



Stadtmarketingprozess Gerlingen

Workshop „Innenstadt“ aus Unternehmersicht

Dr. Stefan Leuninger
GMA-Bereichsleiter
Wirtschaftsförderung/Stadtmarketing

Gabriele Ostertag
Projektleiterin
GMA Ludwigsburg

Eileen Schmeckenbecher
Projektmanagement
GMA Ludwigsburg

mit Unterstützung des BdS Gerlingen und der Stadtverwaltung



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München



Agenda

Grundlagen

- Aktuelle Planungen für die Gerlinger Innenstadt,
Herr Eberhart, Stadtbaumeister
- Aktuelle Befragungen und erste Schlussfolgerungen
Herr Schimek, BdS; Herr Leuninger, GMA
- Handlungsbereiche im Stadtmarketingprozess
Herr Leuninger, GMA

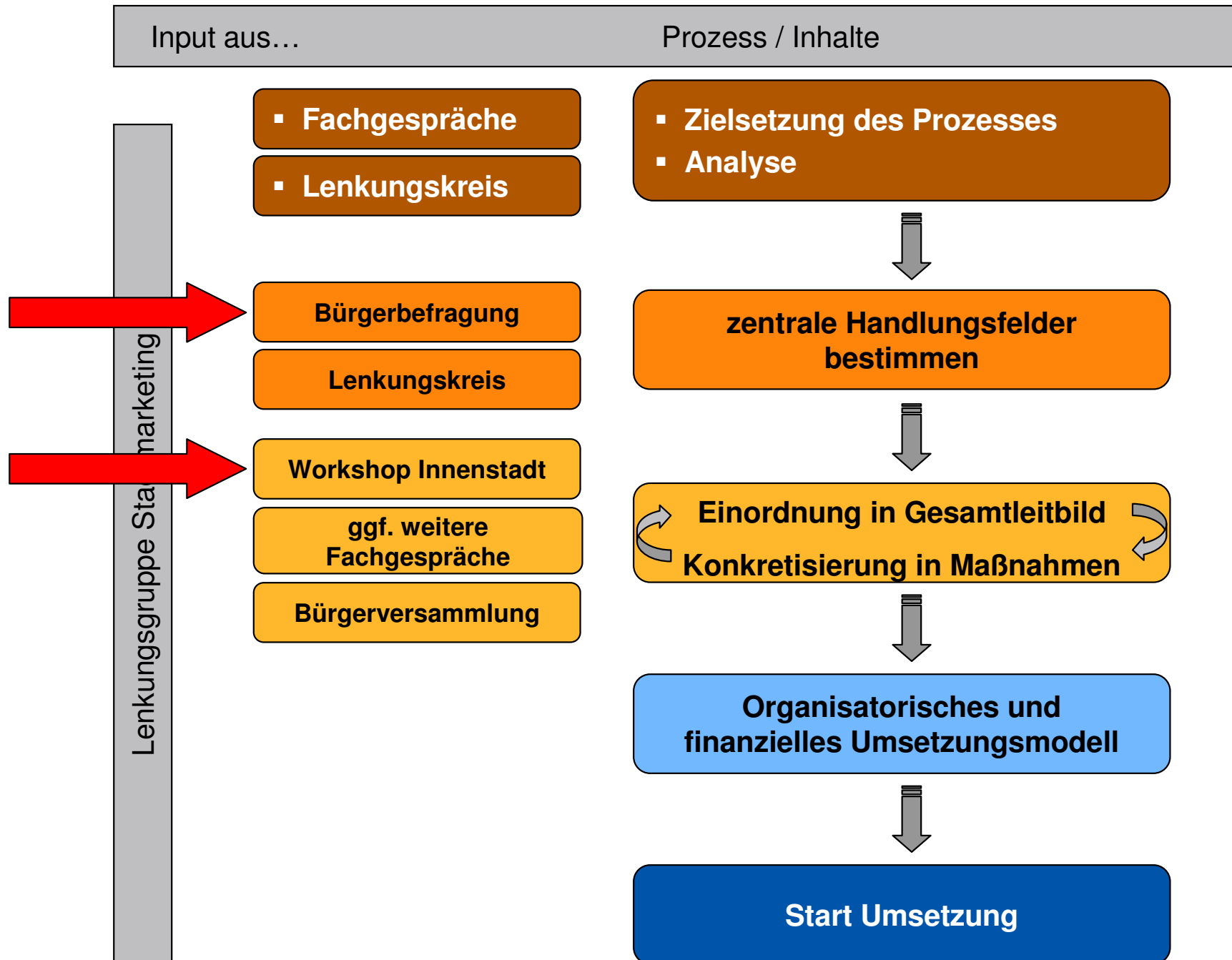
Workshop

- Arbeitsphase in Kleingruppen
- Zusammenfassung der Arbeitsergebnisse im Plenum

Ausblick

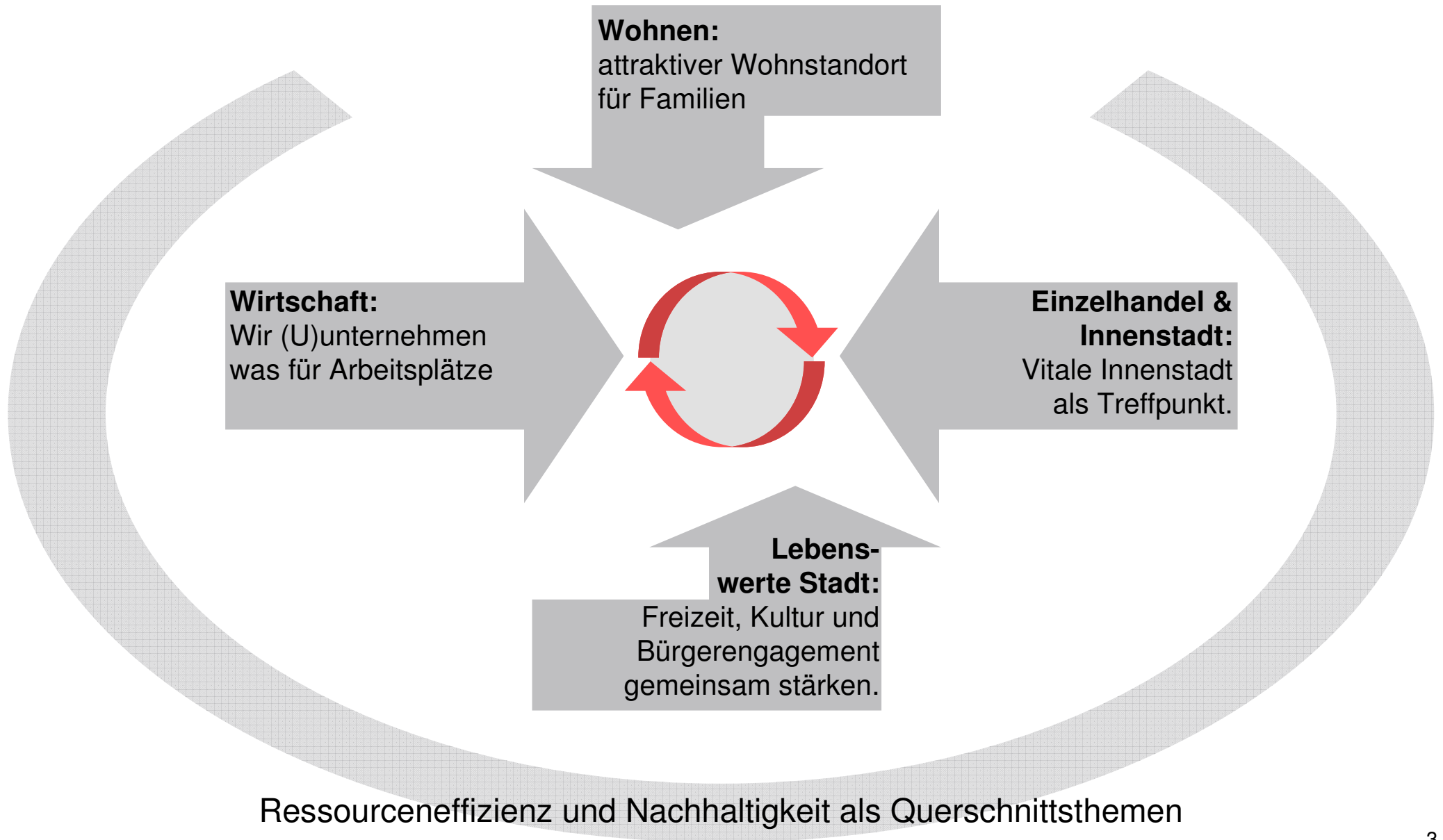


Prozessablauf





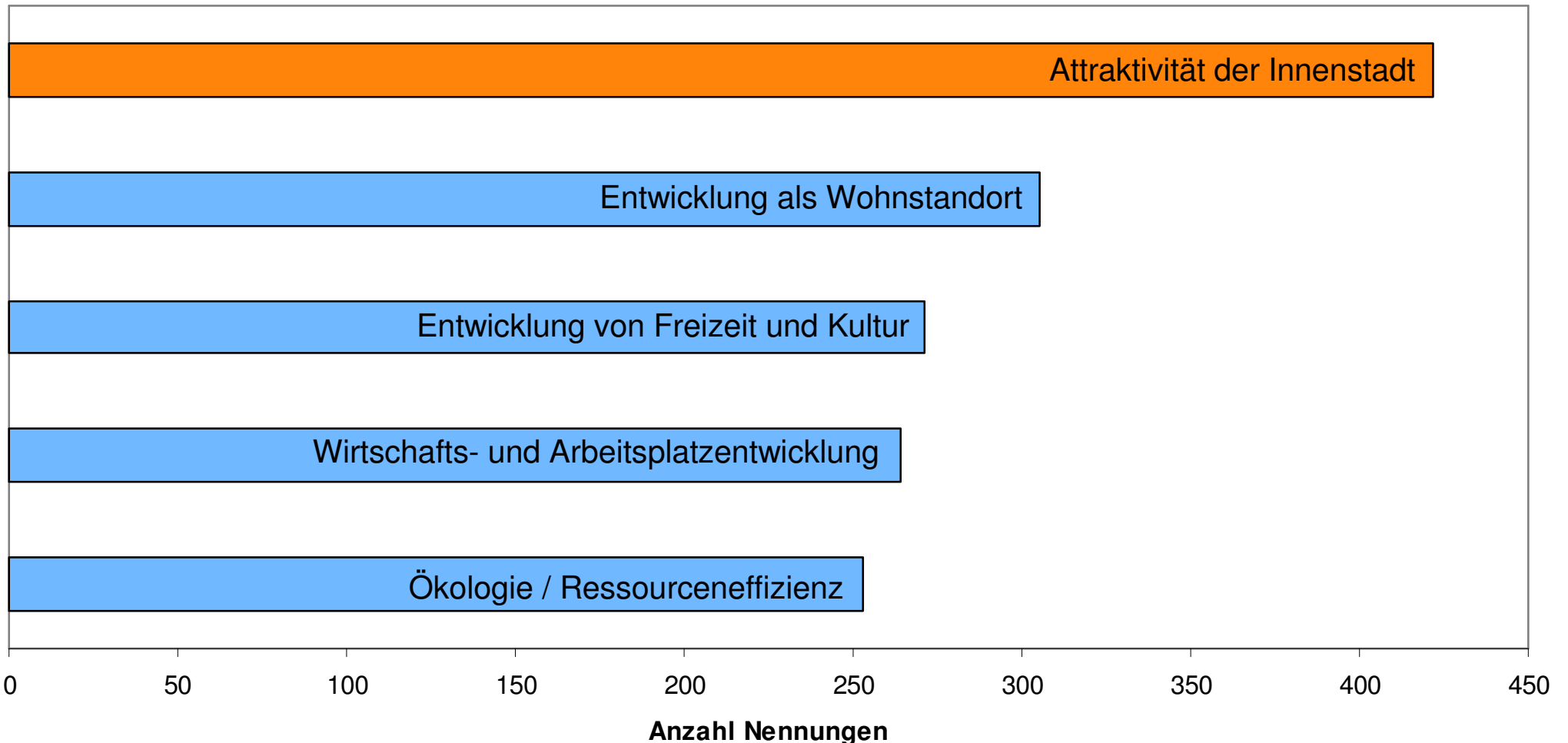
Handlungsfelder integriert statt nebeneinander her





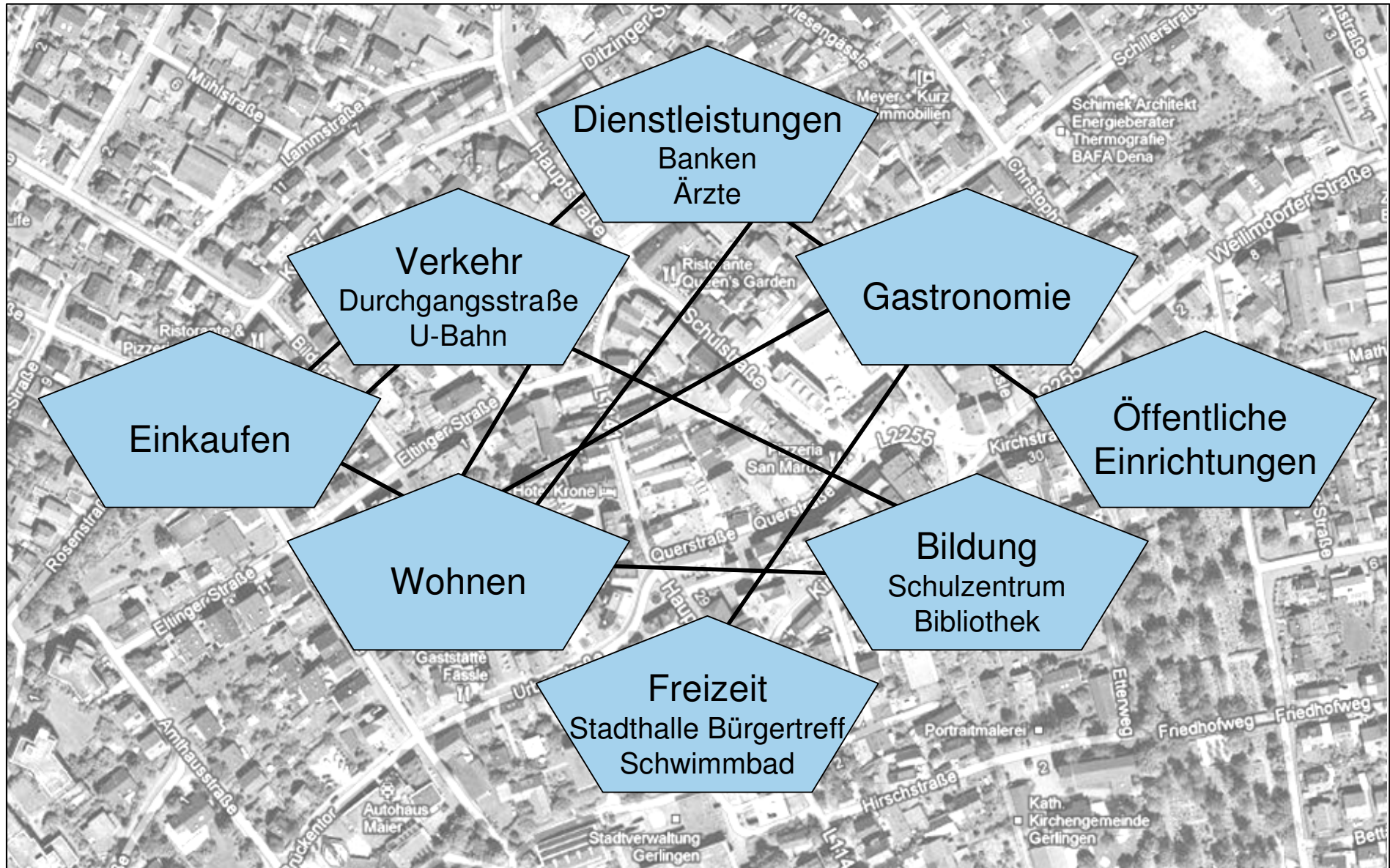
Befragung: „Attraktivität der Innenstadt“ wichtigstes Stadtentwicklungsthema!

Welche Themen finden Sie sehr wichtig für die Stadtentwicklung Gerlingens?





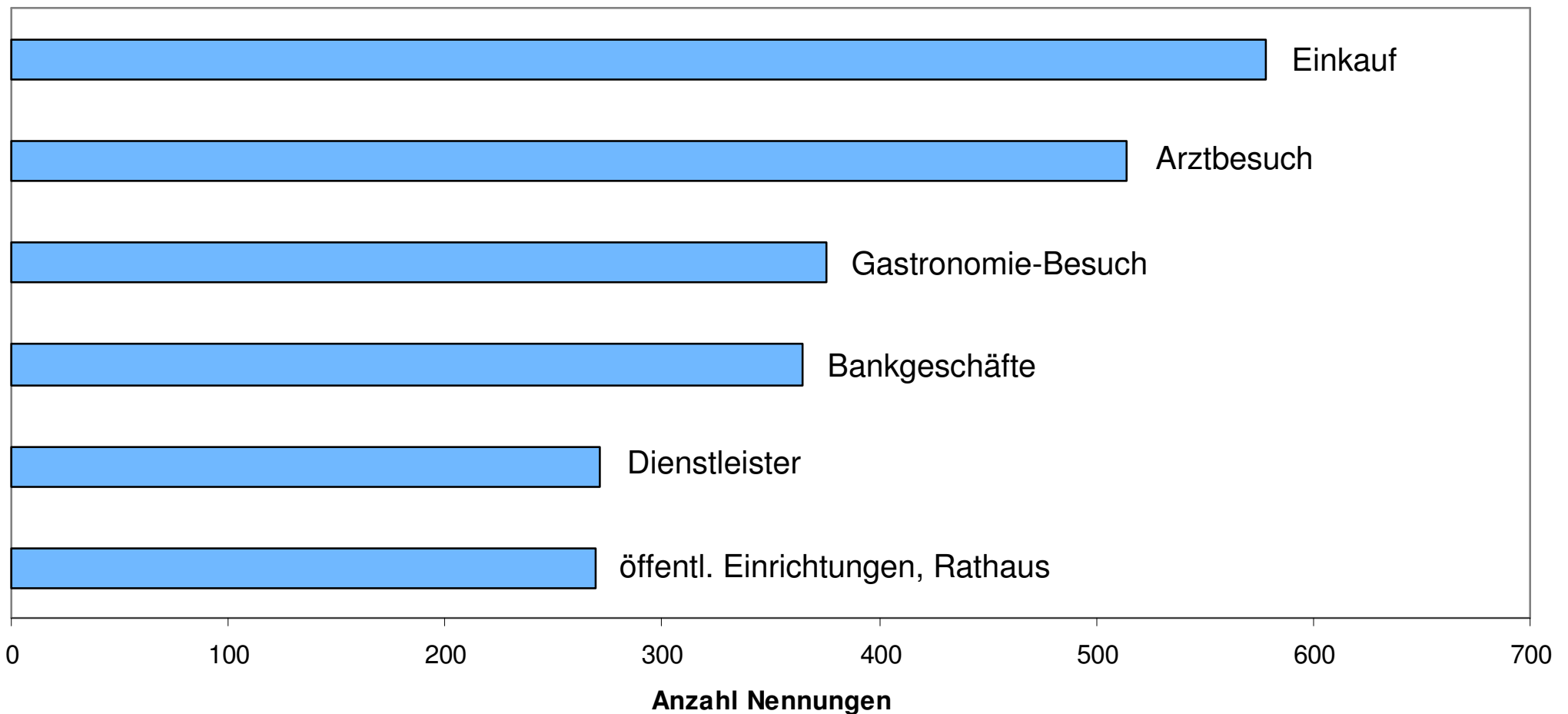
Funktionsvielfalt der Innenstadt





Wichtigste Gründe für Innenstadt-Besuch

Was erledigen Sie in der Innenstadt von Gerlingen bevorzugt?





Stärken und Schwächen der Innenstadt

Fußläufigkeit der Einzelhandelslagen.

Nahversorgungsangebote in Innenstadt und im ergänzenden Innenstadtbereich.

Vielfältig aufgestelltes Sortimentsangebot, v. a. kleinflächige Fachgeschäfte.

Ergänzung des Einzelhandels durch Gastronomie, Gesundheitswesen und weitere Dienstleistungen.

Ausreichend Parkplätze für längere Verweildauern.

Qualitativ gut entwickelte städtebauliche Lagen (z. B. Umfeld der Stadtbahn U6, Kronengasse).

Weit überdurchschnittliches Kaufkraftpotenzial.

Stabile Bevölkerungsentwicklung und zusätzliche Kaufkraftpotenziale durch Pendler / Schüler.

Bedeutung des Wohnens in der Innenstadt, neue innerstädtische Wohnbauprojekte.

Fehlen von größeren Magnetbetrieben zur Ergänzung des kleinflächigen Angebotes.

Zusammenarbeit der Akteure im Innenstadtbereich verbesserungswürdig.

Vielfältig aufgestelltes Sortimentsangebot, v. a. kleinflächige Fachgeschäfte.

Das Marktgebiet ist durch die umliegenden Konkurrenzstandorte begrenzt; intensive Wettbewerbssituation → eigene Marketing-Maßnahmen notwendig.

Die Bevölkerung von Gehenbühl tendiert zu den Handels- und Versorgungsangeboten in Stuttgart.

Einzelne Standortbereiche mit städtebaulichen Defiziten, weitere Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen geplant.

Kein durchgängiges Leit- und Kundenführungssystem.

Uneinheitliche Gestaltung von Schaufenstern, Bepflanzung, Bestuhlung.



Arbeitsgruppen

Arbeitsgruppe 1: Angebot, Service, Profilierung

Handelsangebot, Service-/Kundenorientierung, Gastronomie
Frau Ostertag

Arbeitsgruppe 2: Aufenthaltsqualität

Ruhezonen, Begrünung, Stadtmöblierung, Spielen
Frau Schmeckenbecher

Arbeitsgruppe 3: Erreichbarkeit

ÖPNV, Individualverkehr, Parken, Leitsystem
Herr Leuninger

Grundsätzliche Einschätzungen / Strategien

- Die Mieten in Gerlingen sind generell und für Handelsbetriebe im speziellen sehr hoch. Das macht es unattraktiv in diesen Wirtschaftsraum zu investieren (sowohl für den Handel als auch für Gastronomiebetriebe).
- Die konsequente Ausrichtung am Zentrenkonzept wird positiv bewertet und sollte auch für die Zukunft eingehalten werden.
- Festhalten und Ausbau des Bestands statt neuer Angebote. Nur behutsame und verträgliche Weiterentwicklung des Angebotes. Dies bezieht sich sowohl auf den Handel als auch auf Gastronomiebetriebe.
- Grundsätzlich Verbreiterung und Neuorientierung der Wirtschaftsakteure in der Stadt.
- Konsequente Ausrichtung aller Aktivitäten, Events etc. auf die Zielgruppen „Jugend“, „Einpendler“, Übernachtende.
- Umsetzung der vorbereiteten Projekte (v. a. Träuble, Hinter dem Rathaus); allerdings behutsame Angebotsentwicklung.
- Erhalt der Erreichbarkeit der Innenstadt (Thema Parken)

Maßnahmen/Prüfaufträge

- Einführung von Kernöffnungszeiten
- Café auf dem Rathausplatz (Nischencafé, gemütlich auch auf Jugend ausgerichtet)
- professioneller Einkaufs-, Dienstleistungs- und Gastronomieführer (Print, Internet)
- Überarbeitung der Internetpräsenz des BdS und der Stadt
- weitere Entwicklung von Einzelhandelsflächen in der Größenordnung 200-400/500 m²



Ergebnisse Arbeitsgruppe 2: Aufenthaltsqualität

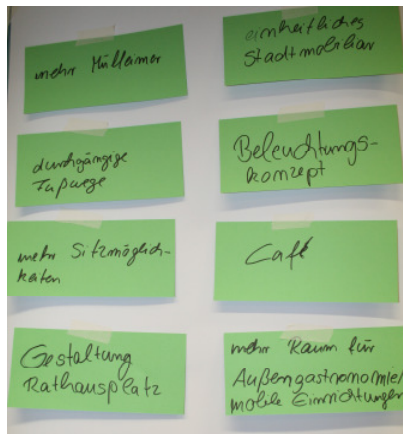
Grundsätzliche Einschätzungen / Strategien

- Insgesamt wird die Sauberkeit im Innenstadtbereich positiv eingeschätzt. Vereinzelt, z.B. bei den Tiefgaragen-Aufgängen, wird noch Verbesserungsbedarf gesehen.
- Die Gestaltung des Rathausplatzes wird unterschiedlich bewertet. Zum Teil wird die offene Anlage des Platzes mit nur wenigen gestalterischen Elementen begrüßt und hat hinsichtlich der Nutzung des Platzes für Veranstaltungen (z.B. Samstagsmarkt) auch ihre Berechtigung. Jedoch wünscht sich ein Teil der Bevölkerung auch einen „grüneren“ Platz, der mehr Gemütlichkeit ausdrückt.
- Die Erreichbarkeit der Innenstadt für Fußgänger ist stellenweise durch Behinderungen erschwert. Insbesondere häufige Seitenwechsel des Gehweges sind für ältere Menschen hinderlich und evtl. mit Gefahren verbunden.
- Ein Café auf dem Rathausplatz würde die Aufenthaltsqualität der Innenstadt aufwerten und zur alltäglichen Belebung des Platzes beitragen. Es besteht eine große Nachfrage nach einem Café.
- Die Verkehrsbelastung in der Innenstadt wird kritisch gesehen, zumal der Verkehr in der Vergangenheit zugenommen hat. Mögliche Lösungsansätze, wie eine Verlagerung des Verkehrs auf Nebenstraßen oder eine Verlangsamung durch Pflanzinseln, werden jedoch kontrovers diskutiert.
- In Bezug auf das Stadtmobiliar wurde ein stellenweiser Mangel an Sitzgelegenheiten und Abfallbehältern/Aschenbecher festgestellt, außerdem entstammt das Stadtmobiliar verschiedenen Epochen.

Ergebnisse Arbeitsgruppe 2: Aufenthaltsqualität

Maßnahmen/Prüfaufträge

- Das Stadtmobiliar sollte auf sinnvolle Ergänzungen geprüft werden, z.B. zusätzliche Bänke, evtl. Kunstobjekte / Spielmöglichkeiten für Kinder, Trinkwasserbrunnen. Bei der Erneuerung des Stadtmobiliars ist auf eine möglichst einheitliche Gestaltung in der Innenstadt hinzuwirken.
- Auch ein Beleuchtungskonzept kommt als Maßnahme in Betracht, um die Innenstadt „ins rechte Licht zu rücken“. Dieses erlaubt zum einen eine Akzentuierung wichtiger Bereiche / Gebäude (Plätze, historische Bauten, Blickachsen), zum anderen kann es einen einheitlichen Rahmen für die Innenstadt bilden.
- Wo möglich, sollten direkte Fußwege in die Innenstadt hergestellt werden, die auch auf Barrierefreiheit und Sicherheit zu prüfen sind.
- Die Idee eines Cafés auf dem Rathausplatz ist weiter zu verfolgen. Dabei könnten auch mobile Konzepte erwogen werden. Insgesamt sollte versucht werden, in der Innenstadt mehr Raum für Außengastronomie zu geben, da diese wesentlich zum Flair beiträgt.



Ergebnisse Arbeitsgruppe 3: Erreichbarkeit

Grundsätzliche Einschätzungen / Strategien

- Der ÖPNV/Bus stellt einen wichtigen Baustein der Gesamtattraktivität Gerlingens dar und wird von vielen Gruppen (u.a. Jugendliche, ältere Personengruppen) in Anspruch genommen.
- Grundsätzlich sind die Parkkosten in Gerlingen recht niedrig. Dieses sollte als Profilierungsmerkmal beibehalten (und besser „verkauft“) werden. Das kostenlose Parken am Wochenende ist ein echter Pluspunkt (u.a. für den Besuch Wochenmarkt).
- An der Parkscheibenregelung „1-h“ im Zentrum sollte festgehalten werden; durch die Parkraumüberwachung ergibt sich eine gewünschte Frequenz bzw. ein Parkraumumschlag. Das Angebot an Kurzparkplätzen sollte nicht rückgebaut werden.
- Die Realisierung von weiteren Stellplätzen im Rahmen anstehender Investitionsmaßnahmen, u.a. Quartiersgarage, wird sehr positiv gewertet.
- Im Bereich der Schulstraße wird häufig zu schnell gefahren; dieses wirkt sich nachteilig auf die Besuchsqualität der Innenstadt aus. Das Anbringen einer weiteren Querungshilfe („Zebrastrreifen“) ist nicht möglich.
- Im Innenstadtbereich besteht keine Möglichkeit, einen Reisebus abzustellen.
- Parksuchverkehr ergibt sich durch die „Bequemlichkeit“ der Gesellschaft sowie durch die recht wenigen bzw. häufig belegten Kurzzeitparkplätze.
- Die Stellplätze in den Tiefgaragen sind in Teilen zu eng. Größere PKW und die gewünschte Familienfreundlichkeit benötigen erfahrungsgemäß größere Parkboxen.
- Die aus steuerlichen Gründen eingestellte „Brötchentaste“ bzw. das Kurzparken am Rathaus ist bei vielen Geschäftsinhabern noch als zweckmäßige Maßnahme präsent.

Ergebnisse Arbeitsgruppe 3: Erreichbarkeit

Maßnahmen / Prüfaufträge

- Im Rahmen eines Erreichbarkeitsmarketings sind die vielen vorhandenen Angebotsbausteine (u.a. kostenloses Parken abends und an Wochenenden, Parkraumangebote in den beiden Tiefgaragen, Parkraumvergütung) noch besser darzustellen
- Die stadtinterne Kommunikation über Entwicklungsmaßnahmen bei Stellplätzen und die gewünschten Effekte ist weiter zu verbessern.
- Eine Neustrukturierung des Parktarifes mit Beschränkung in der Tiefgarage, d.h. Bezahlen der „echten“ Parkzeit statt „Vorkasse“ ist zu prüfen. In diesem Zusammenhang könnte auch eine „halbe Stunde kostenfrei“ nochmals geprüft werden. Hierbei könnten auch neue Bezahlformen, u.a. EC-Card, Handy-Parken, eingeführt werden.
- Ggf. kann durch eine Neuordnung von Stellplätzen (Stichwort: „Schrägparken“) die Stellplatzqualität bzw. das Stellplatzangebot im Innenstadtbereich weiter entwickelt werden.
- Die Sauberkeit des Aufzugs in der Tiefgarage an der Stadtbahn ist in Abstimmung mit dem Betreiber dringend sicher zu stellen.
- Ideensammlung für Maßnahmen zur Verringerung der Geschwindigkeit im Tempo-30-Bereich in der Schulstraße (u.a. motivierende Schilder ...).
- Etablierung eines Kunden- und Besucherleitsystems mit einem Baustein „Parken/Erreichbarkeit“.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

