung, dem Stadtplanungsamt und der Vereinigung Durlacher Leben die weitere Vorgehensweise konkretisiert und zwei inhaltlich weitgehend identische Umfragen (Passanten- und Bürgerumfrage) konzipiert und beauftragt. Erste Ergebnisse wurden dem Ortschaftsrat Durlach am 11. Dezember 2013 mündlich vorgestellt. Die Ergebnisse der beiden Befragungen wurden nun vom Amt für Stadtentwicklung detailliert ausgewertet und in der Broschüre „Die Attraktivität der Durlacher Innenstadt – Einschätzungen aus Bürger- und Passantensicht 2013“ dargestellt.

Im September/Oktober 2013 wurden 600 Face-to-face-Interviews nach dem Zufallsprinzip unter Passantinnen und Passanten in der Durlacher Innenstadt verteilt auf die verschiedenen Straßenbereiche durchgeführt. Dabei wurde auf ein ausgewogenes Verhältnis nach Geschlecht und Alter geachtet. Die Interviews fanden an Donnerstagen und Samstagen jeweils zwischen 10 und 18 Uhr statt. Zeitgleich mit der Passantenumfrage wurden telefonische Interviews mit 900 repräsentativ ausgewählten Haushalten aus Durlach, Grötzingen, Wolfartsweier und den Höhenstadtteilen durchgeführt. Die folgenden Aussagen aus der Bürgerumfrage beziehen sich daher auf die Antworten der Befragten aus allen Teilgebieten gleichermaßen und nicht nur auf die Durlacher Bevölkerung.

Die Kundenbindung in der Durlacher Innenstadt ist sehr ausgeprägt

Rund 83 % der Passantinnen und Passanten geben an, mindestens einmal pro Woche bis zu täglich die Durlacher Innenstadt zu besuchen. Nicht ganz so häufig kommen die zuhause befragten Bürgerinnen und Bürger in die Durlacher Innenstadt. Rund zwei Drittel dieser Befragten besuchen mindestens einmal pro Woche bis täglich die Durlacher Innenstadt, darunter vor allem Befragte aus Alt-Durlach (73,8 %) und dem Hanggebiet/Bergwald (69,6 %).

Die Brötchentaste ist umfänglich bekannt

Die Befragten auf den Straßen kennen zu 63 % die Brötchentaste und bewerten diese mit einem Anteil von 95 % positiv. Allerdings nutzt die Hälfte dieser Befragten die Brötchentaste nie. Unter den zuhause Befragten ist der Bekanntheitsgrad der Brötchentaste noch bedeutend größer (78 %). Von ihnen nutzen 68 % die Brötchentaste häufig oder ab und zu. Die unterschiedliche Nutzung ist auf die Verkehrsmittelwahl zurückzuführen: 46 % der zuhause Befragten kommen mit dem PKW, von den Passantinnen und Passanten nur 28 %.

Einkaufen und Bummeln ist der häufigste Grund für einen Besuch

Der Hauptgrund, die Durlacher Innenstadt zu besuchen, ist für die auf der Straße Befragten das Einkaufen und Bummeln (78 %). Auch die überwältigende Mehrheit der zuhause Interviewten (91 %) nennen vor allem diesen Grund, ins Durlacher Zentrum zu gehen. Darüber hinaus spielen für sie Restaurant-/Cafébesuche (86 %), der Besuch von

Ärzten bzw. Krankenhaus (75 %), Freunde oder Bekannte treffen (71 %) sowie Behördengänge (70 %) eine bedeutende Rolle.

Nachfrage richtet sich auf Waren des täglichen Bedarfs

Unter den Befragten beider Umfragen steht vor allem der Kauf von Gütern des täglichen Bedarfs im Vordergrund des Innenstadtbesuchs, während Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs, wie Bekleidung, Lederwaren, Elektroartikel etc. mehrheitlich nur noch manchmal bis gar nicht in Durlach gekauft werden. Der Edekamarkt Scheck In ist unter den zuhause Befragten der am stärksten frequentierte Lebensmittelmarkt in Durlach. Knapp die Hälfte (48 %) besucht den Scheck In in der Marstallstraße mindestens einmal pro Woche. Auch die beiden Aldi-Filialen in der Killisfeld- und Tiengener Straße sowie der Durlacher Wochenmarkt werden von jeweils über einem Fünftel (20 %) der zuhause Interviewten mindestens einmal wöchentlich aufgesucht.

Mehr als die Hälfte (52 %) der zuhause befragten Bürgerinnen und Bürger verbinden ihren Einkauf im Scheck In Markt auch mit einem Bummel durch die Durlacher Fußgängerzone. Bei den Befragten aus Alt-Durlach sowie dem Hanggebiet/Bergwald ist die Kopplung beider Bereiche besonders ausgeprägt (69 % bzw. 75 %).

Attraktivität der Durlacher Innenstadt ist beim Kauf von Bekleidung und Schuhen noch ausbaufähig

Als Einkaufsorte für Bekleidung und Schuhe gaben die Befragten des Einzugsgebietes an erster Stelle die Karlsruher Innenstadt an: 37 % kaufen häufig dort diese Waren. Die Durlacher Innenstadt wird von 11 -12 % der Interviewten immer oder meistens für den Bekleidungs- und Schuheinkauf aufgesucht. Weitere 41,2 % kaufen dort manchmal diese Waren.

Durlacher Innenstadt löst spontan eher positive Assoziationen aus

In beiden Umfragen übertreffen die positiven Assoziationen klar die negativen. So bezogen sich 80 % der Nennungen in der Passantenumfrage und 67 % der Äußerungen in der Bürgerumfrage auf positive Eigenschaften des Durlacher Zentrums. Der geringere Antwortanteil in der Bürgerumfrage zeigt, dass in der Bevölkerung im Einzugsbereich eine etwas kritischere Haltung vorliegt. Spontan denken die Befragten beider Umfragen an Wahrnehmungen wie "toll, (wunder-)schön, fühle mich wohl, Atmosphäre, gemütlich, Charme, lebhaft, es ist alles da, was man benötigt, gute Einkaufsmöglichkeiten, Altstadt, liegt zentral, nah und ist übersichtlich, ansprechende Gastronomie, Kneipen, Cafés".

Befragte geben Bestnoten in Fragen der Attraktivität

Für 80 % der befragten Passantinnen und Passanten und für 57 % der zuhause Befragten entspricht die Durlacher Innenstadt den Vorstellungen von einem attraktiven Zentrum. Umgekehrt sehen 43 % der Antwortenden in der Bürgerumfrage, aber nur 20 % der auf der Straße Befragten Verbesserungsbedarf. Diejenigen, die Verbesserungsbedarf zur Attraktivitätssteigerung anmahnen, sprechen sich für eine breitere Vielfalt an Geschäften, darunter mehr Bekleidungsgeschäfte für unterschiedliche Altersgruppen und für die Vermeidung von Leerständen aus.

Mit Schulnoten besser als 2,0 werden in beiden Umfragen die Erreichbarkeit mit Straßenbahn, Bus und Fahrrad sowie die Ausstattung mit Cafés und Restaurants beurteilt. Das Warenangebot sowie das Angebot an Parkmöglichkeiten werden lediglich als befriedigend eingestuft. Von einem Drittel der Passantinnen und Passanten und der zuhause Befragten werden die durch die Fußgängerzone fahrenden Autos als störend empfunden. Auch parkende PKW, Radfahrer und die Straßenbahn werden genannt.

Befragte wollen vor allem attraktivere Einkaufsmöglichkeiten

Insgesamt unterscheiden sich die Ergebnisse insofern, dass unter den im Zentrum tatsächlich Anwesenden ein positiveres Meinungsbild zur Durlacher Innenstadt zu erkennen ist, als unter den Befragten zuhause. Diese sehen das Durlacher Zentrum etwas kritischer und treffen bei der Wahl ihres jeweiligen Ortes für Einkäufe oder Dienstleistungen auch andere Entscheidungen.

Der mit Abstand am häufigsten genannte Ansatzpunkt für eine verbesserte Attraktivität der Durlacher Innenstadt ist der Themenbereich Einkaufen. Ein Neuntel aller Befragten der Passantenumfrage (11,7 %) und fast jeder dritte Befragte der Bürgerumfrage (27,7 %) gaben an, dass sie sich attraktivere Einkaufsmöglichkeiten, ein breiteres Branchen- und Warenangebot sowie mehr Fachgeschäfte wünschen. Alle anderen Anliegen treten dagegen deutlich zurück.

Insgesamt zeigen beide Befragungen einerseits eine hohe Zufriedenheit mit der Durlacher Innenstadt. Die positiven Äußerungen gelten der Altstadtatmosphäre, der Gastronomie, der Kultur und anderen Wohlfühlfaktoren. Andererseits bringen beide Umfragen klar zum Ausdruck, dass sich nicht wenige befragte Bürgerinnen und Bürger - über die sehr geschätzten Angebote des täglichen Bedarfs hinaus - auch ein höherwertiges Einzelhandelsangebot wünschen. Sofern sich die hierfür notwendigen Rahmenbedingungen herstellen lassen, könnte Durlach sein in Karlsruhe einzigartiges Flair auch zur Kundenbindung in Warengruppen ausbauen, die heute eher schwach vertreten sind.

Beschluss:

Antrag an den Hauptausschuss

Der Hauptausschuss nimmt den Bericht zur Attraktivität der Durlacher Innenstadt zur Kenntnis und beauftragt die Verwaltung, die gewonnenen Erkenntnisse bei der Aufwertung des B-Zentrums Durlach zu berücksichtigen.

Hauptamt - Ratsangelegenheiten -

4. Juli 2014