

MANNHEIM²

Spitzenplatz in der Kategorie Vielfalt und Angebot der Geschäfte

WIRTSCHAFT & ARBEIT 27.01.2015

Mit 83,2 Prozent zeigte sich eine große Mehrheit der befragten Passanten „sehr zufrieden“ und „eher zufrieden“ mit den Einkaufsmöglichkeiten in der Mannheimer Innenstadt. „Mit Top-Noten schnitt Mannheim vor allem mit Blick auf die Vielfalt und das Angebot der Geschäfte, die Erreichbarkeit der Innenstadt und die regionale Verbundenheit ab. Hier konnte die Stadt das Benchmark mit den Kommunen in der Kategorie der Städte zwischen 200.000 und 500.000 Einwohnern für sich entscheiden“, so Nicolaus Sondermann vom IFH.



An zwei ausgewählten Tagen, einem Donnerstag und einem Samstag, im September 2014 wurden in der Mannheimer City über 1.000 Passanten im Rahmen der bundesweit angelegten Untersuchung „Vitale Innenstädte“ zu ihren Anforderungen und Wünschen interviewt. Zusätzliche Indizien für die Anziehungskraft der Mannheimer City: Die Besucher der Innenstadt sind häufiger im Zentrum unterwegs, halten sich deutlich länger auf und shoppen in wesentlich mehr Geschäften als im Ortsgrößendurchschnitt. So stehen in Mannheim bei 18,2 Prozent der Besucher der Innenstadt bei einem Einkaufsbummel sechs und mehr Läden auf der Liste – ein Indiz dafür, wie sehr die Vielfalt des Ladenangebots geschätzt wird – im Ortsgrößendurchschnitt sind es knapp 13 Prozent. Über 23 Prozent (Ortsgrößendurchschnitt: knapp 18 Prozent) der Passanten kommen täglich in die Mannheimer City und der Großteil der Kunden – über 35 Prozent (Ortsgrößendurchschnitt: 26,5 Prozent) – bleiben zwei bis vier Stunden.

Attraktiv für Kunden aus der Region

„Neben einem vielfältigen Branchenmix ist Mannheim ebenso als ‚multifunktionale Innenstadt‘ mit Gastronomie, Museen, Theater und Kinos sehr gut aufgestellt. Die Untersuchung zeigt, dass beim Besuch der Innenstadt ebenso Freizeitaspekte im Fokus der Besucher stehen. Dies macht die Innenstadt der Zukunft aus und hier kann Mannheim punkten“, erklärt Bürgermeister Michael Grötsch. Wie attraktiv die Stadt ist, zeigt sich auch daran, dass mit 46,5 Prozent fast die Hälfte der Besucher aus dem Umland nach Mannheim kommt. In den vergleichbaren Städten sind es knapp 36 Prozent, so ein Ergebnis der Untersuchung. Klare Anzeichen dafür, dass das Sortiment der Mannheimer Innenstadt den Ansprüchen der Shopper entgegenkommt. Noch mehr Angebote wünschen sich die Besucher in den Bereichen Bekleidung/Fashion sowie Lebensmittel/Getränke. „Angesichts der aktuellen hohen Investitionen in der City, allen voran mit dem gerade entstehenden Quartier Q 6 / Q 7, werden zusätzliche Angebote das Profil des Einzelhandelsstandorts weiter abrunden“, ist Grötsch überzeugt. Manfred Schnabel, Präsident des Handelsverbands Nordbaden fügt hinzu: „Ich bin sicher, dass Cross-Channel-Konzepte, also die Kombination zwischen Off- und Online-Handel, wie sie in Mannheim zunehmend angeboten werden, das Erfolgsmodell der Zukunft sind und die Innenstädte mit Leben füllen.“ „Einkaufserlebnisse und gemeinsame Events mit und für den Handel sind unser Kernanliegen und werden in Zukunft noch wichtiger sein als bisher. Weihnachtszauber in der Stadt oder die „Wein und Genuss – Tour“ sind nur zwei Beispiele für Aktionen, die einen gelungenen Shopping-Tag in Mannheim abrunden“, betont Lutz Pauels, 1. Vorsitzender der Werbegemeinschaft Mannheim City e.V.

Stadt ist an richtigen Stellen aktiv

Unterhalb des Ortsgrößendurchschnitts lagen bei der Bewertung durch die Mannheimer Passanten die Themen Sauberkeit, Sicherheit, Gestaltung und – ganz knapp – das Thema Parken. Dieses Ergebnis bestätigt gleichzeitig, dass die Stadt bereits an den richtigen Stellen aktiv ist und Handlungsbedarfe rechtzeitig erkannt hat.

„Verschiedene städtische Bereiche, wie die Wirtschaftsförderung, die Abfallwirtschaft, der kommunale Ordnungsdienst und die Parkhausbetriebe, arbeiten bei diesen Themen Hand in Hand zusammen“, führt Christiane Ram, Leiterin der Mannheimer Wirtschaftsförderung, aus. „So hat die Wirtschaftsförderung seit zwei Jahren jährlich rund 10.000 Euro für die zusätzliche Reinigung der Fußgängerzone an allen vier Samstagen im Advent und an den verkaufsoffenen Sonntagen investiert, um für ein gepflegtes Ambiente zu sorgen.“ Der Gemeinderat hat zudem das Budget der Abfallwirtschaft für die Stadtreinigung aufgestockt, womit auch zusätzliches Personal eingestellt werden konnte. In Kürze wird außerdem die Gehwegreinigung in der Innenstadt in die Verantwortung der Kommune übergehen. „Auch davon versprechen wir uns eine weitere deutliche Verbesserung der Sauberkeit und der Lebensqualität in der Innenstadt“, so Ram. Auf der Agenda steht außerdem das Thema Sicherheit. Seit November 2014 ist die neue Citystreife des Fachbereichs Sicherheit und Ordnung täglich als Ansprechpartner für Händler und Besucher in der Fußgängerzone unterwegs, um sich mit erhöhter Präsenz für eine sichere und lebenswerte Innenstadt einzusetzen. Gemeinsam mit der RNV und der City Werbegemeinschaft soll auch das kostenlose Park+Ride ab dem Friedensplatz an den vier einzelhandelsrelevanten Advents-Samstagen fortgesetzt werden, bis mit der Fertigstellung von Q 6 / Q 7 Parkplätze wieder in ausreichender Zahl zur Verfügung stehen. Ein erster Meilenstein war bereits das Parkhaus in R 5. Knapp 1.400 Stellplätze kommen nach Fertigstellung von Q 6 / Q 7 hinzu. „Bei der Bewertung der Gestaltung der Innenstadt durch die Passanten haben zahlreiche City-Baustellen mit Sicherheit noch das Ergebnis der Befragung beeinflusst. Allerdings sind hier deutliche Baufortschritte erkennbar. Dies wird die Situation verbessern. Zwischenzeitlich gab es sogar die ersten Neueröffnungen“, so Ram. Mannheim plant außerdem rund 20 Millionen Euro in die nachhaltige Aufwertung der Mannheimer Planken zu investieren. Die Neugestaltung der zentralen Flaniermeile ist ein wesentliches Zukunftsprojekt der Stadt, um weiterhin die Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstadt zu steigern.

Eine „rote Ampel“, das heißt eine Bewertung der Passanten mit einer Schulnote von vier bis sechs, erhielt Mannheim bei keinem der benannten Kriterien.

„Mannheim ist mit seiner Innenstadt ein Beispiel dafür, wie lebendig eine City sein kann und wie groß ihr Zukunftspotenzial ist“, fasst Sondermann die Ergebnisse der Untersuchung für Mannheim zusammen. „Wir freuen uns sehr, dass die Stadt das von uns erstellte Stärken-/Schwächenprofil als Grundlage für Maßnahmen nutzt, um den Standort voranzubringen. Denn das ist das Ziel unserer Kundenbefragung.“

Untersuchung „Vitale Innenstädte“

Wie sieht die Zukunft der deutschen Innenstädte aus und was wünschen sich die Besucher von ihren Stadtzentren? Diese Fragen liegen der bundesweit angelegten Untersuchung „Vitale Innenstädte“ zugrunde, die das Institut für Handelsforschung (IFH) Köln gemeinsam mit den Kooperationspartnern Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd), dem Handelsverband Deutschland (HDE), Galeria Kaufhof und vielen lokalen Partnern durchgeführt hat. In über 60 deutschen Städten aller Größen und Regionen wurden im September 2014 zeitgleich Innenstadtbesucher zu ihren Einkaufsgewohnheiten und zur Attraktivität der Innenstädte befragt. Insgesamt belief sich die Zahl der Interviews auf 33.000. Die

Untersuchung liefert sowohl allgemeine Ergebnisse, als auch spezifische Erkenntnisse zu einzelnen Kommunen. In der gleichen Ortsgröße wie Mannheim fand die Passantenbefragung in den Städten Bielefeld, Bonn, Braunschweig, Magdeburg und Münster statt.

Adresse: <http://www.mannheim.de/nachrichten/spitzenplatz-kategorie-vielfalt-und-angebot-geschaeft>