Aktive Kernbereiche in Hessen

Kreisstadt Heppenheim

Aktiver Kernbereich Innenstadt

Integriertes Handlungskonzept

Ergebnisbericht - Juni 2010

EIGLER &Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH

Kreisstadt Heppenheim
Aktiver Kernbereich Innenstadt

Integriertes Handlungskonzept

Ergebnisbericht - Juni 2010

Auftraggeber: **Magistrat der Kreisstadt Heppenheim**
vertreten durch den Bürgermeister
Herrn Gerhard Herbert
Großer Markt 1
64646 Heppenheim

Projektleiter: Dr.-Ing. Jochen Naumann
Fachbereich Stadtplanung und Bauen

Auftragnehmer: **Eigler und Partner**
Gesellschaft für Kommunalberatung
Südstraße 51
64589 Stockstadt/Rh.

Erarbeitet von: Dipl.-Soz. Herbert Eigler
Dipl.-Ing. Sigrid Bormann
Dipl.-Ing. Lutz Kaffenberger

in Zusammenarbeit mit: Dipl.-Ing. Birgit Gröning
Nassauische Heimstätte, Frankfurt/M.

Heppenheim - Aktiver Kernbereich

Integriertes Handlungskonzept

Ergebnisbericht - Juni 2010

Der Ergebnisbericht wurde in Abstimmung mit dem Auftraggeber erstellt. Der vorliegende Band enthält die vorbereitenden Untersuchungen, Zieldiskussion, den Vorschlag zur Abgrenzung des Sanierungsgebietes sowie das Handlungskonzept mit der Maßnahmen-, Kosten- und Finanzierungsübersicht.

Inhalt

1 Einführung 7

1.1 Ausgangssituation und Aufgabenstellung 7

1.1.1 Anlass zur Einleitung des Projekts "Aktiver Kernbereich Innenstadt" 7
1.1.2 Das Programm Aktive Kernbereiche 8
1.1.3 Ziele und Aufgaben 9
1.1.4 Lokale Partnerschaft und Beteiligungsverfahren 9
1.1.5 Vorgehen 11

1.2 Das Untersuchungsgebiet 13

1.2.1 Lage und Abgrenzung des Untersuchungsgebietes 13
1.2.2 Historische Entwicklung 15

2 Bestandsaufnahme und Analyse 19

2.1 Vorgehensweise 19

2.2 Heppenheim in der Region 21

2.2.1 Regionalökonomische Struktur und Dynamik einer Region 21
2.2.1.1 Heppenheims Lage in zwei Metropolregionen 21
2.2.1.2 Die Bindungskraft der Region, nicht einzelner Standorte 23
2.2.1.3 Bevölkerungsentwicklung 24
2.2.1.4 Wirtschafts- und Beschäftigungsentwicklung 26
2.2.1.5 Kaufkraft im Kreis als Wohlstandskennziffer 30
2.2.1.6 Die Mobilität einer Region 32

2.2.2 Jüngere Entwicklungen in den Mittelzentren an der Bergstraße 34
2.2.2.1 Unternehmensentwicklung - „Lokale Ökonomie“ 34
2.2.2.2 Neuere Tendenzen der Beschäftigungsentwicklung 36
2.2.2.3 Bevölkerungsentwicklung und demographischer Wandel 36
2.2.2.4 Erwerbsbeteiligung 39
2.2.2.5 Arbeitsplatzzentralität 40
2.2.2.6 Der Strukturwandel zur Dienstleistungsgesellschaft 42
2.2.2.7 Die innere Struktur des Dienstleistungsbereichs 43
2.2.2.8 Das Qualifikationsprofil der Bevölkerung in der Region 46
2.2.2.9 Berufliche Mobilität 47

2.2.3 Zusammenfassung der Regionalanalyse 49
2.2.3.1 Zur Situation in Stadt und Region: Entwicklung unter reduzierten Wachstumserwartungen“ 49
2.2.3.2 Zur Situation Heppenheims 52

2.3 Experteninterviews zur Situation Heppenheims und der Innenstadt 57

2.3.1 Regionaler Kontext der Stadtentwicklung Heppenheims 58

2.3.1.1 „Die Bergstraße: In zwei Metropoloregionen oder dazwischen?“ 58
2.3.1.2 Infrastruktur der Region, harte Standortfaktoren, Cluster 58
2.3.1.3 Soziale Infrastruktur, weiche Standortfaktoren und Wohnqualität 59
2.3.1.4 Die Region: Synergien und Interkommunale Konkurrenz 60
2.3.1.5 Position Heppenheims in interkommunaler Konkurrenz 60
2.3.1.6 Bekanntheit, Frequentiertheit und Image Heppenheims 61
2.3.2 Innenstadt Heppenheim 62
2.3.2.1 Wahrnehmung der Innenstadtentwicklung durch die Experten 62
2.3.2.2 Organisation der Innenstadt 63
2.3.2.3 Stadtplanung und Stadtpolitik für die Innenstadt 64
2.3.3 Zusammenfassung der Experteninterviews 65
2.4 Bestandsanalyse der städtebaulichen Situation 67
2.4.1 Nutzung der Gebäude 67
2.4.2 Analyse der Innenstadtstruktur und Entwicklung 73
2.4.2.1 Innenstadtstrukturen 73
2.4.2.2 Exkurs Passagen 74
2.4.3 Grün- und Freiflächen 78
2.4.4 Wohnen in der Innenstadt 83
2.4.5 Stadtgestalt und Baustruktur 85
2.4.6 Straßen und Verkehr 95
2.5 Bevölkerung und Wohnen 103
2.5.1 Demographische und soziale Struktur 103
2.5.2 Ergebnisse der Befragung von Innenstadtbewohnern 107
2.5.3 Bevölkerung und Wohnen - Zusammenfassung der Analysen zur soziographischen Struktur und zur Wohnsituation 109
2.6 Bodenwertverhältnisse im Untersuchungsgebiet „Aktiver Kernbereich Innenstadt“ und Mitwirkungsbereitschaft der Grundeigentümer 110
2.6.1 Bodenwertverhältnisse und Grundstückszuschnitte 110
2.6.2 Ergebnisse der Interviews mit Grundeigentümern 111
2.6.2.1 Struktur der Grundeigentümer 112
2.6.2.2 Erwartungen an die Stadt 112
2.6.2.3 Wirtschaftsverhalten 112
2.6.2.4 Organisation der Immobilieneigentümer 113
2.6.2.5 Positionen zu verschiedenen Objekten und Projekten 113
2.6.3 Rolle der Eigentümer und Konsequenzen für die Strategie 114
2.7 Gewerbestruktur und –entwicklung 115
2.7.1 Struktur und Fluktuation des Gewerbes 115
2.7.2 Dynamik der gewerblichen Innenstadtentwicklung 117
2.7.3 Räumliche Aspekte der Strukturen und der Entwicklung 122

2.7.4 Branchenstrukturelle Analyse 125
2.7.4.1 Segment Einzelhandel in der Innenstadt 125
2.7.4.2 Das Segment Dienstleistungsbereich der Innenstadt 127
2.7.5 „Ethnic Economy“ 128
2.7.6 Zusammenfassung 130
2.8 Die Entwicklung der Heppenheimer Innenstadt in der Sicht des Gewerbes 131
2.8.1 Vorbemerkung zum Vorgehen und Durchführung 131
2.8.2 Strukturdaten des Gewerbes in der Heppenheimer Innenstadt 134
2.8.2.1 Rechtsform und Betriebsgrößen 134
2.8.2.2 Geschäftsfeldentwicklung und Absicht betrieblicher Veränderungen 136
2.8.2.3 Eigentums- und Größenstrukturen der Gewerbeeinheiten 137
2.8.2.4 Miethöhen für Gewerbeflächen 139
2.8.2.5 Kooperationen und wirtschaftliche Netze 140
2.8.2.6 Kundenbeziehungen 141
2.8.2.7 Die Wettbewerbssituation des Gewerbes in der Innenstadt 144
2.8.2.8 Werbeaktivitäten der Gewerbetreibenden 145
2.8.3 Geschäftsentwicklung und Geschäftszufriedenheit 147
2.8.3.1 Die Entwicklung der Kundenfrequenz 147
2.8.3.2 Umsatzzufriedenheit 148
2.8.3.3 Geschäftszufriedenheit in Abhängigkeit von Miethöhe und Lage 150
2.8.4 Aktivitäten für eine verbesserte Geschäftsentwicklung 153
2.8.5 Der Standort Innenstadt in der Sicht der Geschäftsleute 153
2.8.5.1 Stärken und Qualitäten 153
2.8.5.2 Schwächen und Defizite 156
2.8.5.3 Maßnahmenvorschläge aus dem Kreis der Gewerbetreibenden 158
2.8.6 Soziale Organisation der Gewerbetreibenden 161
2.8.6.1 Organisationsgrad und Zusammenarbeit 161
2.8.6.2 Mitwirkungsbereitschaft im „Aktiven Kernbereich“ 162
2.8.7 Zusammenfassung und Wertung der Ergebnisse 164
3 Leitbilder und Ziele des IHK 169
3.1 Oberziele und Leitbilddiskussion 171
3.2 Entwicklungsziele 174
4 SWOT-Analyse 178
4.1 Heppenheim in der Region - SWOT-Analyse der Gesamtstadt 178

4.2 SWOT-Analyse des Aktiven Kernbereichs Innenstadt 180
4.2.2 Risikofaktoren und Potenziale 180
4.2.3 Szenarien der Entwicklung und Strategien 183

5 Integriertes Handlungskonzept 189

5.1 Entwicklungskonzept 189

5.2 Handlungsfelder und Maßnahmenvorschläge 192
5.2.1 Handlungsfelder Ökonomie und Einzelhandel 192
5.2.2 Handlungsfeld Bauen, Gestalten, Sanieren und Umnutzen 194
5.2.3 Handlungsfeld Wohnen 199
5.2.4 Handlungsfeld Tourismus 201
5.2.5 Handlungsfelder Kultur und Freizeit 202
5.2.6 Handlungsfelder Infrastruktur und öffentliche Verwaltung 204
5.2.7 Handlungsfeld Stadtgestalt und öffentlicher Raum 205
5.2.8 Handlungsfelder Straßen und Verkehr 209

5.3 Ex-ante-Evaluation der Maßnahmenvorschläge 213

6 Festlegung des Fördergebiets 217

6.1 Instrumente der Städtebauförderung - Prüfung des geeigneten Durchführungsverfahrens 217
6.1.1 Instrumente des besonderen Städtebaurechts 217
6.1.2 Prüfung der Anwendungsvoraussetzungen 217
6.1.3 Abwägung der förmlichen Festlegung nach dem möglichen Sanierungsverfahren 219
6.1.4 Ergebnis der Abwägung und Empfehlung 220

6.2 Gebietszuschnitt 222

6.3 Finanzierung 227
6.3.1 Wesentliche Finanzierungsquellen 227
6.3.2 Die Bedeutung einzelner Finanzierungsquellen 227

7 Kosten- und Finanzierungskonzept 229

7.1 Aktionsplan Innenstadt – Projektierte Maßnahmen zur Entwicklung der Innenstadt 229

7.2 Förderungsbedarf aus dem Förderprogramm Aktive Kernbereiche 234

7.3 Maßnahmen im Kernbereich 235

8 Organisation 241

9 Zusammenfassung 244

Verzeichnis der Pläne

1 Einführung			**7**
PLAN	**1/0/01**	Lage des Untersuchungsgebiets	**13**
2 Bestandsaufnahme und Analyse			**19**
PLAN	**1/1/01**	Nutzung der Gebäude (Erdgeschoss)	71
PLAN	**1/1/02**	Nutzung der Gebäude (Obergeschosse)	72
PLAN	**1/1/03**	Grün- und Freiflächen	81
PLAN	**1/1/04**	Stadtgestalt und Baustruktur	93
PLAN	**1/1/05**	Verkehr Gesamtstadt	97
PLAN	**1/1/06**	Verkehr Untersuchungsgebiet	101
5 Integriertes Handlungskonzept			**189**
PLAN	**2/1/01**	Skizze Entwicklungsstruktur	189
PLAN	**2/1/03**	Nutzungen	197
PLAN	**2/1/04**	Gestalt	207
PLAN	**2/1/05**	Verkehr	211
6 Festlegung des Fördergebiets			**217**
PLAN	**2/1/02**	Vorschlag Abgrenzung Sanierungsgebiet	225
7 Kosten und Finanzierungskonzept			**227**
PLAN	**2/1/06**	Maßnahmenplan	231

Verzeichnis Anhang

Anhang 1 Fragebogen:
Befragung der Bewohner

Anhang 2 Frageboten
Befragung der Geschäftsleute und Gewerbetreibenden

Anhang 3 Interviewleitfaden
Befragung der Grundeigentümer

Anhang 4 Interviewleitfaden
Befragung der Experten und lokal Sachverständigen

Anhang 5 Fragebogen
Befragung der Lokalen Partner zur Situation der Innenstadt

Anhang 6 Ergebnisse der Befragung der Lokalen Partner
zu Maßnahmen und Prioritäten

Anhang 7 Fragebogen und Ergebnisse der SWOT-Analyse
Befragung der Lokalen Partner zu Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken

Anhang 8 Legitimation für die Befragungen und Interviews durch den Magistrat

1 Einführung

1.1 Ausgangssituation und Aufgabenstellung

1.1.1 Anlass zur Einleitung des Projekts "Aktiver Kernbereich Innenstadt"

Die Problematik, vor der die Stadt Heppenheim bei der Entwicklung der Innenstadt steht, teilt sie mit vielen kleineren und mittleren Städten der Region. Neben dem Strukturwandel speziell im Einzelhandel durch die Einkaufszentren an der Peripherie der Städte und den Internethandel hat auch die wachsende Mobilität zu einem Funktionsverlust der Innenstadtlagen geführt, in dessen Ergebnis die traditionellen Einzelhandelszonen unter schwindender Kaufkraftbindung leiden. Hinzu kommt allgemein der Wandel im Konsumverhalten, dessen schlagender Ausdruck die Krise der Kaufhäuser und des Fachhandels in den Innenstädten ist. Durch den Verlust dieser Publikumsmagneten und Frequenzträger verlieren Innenstädte generell an Lagequalität mit dem Ergebnis steigender Fluktuation von Einzelhandelsbetrieben, der Reduzierung der Angebotsqualität und –vielfalt bis hin zu Mindernutzungen und Leerstand.

Dieser Prozess ist in der Kreisstadt Heppenheim seit Längerem erkennbar und zum Teil durch frühere Gutachten zu einzelnen Handlungsfeldern[1] dokumentiert.

Es ist jedoch nicht nur das Feld der lokalen Ökonomie, das für die Innenstadtentwicklung vieler Städte zu Funktionsverlusten führt. Es ist auch das Wohnen in der Innenstadt. Als Großtrend erweist sich die Präferenz des Wohnens im eigenen Heim in den suburbanen Wohngebieten, und von einer „Wiederkehr des Städtischen“ ist auch in den Kern- und Mischgebieten der Großstädte wenig zu verspüren.

Der auch andernorts festzustellende Teufelskreis von Funktionsverlusten, Leerstand und Desinvestition fällt in der Innenstadt von Heppenheim besonders deutlich ins Auge, grenzt doch die Innenstadt unmittelbar an die erst in jüngerer Zeit ambitioniert sanierte Altstadt. Dieser Kontrast verdeutlicht, welche Erfolge die Städtebauförderung haben kann, und wie andere benachbarte Gebiete zurückbleiben können, wenn sie ohne gezielte Beratung und Steuerung sich selbst und den auf sie einwirkenden Makrotrends ausgesetzt sind.

Mit der erfolgreichen Aufnahme der Innenstadt in das 2008 aufgelegte Bund-Länder-Programm Aktive Kernbereiche hat der Magistrat der Stadt Heppenheim ein Zeichen gesetzt, dass er einen Schwerpunkt auf die Innenstadtentwicklung setzt und alle Möglichkeiten ausschöpft, die mit der Altstadtsanierung begonnene Binnenentwicklung fortzusetzen.

[1] GMA, Standortuntersuchung zur Innenstadt im Auftrag des Magistrats der Stadt Heppenheim, Ludwigsburg 1999

1.1.2 Das Programm Aktive Kernbereiche

Das Programm Aktive Kernbereiche hat das Durchbrechen dieses Teufelskreises aus Verlust von Lagequalität, funktionalem Stellenwert und dem Unterlassen baulicher Investitionen zum Ziel. Als investives Leitprogramm hat es den Fokus auf der Förderung von Maßnahmen zur Beseitigung von funktionellen und stadtgestalterischen Defiziten und deren handlungsfeldübergreifender Integration in ein städtisches Entwicklungskonzept. Zugleich setzt das Programm auf die Aktivierung der lokalen Beteiligten aus Wirtschaft, Bevölkerung, Grundeigentümern und städtischen Akteuren. Aus der kooperativen Erarbeitung des Entwicklungskonzepts soll ein tragfähiger Konsens über die Entwicklungsziele folgen, die Attraktivität für Privatinvestitionen im Gebiet wiedergewonnen und dessen Umsetzung mit öffentlichen Maßnahmen unterstützt werden. Hierdurch soll die Stadterneuerung auch entsprechend der neuen Förderstrategien in der Stadtsanierung in einem befristeten Förderzeitraum durchgeführt werden können.

Das 2008 aufgelegte B/L-Programm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“, in das das Programm „Aktive Kernbereiche in Hessen“ eingebettet ist, hat neben altbekannten Elemente auch einige **innovative Programmelemente**. Altbekannt aus der klassischen Stadtsanierung sind die vorbereitenden Untersuchungen. In allen jüngeren Förderprogrammen seit 1999 sind eingeführt die Programmelemente des Integriertes Handlungskonzept (IHK), des Quartiersmanagements (hier unter dem Begriff des „Kernbereichsmanagements“) und der Evaluierung. Auch der Verfügungsfonds ist (wenn auch in anderer förderrechtlicher Konstellation) aus dem Programm Soziale Stadt bereits bekannt. Betont wird nunmehr in der Städtebauförderung im Zuge der Föderalismusreform vom 1.9.2006 die zügige Durchführung, die sich im Grundsatz einer **„befristeten und degressiven Förderung“** und einem für städtebauliche Aufgaben eng umrissenen Förderzeitraum ausdrückt.

Neu im Ansatz ist die **„Lokale Partnerschaft**“. Als eine dauerhafte Lenkungsgruppe, wenigstens zur Hälfte besetzt mit Vertretern aus der Zivilgesellschaft, soll diese initiieren, beraten, Entscheidungen vorbereiten und vor allem in die städtische Zivilgesellschaft durch Information hineinwirken und aktivieren. Der Aktiven Partnerschaft kommt im Programm Aktive Kernbereiche eine zentrale Bedeutung zu, sowohl in der Vorbereitung und der Definition von Zielen, Maßnahmen und Prioritäten wie auch in der Begleitung der Durchführung. Die Lokale Partnerschaft ist ein Element dialogischer Planung zwischen der Stadt als Institution und der Zivilgesellschaft.

Als Fördergegenstand neu ist das „**Citymanagement“**. In den Aufgaben denen des Centermanagements von Einkaufszentren nachempfunden soll das Citymanagement zum einen werbend auf die Nachfragesteigerung nach den in der Innenstadt angebotenen Waren und Dienstleistungen hinwirken. Das kann in Imagekampagnen, gemeinsamen Werbeaktionen und Veranstaltungen liegen. Es beinhaltet aber auch, dass das Citymanagement erkennbare Schwächen des Angebots beseitigt. Ein Schwerpunkt liegt deshalb in der Organisation des Innenstadtgeschehens an der Schnittstelle zwischen Geschäftsleuten und Grundeigentümern.

Kein Programmelement, aber ein Mittel zur Steuerung des Innenstadtgeschehens, sind **„Standortgemeinschaften“** von Eigentümern und der lokalen Wirtschaft. Im Mittelpunkt steht hierbei die Vermittlung der Erkenntnis, dass eine nachhaltige Werterhaltung und –steigerung von Immobilien nur im

Zusammenwirken von Wirtschaft und Grundeigentümern liegt. Es sind also mit Unterstützung durch die Stadt gemeinsame Initiativen zu entwickeln, wie sich die Wertschöpfung beider Sektoren optimieren lässt.

1.1.3 Ziele und Aufgaben

In der Verfolgung des Ziels, den drohenden innerstädtischen Erosionsprozess aufzuhalten und umzukehren, besitzt Heppenheim eine Reihe von Potenzialen, die es für die Innenstadtentwicklung zu nutzen gilt.

- Heppenheim hat als Mittelzentrum sowohl im öffentlichen Sektor wie im privatwirtschaftlichen Sektor eine hohe Zentralität für Arbeitsstätten und –plätze.
- Als Kreisstadt hat Heppenheim Versorgungsfunktion im Dienstleistungs-, Bildungs- und Kulturbereich für den Kreis Bergstraße.
- Die demographische Entwicklung der Stadt ist vergleichsweise stabil, und Heppenheim ist als Wohnstandort attraktiv – sowohl hinsichtlich der Wohn- und Freizeitqualität wie auch der Erreichbarkeit von Arbeitsstätten, Ausbildungs- und Kulturangebote beider Metropolregionen.
- Sowohl die Stadt als auch der gesamte Einzugsbereich zeichnen sich durch eine überdurchschnittliche Kaufkraft aus.
- Die an die Innenstadt angrenzende Altstadt ist ein Anziehungspunkt und gastronomische und kulturelle Angebote der Stadt machen den Stadtkern attraktiv über den Nahbereich hinaus.
- Schließlich liegen in der Heppenheimer Innenstadt selbst Entwicklungsmöglichkeiten sowohl durch die einer Neunutzung harrenden Gebäude und Flächen wie auch Möglichkeiten der Gestaltung des Stadtraums und der Verkehrs- und Wegebeziehungen.

Es sind dieses die aus objektiven Qualitäten, der Bekanntheit und dem positiven Image Heppenheims bestehenden Vorzüge, die die Verfolgung der Zielsetzung des Programms Aktive Kernbereiche aussichtsreich erscheinen lassen. Zugleich dürfen diese positiven Ausgangsvoraussetzungen nicht darüber hinweg täuschen, dass nur ein koordiniertes und zielkonzentriertes Vorgehen aller Beteiligten aus Wirtschaft, Bevölkerung und Stadt und die Kombination öffentlichen und privaten Engagements eine grundlegende, nachhaltige Verbesserung der bestehenden Situation bewirken.

1.1.4 Lokale Partnerschaft und Beteiligungsverfahren

Die Lokale Partnerschaft konstituierte sich unter Leitung des Herrn Bürgermeisters unter Vorbereitung und Moderation der NH, Frau Gröning, am 26.8.2009. Die Lokale Partnerschaft ist personenidentisch mit den Teilnehmern der Zukunftswerkstatt, die 2006 durchgeführt wurde.

In der Auftaktveranstaltung wie den weiteren Sitzungen der Lokalen Partnerschaft wurden Zwischenergebnisse aus der Erarbeitung des Integrierten Handlungskonzepts, teilweise unter Vorlage umfassender Arbeitsberichte und Präsentationen, zur Diskussion gestellt. Die Mitglieder der lokalen Part-

nerschaft wurden zwischen den Sitzungen mittels Befragungen zu den Schwerpunkten aus ihrer Sicht aktivierend in die Erarbeitung des IHK einbezogen. Sitzungstermine und Schwerpunkte der Lokalen Partnerschaft waren:

26.8.2009:

Auftaktveranstaltung unter Vorstellung

- o der Programmziele und –inhalte der Aktiven Kernbereiche
- o des beabsichtigten Vorgehens
- o des Zeitplans sowie
- o erster Analyseergebnisse zu den regionalökonomischen Rahmenbedingungen der Innenstadtentwicklung

22.9.2009

- o Vorstellung der Befragungsergebnisse zu den Positionen und Gewichtungen in der Lokalen Partnerschaft,
- o Zusammenfassung der Ergebnisse aus den Experteninterviews (in Vorbereitung der SWOT-Analyse)
- o Ergebnisse der Analyse der Bevölkerungsentwicklung der Innenstadt
- o Ergebnisse der Struktur und Dynamik der Gewerbeentwicklung
- o Ergebnisse der städtebaulichen Bestandsuntersuchung

27.10.2009

- o Ergebnisse der aktivierenden Befragung von Gewerbetreibenden
- o Einstieg in die Leitbilddiskussion
- o SWOT-Analyse für die Innenstadt (u.a. auf der Basis schriftlicher Befragung der lokalen Partner)
- o Diskussion von Entwicklungszielen für den Aktiven Kernbereich
- o Strategieformulierung

25.11.2009

- o Leitbildformulierung
- o Auswertung der Maßnahmenvorschläge aus der Lokalen Partnerschaft
- o Vorstellen des Maßnahmekonzepts nach den sechs Handlungsfeldern und ausführliche Diskussion
- o Einstieg in eine Diskussion der künftigen Organisationsstruktur, ausgehend von der Rolle eines City-Managements im Aktiven Kernbereich Innenstadt

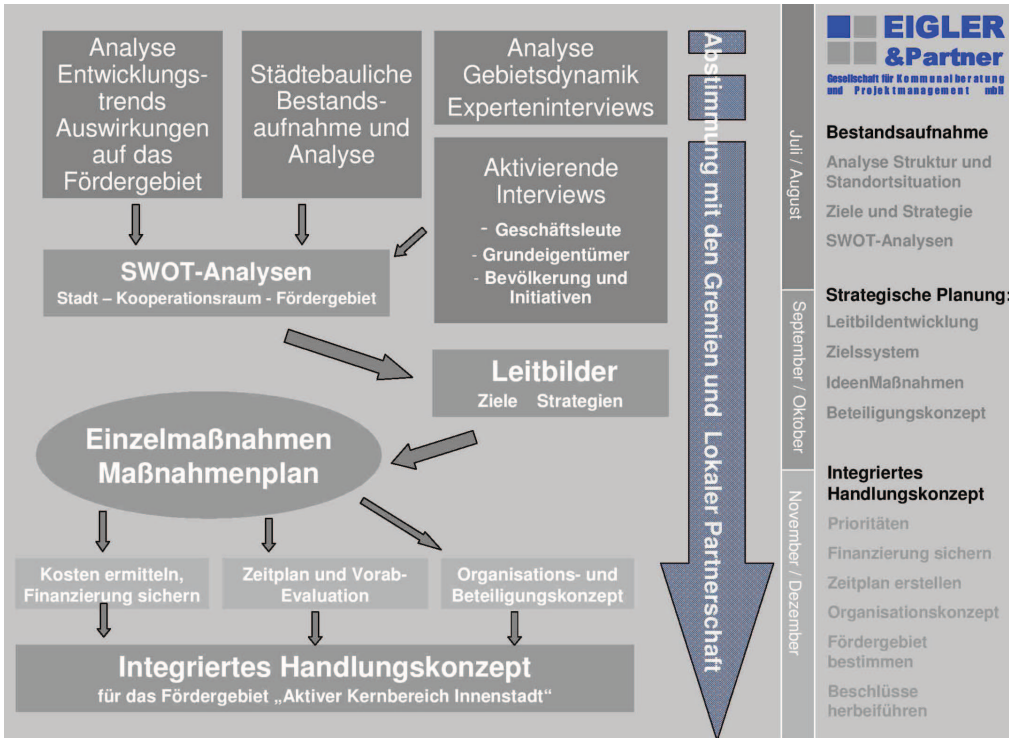
Alle Sitzungen wurden im Verlauf und Ergebnis durch die NH, Frau Gröning, dokumentiert.

1.1.5 Vorgehen

Die Bestandsaufnahme zur Situation des Aktiven Kernbereichs wurde methodisch breitgefächert durchgeführt. Zum Einsatz dazu kamen

- Städtebauliche Bestandsaufnahme
- Sichtung laufender Planungen und Vorhaben
- Experteninterviews mit Vertretern von Stadtverwaltung, der Regionalplanung, Vertretern von Kammern und Verbänden
- Auswertung von Statistiken und vorliegenden Untersuchungen
- Interviews mit Grundeigentümern
- Interviews Gewerbetreibenden
- Interviews mit Bewohnern
- Auswertung des Gewerberegisters
- Befragung der Gewerbetreibenden.

Die Methodenvielfalt hatte zum Ziel, mit einem weiten Instrumentarium die Komplexität der Innenstadtentwicklung vor dem Hintergrund der Gesamtstadtentwicklung und der in der Region umfassend zu untersuchen. Mit der Vielzahl der Interviews und persönlichen Gespräche sollte dabei nicht nur ein umfassendes Meinungsbild aus allen Gruppierungen und Interessenslagen der Innenstadt erreicht werden. Darüber hinaus sollten durch das persönliche Gespräche Erfahrungen, Meinungen und Ideen in Erfahrung gebracht werden. Hierdurch sollte „aktiviert“ und zur Mitarbeit für den Aktiven Kernbereich Innenstadt angeregt werden. Die Schrittfolge und der Zeitplan sind der nachfolgenden Übersicht zu entnehmen. Für alle Interviews und Gespräche lagen Fragebögen und Interviewleitfäden vor, die zum Teil hoch standardisiert waren. Alle Gespräche wurden dokumentiert.



Diese Untersuchungen erfolgten unter laufender Information an die Lokale Partnerschaft in seit Ende September 2009 bisher vier Sitzungen.

Die Öffentlichkeit wurde zu Beginn der Untersuchungen und Aufnahme der Erhebungen über die örtliche Presse informiert. Gegenstand der Information war auch die verbale Darstellung des Gebietes sowie die Skizzierung der Ziele des Förderprogramms Aktive Kernbereiche. Abgestellt wurde hierbei darauf, dass die Kreisstadt Heppenheim mit dem erfolgreichen Bemühen um die Aufnahme in das Förderprogramm mit der Altstadtsanierung begonnenen Weg der Kernstadtentwicklung konsequent fortsetzt.

18 BERGSTRÄSSER ANZEIGER HE

Stadtentwicklung: Im Auftrag des Magistrats startet Befragung

Jetzt wird die Innenstadt gefördert

Bergsträßer Anzeiger 31.12.09

HEPPENHEIM. In seinem Bemühen, die Wirtschafts- und Lebenssituation in der Innenstadt Heppenheims zu verbessern, hat sich der Magistrat der Kreisstadt erfolgreich um die Aufnahme in das neue Städtebauförderungsprogramm „Aktive Kernbereiche" des Bundes und der Länder beworben. Nach der Altstadtsanierung wurde die Stadt damit zusammen mit dem Stadtumbaugebiet „An der Innenstadt" in zwei Städtebauförderungsprogramme aufgenommen.

An Altstadt angrenzender Bereich

Das Gebiet, in dem die Unterstützung des Bundes und des Landes Hessen für die Bestrebungen der Kreisstadt im Programm „Aktive Kernbereiche" zugesichert ist, ist der an die Altstadt angrenzende Bereich zwischen Lehrstraße, Graben, Werlestraße und Ludwigstraße. Dieses Gebiet wurde mit Beschluss der Stadtverordnetenversammlung als Fördergebiet „Aktiver Kernbereich Innenstadt" förmlich festgelegt.

Im Zuge der planerischen Vorbereitung ist die Erarbeitung eines sogenannten „Integrierten Handlungskonzepts" für den „Aktiven Kernbereich Innenstadt" erforderlich, also ein abgestimmter Maßnahmenplan. Ausgehend von einer Analyse von Stärken und Schwächen, sollen darüber missständliche Situationen beseitigt und eine umfassende positive Entwicklung eingeleitet werden.

Handlungsfeldübergreifend heißt dabei, dass Vorhaben zur städtebaulichen Stabilisierung ebenso wie solche zur Verbesserung der Wirtschaft und des Wohnens in ein Gesamtkonzept zusammengeführt werden sollen. Nach intensiver Beteiligung der Bürger und Beschluss durch die städtischen Gremien wird dieses Konzept dann für die nächsten Jahre verbindliche Leitlinie für alle städtischen Planungen in diesem Gebiet sein.

Im Programm „Aktiver Kernbereich" geht es aber nicht nur um Vorhaben der Stadt Heppenheim. Wie der Name des Förderprogramms schon andeutet, ist ein strategisches Kernelement des Programms, dass sich auch die Bürger einbringen. Die Erfahrungen und Ideen der Bürger seien zur Ausgestaltung des integrierten Handlungskonzepts ebenso unerlässlich wie ihr Engagement für die Realisierung der Ziele, heißt es dazu in einer Pressemitteilung aus dem Rathaus.

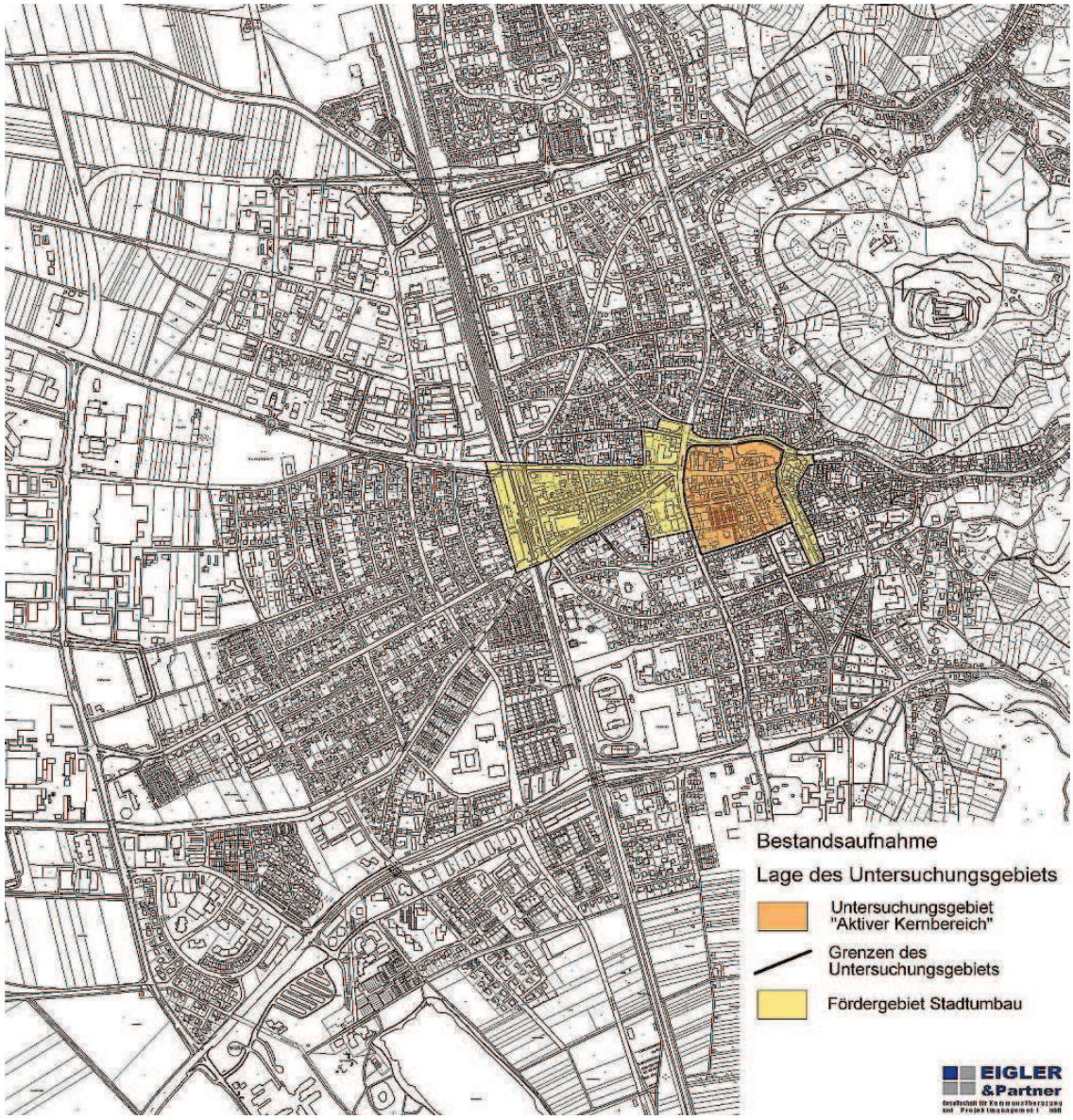
„Aktiver Kernbereich Innenstadt" heißt also, dass Stadt und Bürger abgestimmt zusammenarbeiten sollen, um dem Ziel eines nachhaltig verbesserten urbanen Lebens und Wirtschaftens in der Innenstadt näher zu kommen. Das vom Magistrat mit der Erstellung des Integrierten Handlungskonzepts beauftragte Büro Eigler und Partner Gesellschaft für Kommunalberatung unternimmt dazu in der Innenstadt Untersuchungen.

Neben Experten werden auch in einer breiten Stichprobe Geschäftsleute, Grundeigentümer und Bewohner der Innenstadt befragt. Ziel dieser Befragungen ist es, Meinungen und Einschätzungen der Bürger in Erfahrung zu bringen und ebenso deren Überlegungen und Ideen zur weiteren Entwicklung der Innenstadt. Beginnen wird die Befragung in diesen Tagen.

Teilnahme ist freiwillig

Die Mitarbeiter des Büros sind zum Datenschutz verpflichtet und werden sich als Beauftragte der Kreisstadt Heppenheim ausweisen, heißt es in der Pressemitteilung weiter. Auch wenn die Beteiligung an der Befragung freiwillig ist, bittet der Magistrat, die Fragen der Interviewer unvoreingenommen zu beantworten. Nur durch die Mitarbeit der Bürger könne das Ziel der positiven Entwicklung der Innenstadt realisiert werden. *zg*

1.2 Das Untersuchungsgebiet



1.2.1 Lage und Abgrenzung des Untersuchungsgebietes

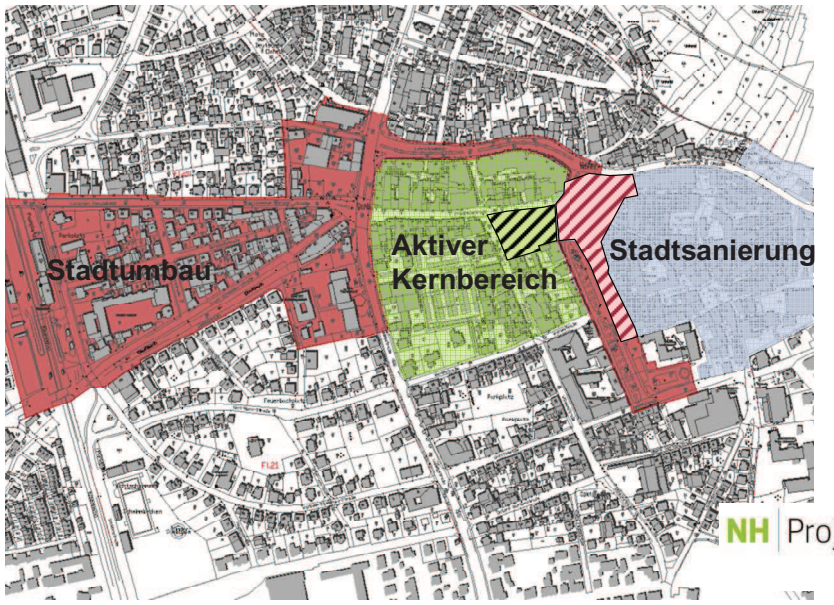
Das beauftragte Untersuchungsgebiet für das Programm „Aktiver Kernbereich Innenstadt“ in Heppenheim könnte als der zentrale Einkaufsbereich der Stadt bezeichnet werden. Es umfasst ungefähr 5,8 ha und ist begrenzt

- im Norden durch die Lehrstraße (B 460)
- im Westen durch die Ludwigstraße (B 3)
- im Süden durch die Werlestraße und
- im Osten durch den Graben.

Das Gebiet schließt sich westlich an die Heppenheimer Altstadt an, die historisch und bis heute gestalterisch und funktional auf diesen Teil der Stadt ausstrahlt.

Das Untersuchungsgebiet ist nur ein kleiner Teil dessen, was Heppenheimer unter ihrer Innenstadt verstehen. Letztere besteht außerdem aus den angrenzenden Wohngebieten, eines nördlich um die Hermannstraße und das andere westlich um den Feuerbachplatz, aber auch das Wohngebiet südlich der Werle- und der Gräffstraße gehört noch dazu. Korrekter könnte man das Untersuchungsgebiet als das Zentrum der Stadt bezeichnen, dort, wo der größte Teil des Einzelhandels und der zentralen Einrichtungen ihren Standort haben.

Fördergebietsabgrenzungen in der Innenstadt von Heppenheim



Überschneidungsbereich Aktive Kerne/Stadtsanierung

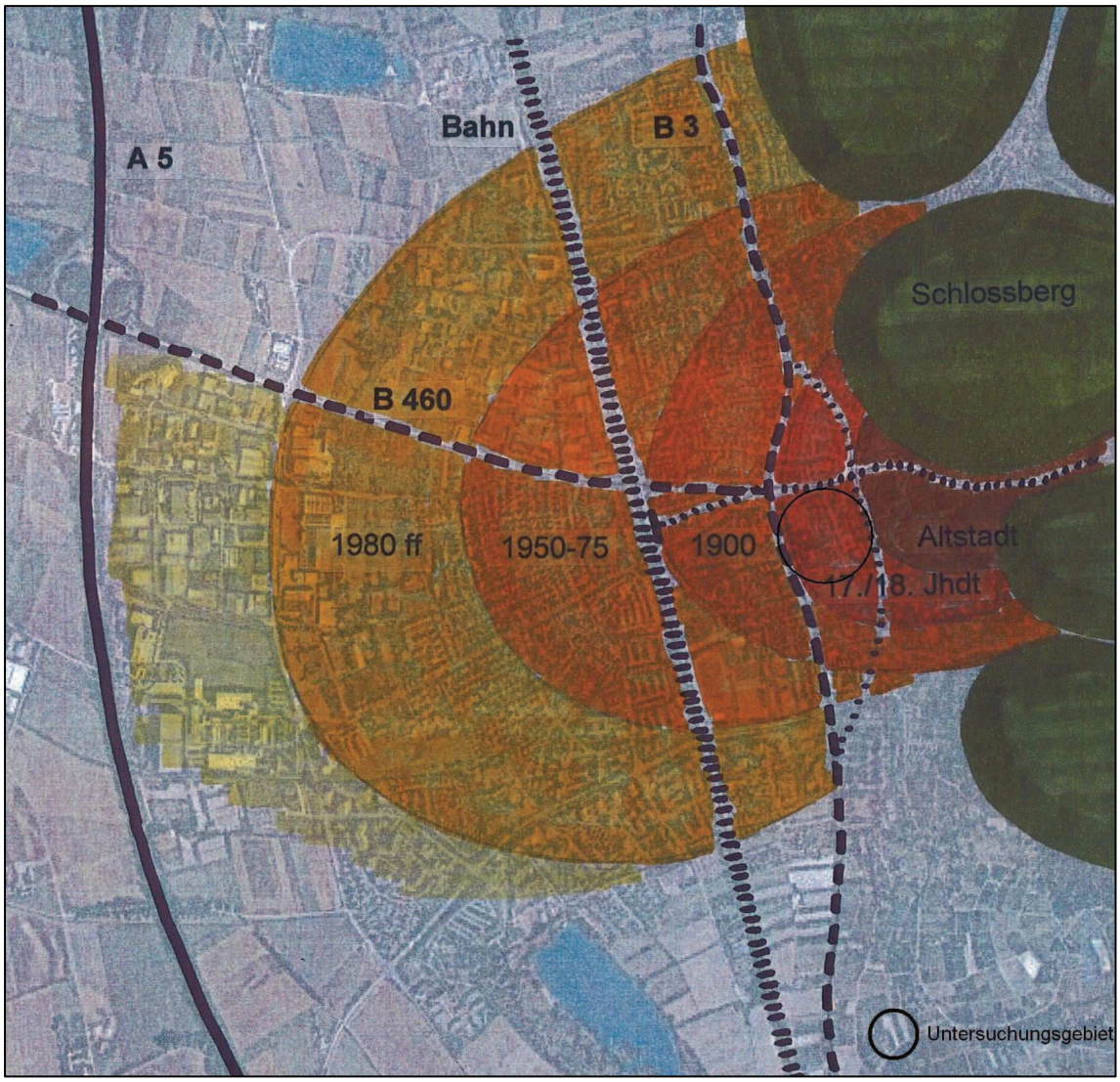
Überschneidungsbereich Stadtumbau/Stadtsanierung

Ein Teil dieses so bezeichneten Zentrums wurde wegen seiner besonderen Problemlage schon in das städtebauliche Förderprogramm „Stadtumbau“ einbezogen; dies ist der Bereich westlich des Zentrums mit Postplatz und Bereich Bahnhofstraße und der Graben zwischen Altstadt und dem aktuellen zentralen Untersuchungsgebiet.

1.2.2 Historische Entwicklung

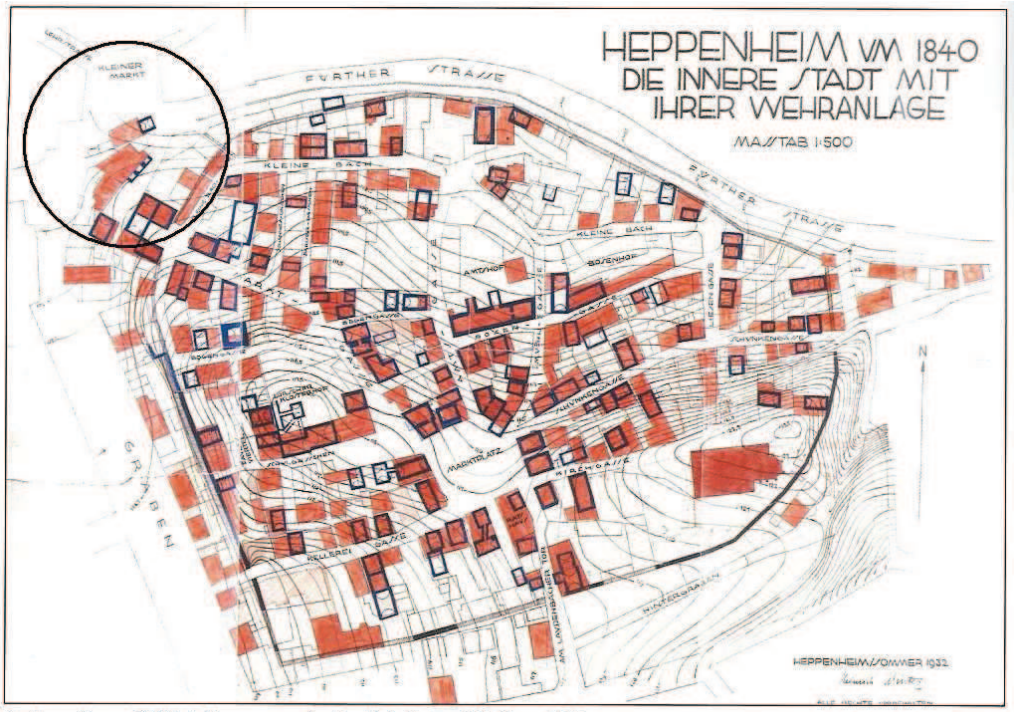
In Anbetracht der vor kurzem erst abgeschlossenen Bestandsaufnahme für das „Kommunale Handlungskonzept Heppenheim zum interkommunalen Stadtumbau Bergstraße“ wird auf eine Wiederholung der historischen Entwicklung der Stadt verzichtet und auf die Vorgängerarbeit verwiesen.

Als Hilfe zum Verständnis für die Siedlungsentwicklung und für die daraus resultierenden „Problemzonen“ wird nachfolgend jedoch eine ergänzende Strukturskizze eingefügt.



Das Untersuchungsgebiet ist aufgrund der vielfältigen historischen bis aktuellen Anforderungen vielfach überformt worden.

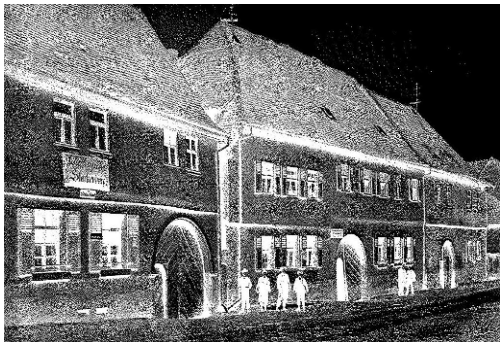
Der Kleine Markt als ein vor den Toren der Stadt gelegene Platz, war die Kreuzung der Ost-West-Verbindung und der ursprünglichen Nord-Süd-Verbindung an der Stadt vorbei (heute Siegfriedstraße und Graben).



Stadtgrundriss um 1840 (mit Eintragungen der Gewölbekeller) nach H. Winter, 1932

Plan[2]

Von hier aus entwickelte vor allem im 16. Jhdt. sich die „Untere Vorstadt“ nach Westen entlang des Verlaufs des Stadtbachs mit der „Bachgasse“ und der heutigen Lehrstraße. Die Bachgasse (heutige Friedrichstraße) wurde von Bauern mit ihren 2-geschossigen Fachwerkhöfen mit hohen Durchfahrten bebaut, die Lehrstraße wurde von den Lohgerbern besiedelt.

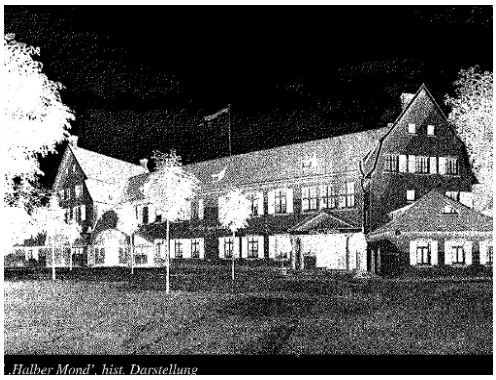


Beide Straßen stellten eine Verbindung vom Kleinen Markt zur Posthalterei an der wichtigen Nord-Süd-Landstraße, heute Darmstädter Straße, dar. Um diesen neuen Verkehrspunkt entstanden mehrere Gasthäuser, u.a. der „Halbe Mond“.[3]

[2] Aus: „Denkmaltopographie Bergstraße I“ von Dieter Griesbach-Maisant, hrsgg. vom Landesamt für Denkmalpflege Hessen

[3] Historische Fotos aus : „Denkmaltopographie Bergstraße I“ von Dieter Griesbach-Maisant, hrsgg. vom Landesamt für Denkmalpflege Hessen

Ehem. Thurn'- und Taxis'scher Posthof


‚Halber Mond', hist. Darstellung

1860 wurde der Stadtbach verrohrt, um die Erschließung der Höfe mit Fuhrwerken zu erleichtern.

„Die rasante Entwicklung im 19. Jahrhundert, vor allem nach dem Krieg 1870/71, brachte es mit sich, dass sich die bis dahin bäuerlich geprägte Bachgasse zunehmend zu einer Geschäftsstraße veränderte. Aus den in den Tordurchfahrten untergebrachten Verkaufsständen der Bauern wurden Ladengeschäfte, die in die Erdgeschosse der Fachwerkhäuser gebrochen wurden."[4]

Nach einem Brand im Jahr 1887 entstanden in der nun zur Friedrichstraße umbenannten Bachgasse neue, massive Geschäftshäuser mit „zeitgemäßen Ladeneinbauten", ebenso wie das Kaufhaus Mainzer.

Mit der Eröffnung der Bahnlinie Ende des 19.Jahrhunderts entstand die Bahnhofstraße als damals noch direkte Verbindung zwischen Postplatz und Bahnhof. Damit wurde auch die Besiedlung des Bereichs zwischen „Bergstraße" und Bahnlinie eröffnet, planerisch begleitet durch das Büro Metzendorf.

Nach dem 2. Weltkrieg, bei dem Heppenheim weitgehend von Bomben verschon blieb, wurden ab den 60er Jahren viele alte Bauernhäuser abgerissen zugunsten moderner Geschäfte sowie der Thurn-und-Taxis'sche Posthof für die Vergrößerung der Postkreuzung.

Die direkte Verbindung von der Marktstraße zur Friedrichstraße ist auch erst 1955 gebrochen worden, wobei auch das „Wormser Tor" entstand.

Die große Wachstumsphase der Stadt nach dem 2. Weltkrieg ging mit einer starken Zunahme des motorisierten Individualverkehrs einher. Wachstum, Wohlstand und die daraus erwachsenden Belastungen beeinträchtigten auch die Gestalt der alten Stadtteile erheblich.

So wurde z. B. 1974 die Friedrichstraße zur Fußgängerzone umgestaltet. Parallel dazu wurde der Anspruch an die an die Größe der Verkaufsflächen, größer, was im besten Fall nur Umbauten, meist aber Neubauten bedeutete.

Die rasante Entwicklung der „Unteren Vorstadt" als Hauptgeschäftsbereich und damit der Abriss vieler historischer Bauten blieb der Altstadt erspart, so dass wenigstens dort ein Großteil der wertvollen Bausubstanz erhalten blieb, die heute nach der Altstadtsanierung eine Wurzel des positiven Images der Stadt ist, von dem auch das Zentrum heute noch profitiert.

[4] Aus: „Denkmaltopographie Bergstraße I" von Dieter Griesbach-Maisant, hrsgg. vom Landesamt für Denkmalpflege Hessen

2 Bestandsaufnahme und Analyse

2.1 Vorgehensweise

Datenmaterial der Stadt Heppenheim

Von der Kreisstadt Heppenheim wurde umfangreiches Datenmaterial zur Verfügung gestellt (vgl. Literaturnachweis). Die überlassenen Unterlagen wurden gesichtet und kritisch analysiert. Zusätzlich zu vorliegenden Materialien und Veröffentlichungen wurden Datensätze aus dem Gewerberegister und über das Gebietsrechenzentrum Datensätze zur Bevölkerung im Gebiet beschafft und ausgewertet.

Zu Wohnungsgrößen und –standards stehen keine Daten zur Verfügung. Auch zur Beschäftigungssituation, Arbeitslosigkeit und der sozialen Situation (Empfänger von Leistungen nach dem SGB II) konnten bezogen auf das Gebiet der des Aktiven Kernbereichs in der Kürze der Bearbeitungszeit keine Daten beschafft werden.

Umfangreiche Begehungen

Die Mehrzahl der in dem vorliegenden Ergebnisbericht dargestellten Daten beruht auf einer tabellarischen und fotografischen Erfassung (örtlichen Bestandsaufnahme und Analyse) sowie auf Gesprächen mit Bewohnern und Akteuren vor Ort.

Zunächst wurden öffentliche und halböffentliche Räume (Straßen, Plätze, Grünflächen, etc) in ausgedehnten Begehungen erfasst und fotografiert. Zur Erarbeitung der Analyse wurden die Grundstücke in Bezug auf Nutzung, Größe und Überbauungsgrad untersucht. Zudem wurden die Gebäude hinsichtlich des Baualters, der Gebäudestruktur, der Nutzung und des Bauzustandes aufgenommen.

In der Bestandsanalyse werden die Bestands- und Analysepläne (Plan 1/1/04 bis 1/1/09) für das gesamte Untersuchungsgebiet ausgewertet.

Expertenbefragungen

Mit der Befragung von Experten und lokalen Sachverständigen sollte ein umfassende Lageeinschätzung zur Entwicklung des Aktiven Kernbereichs gewonnen werden. Die Interviews erfolgten strukturiert sowohl zu den Entwicklungstendenzen der Region und Gesamtstadt wie auch zur Innenstadtentwicklung. Inhaltlicher Gegenstand waren Makrotrends des wirtschaftlichen Strukturwandels und deren Niederschlag in den Metropolregionen, die infrastrukturellen Voraussetzungen in Stadt und Region und die Entwicklungspolitiken der Kommunen mit ihren Auswirkungen auf die Stadtzentren.

Interviewpartner waren die Vertreter aus Stadt- und Kreisverwaltung, der Regionalplanung, Vertreter der lokalen Wirtschaft und von Verbänden.

Aktivierende Befragungen der Gewerbetreibenden

Zur Erfassung der Lage der lokalen Ökonomie wurde eine Stichprobe von rund 30 % der insgesamt 200 angemeldeten Gewerbetreibenden und Geschäftsleute im Aktiven Kernbereich befragt. Die Stichprobe wurde ausgehend von den Daten des Gewerberegisters nach Branchen, Wirtschaftszweig

und Lage im Gebiet gewichtet und noch im Laufe der Erhebungsphase in Hinblick auf eine Repräsentativität nachjustiert.

Befragung der Eigentümer von Schlüsselgrundstücken

Um ihre Position zur Innenstadtentwicklung und ihre Erfahrungen aus der Grundstücksverwertung in Erfahrung zu bringen, wurden elf Grundeigentümer anhand eines Interviewleitfadens unter Zusicherung der Vertraulichkeit persönlich befragt. Die Auswahl richtete sich auf die Eigentümer von Schlüsselgrundstücken der Innenstadt. Die z.T. mehrstündigen Interviews hatten Fragen zur Wertentwicklung, der Vermarktungssituation, baulichen Investitionen und die Mitwirkungsbereitschaft bei der Entwicklung des Aktiven Kernbereichs Innenstadt zum Gegenstand.

Befragung von Bewohnern der Innenstadt

Aus 2005 liegt eine umfängliche Befragung von Bewohnern und Besuchern der Innenstadt vor. Im Rahmen der Erstellung des Integrierten Handlungskonzepts wurde deshalb auf eine umfängliche Befragung der Bewohner verzichtet. In einer kleinen Zufallsstichprobe sollte jedoch ein Eindruck zu den aktuell bewegenden Fragen und Problemen erreicht werden. Die Befragung erfolgte in persönlichen Interviews.

2.2 Heppenheim in der Region

2.2.1 Regionalökonomische Struktur und Dynamik einer Region

2.2.1.1 Heppenheims Lage in zwei Metropolregionen

Die Metropolregionen Frankfurt-Rhein-Main und Rhein-Neckar gehören zu den in „Stärke“ (= den vorhandenen Potenzen) wie „Dynamik“ (= den zukunftsträchtigen Potenzialen) stärksten Regionen der Bundesrepublik Deutschland.

Bei der Bestimmung der Stärken und Potenziale von Regionen gehen viele Faktoren ein. So sind es bei „Stärke“ der Altersaufbau, die soziale Struktur, die Ausstattung mit Arbeitsplätzen, die soziale Integration (gemessen u.a. an der Arbeitslosigkeit) und die Infrastruktur. Bei der Analyse der „Dynamik“ werden die Entwicklungen der jüngeren Zeit in diesen Dimensionen untersucht und zugleich die qualitative Strukturelemente, etwa der Besatz mit Wachstumsindustrien und die Innovationskraft, einbezogen.

Prägend für die Metropolregionen Rhein-Main und Rhein-Neckar sind die chemische und die pharmazeutische Industrie, biotechnikbasierte Entwicklung und „life science“ sowie der Maschinenbau („engineering“) in beiden Regionen und zusätzlich für Frankfurt-Rhein-Main der Finanzdienstleistungsbereich sowie die daran gekoppelten wissenschaftsorientierten Dienstleister. Prägend für die Entwicklungsdynamik sind dabei die vier Universitäten in Frankfurt, Darmstadt, Heidelberg und Mannheim mit jeweils ausgeprägten Profilen und – wie in Heidelberg – Exzellenzprädikaten sowie die Vielzahl der Fachhochschulen und Fachakademien. Die Prägung durch Universitäten und Hochschulen ist dabei sowohl der Transfer in Forschungs- und entwicklungsintensive Produktion wie forschungsnahe und wissenschaftsbasierte Dienstleistungen. Hinzu kommt aus der verkehrsgünstigen Erschließung der Bereich der Logistik.

Erwähnenswert ist dies für die Entwicklungschancen der südlichen Rhein-Schiene, aber auch für die „weichen Standortfaktoren“. Wesentlich dabei sind Verkehrs- und Lagequalität gleichermaßen für Wirtschaft und Bevölkerung und die daraus resultierende Bindung einer hochqualifizierten Erwerbsbevölkerung.

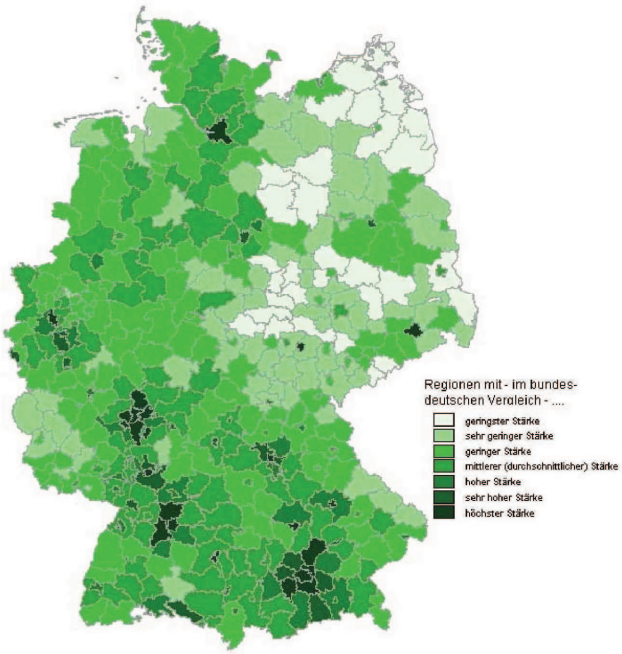
Die Verkehrsinfrastruktur ist perfekt, von Straße, Schiene über Wasser (letzteres gerne vergessen) bis zur Luftfahrt, mit Frankfurt als Hub, sowohl mit dem riesigen Cargo-Bereich des Frankfurter Flughafens wie auch als Drehkreuz für weltweite Geschäftskontakte. Dazu kommen die Möglichkeiten der diversen Regionalflughäfen Worms, Dreieich, Mannheim, Karlsruhe.

Die Entwicklung des metropolitanen Raumes muss zur lokalen Entwicklung innerhalb der Metropolregionen nicht parallel verlaufen. Den einzelnen Entwicklungen innerhalb der Metropolregionen widmen sich verschiedene Raumbeobachtungen auf regionaler Ebene. Eine der bekanntesten Untersuchungen zur Raumentwicklung auf regionaler Ebene stellt der „Zukunftsatlas“ des Prognos-Instituts[5] dar, der mit Unterstützung des Handelsblattes erstellt und publiziert wird und in mehrjährigem Zyklus eine Aktualisierung er-

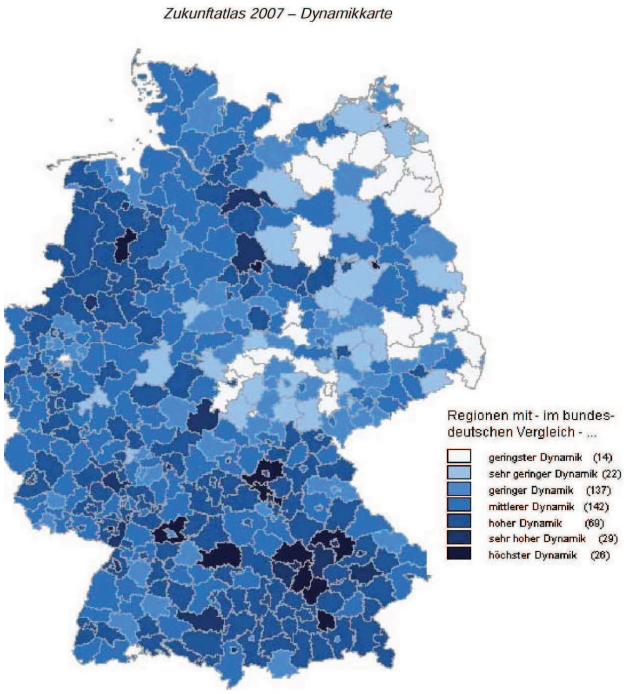
[5] Prognos-Institut 2007, entnommen 6.11.2009 unter http://www.prognos.com/fileadmin/pdf/Atlanten/Zukunftsatlas_07/Prognos_Zukunftsatlas_2007_Auf_einen_Blick.pdf

fährt. Als synoptische Darstellung komplexer Raumstrukturen hat der „Zukunftsatlas von Prognos“ große Prominenz bei „Entscheidern“ aus der Wirtschaft und verdient deshalb hier zur Einschätzung einer Situation des Kreises Bergstraße Erwähnung.

Quelle: Prognos,“ Zukunftsatlas 2007“
Regionales „Stärke-Profil“

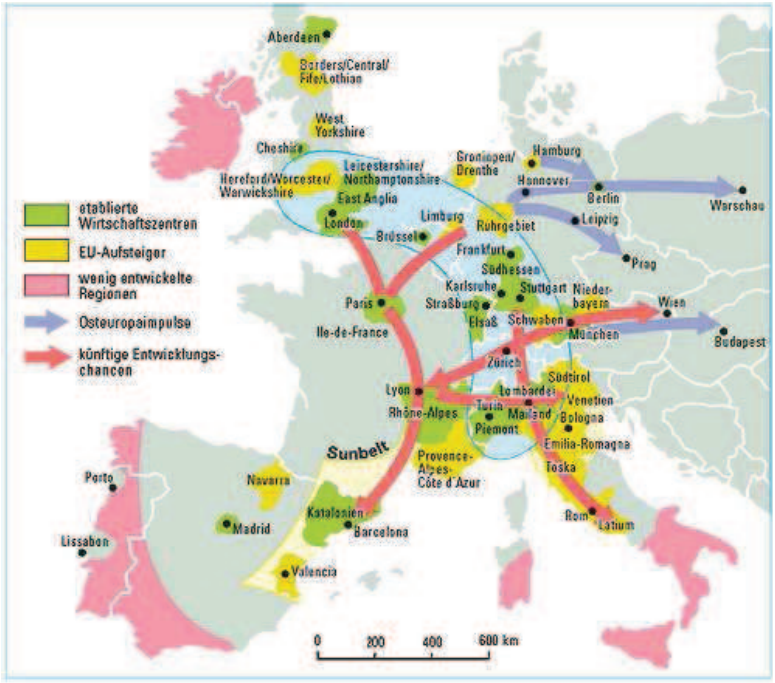


Prognos:
Regionales Dynamik-Profil“



Der Kreis Bergstraße hat gemessen in den Indikatoren der Prognos-Untersuchungen eine relativ hohe Dynamik, jedoch eine geringere Stärke. Dies liegt daran, dass der Kreis zu den spät industrialisierten Regionen am Rande der Oberzentren der Metropolregionen gehört und nicht Standort der die frühere wirtschaftliche Entwicklung anführenden Industrien ist. Zudem ist der Kreis Bergstraße in sich nicht homogen. Der Kette der Bergstraßenstädte steht das wesentlich landwirtschaftlich geprägte hessische Ried gegenüber, das erst in der zweiten Hälfte des vergangenen Jahrhunderts durch seine Lagegunst Anschluss an die industrielle Entwicklung fand und auch gegenwärtig eher durch flächenintensive Wirtschaftsstrukturen gekennzeichnet ist. Außerdem gehört zum Kreis Bergstraße der Vordere Odenwald, der historisch als zwar waldreiches, aber durch landwirtschaftlich mindere Böden gekennzeichnetes Gebiet weitab der Fernverbindungen geschichtlich zu den ärmlicheren Gegenden gehörte, in denen eine Industrialisierung spät einsetzte. Diese Lageungunst bekommt der Vordere Odenwald nun im gegenwärtigen wirtschaftsstrukturellen und demographischen Wandel zu spüren.

Bei aller gebotenen Skepsis solch rechnerisch ermittelter Stärken und Schwächen ergibt sich für den Kreis Bergstraße, dass er in der Summe der bestimmenden Faktoren im oberen Mittelfeld und damit hinter den umgebenden Regionen liegt. Diese Lage im Mittelfeld ist auch im Zeitverlauf des letzten Jahrzehnts stabil und deckt sich mit den ergänzenden Untersuchungen zur Stärke und Dynamik aus dem Branchenbesatz, Innovationsindikatoren und der „Familienfreundlichkeit“ als Indikator für Wohnqualität, Infrastruktur und Vereinbarkeit von Familie und Beruf.



Quelle der Abbildung:

Wirtschaftsräume in Europa (KLETT-PERTHES)

Zugleich ist aber zu erkennen, dass die hessischen und badischen Bergstraßen-Städte in der Dichte von Darmstadt bis Wiesloch ein ausgeprägtes Entwicklungsband darstellen, in dem die frühere Verkehrsverbindung zur stark vernetzten wissenschaftsorientierten „Rhein-Schiene“ geworden ist, die darüber hinaus bis Karlsruhe und Basel reicht, als Teil der „Blauen Banane“[6] europäischer Aktivräume.

2.2.1.2 Die Bindungskraft der Region, nicht einzelner Standorte

Unter den Bedingungen einer nahezu perfekten Verkehrsinfrastruktur und einer hochmobilen Bevölkerung ist es nicht mehr die Bindungskraft einzelner Standorte, sondern die der Region, die die Lebensverhältnisse bestimmt. Wesentliche Faktoren sind für Heppenheim im Kreis Bergstraße die guten Arbeitsmarkt- und Erwerbsbedingungen, Wohn- und Freizeitqualitäten und

[6] Der Begriff der „Euro-Banane“ bzw. “Blauen Banane“ wurde in Ende der 80er Jahre entwickelt zur Darstellung der Entwicklungsdynamik innerhalb des damaligen EU-Raums. Damit sollen in einem beschreibenden Modell die etablierten Kerne der Produktion in der EU und die diesem Standortmuster folgenden Dienstleistungszentren beschrieben, die zu mehr als zwei Dritteln auch die Bevölkerung der (damaligen) EU-Raums beheimatete. Die weitere Entwicklung zeigt ein Wachsen des Einzugsbereichs bis hin nach Dublin im Nordwesten und Barcelona oder gar Valencia im Südwest, ohne das dies der Beschreibungskraft der „Blauen Banane“ Abbruch getan hätte.

die Lage in einem Netz dichter Wissenschafts- und Bildungsinfrastrukturen. Das ausbildungs- und forschungsintensive Umfeld bindet mit diesen Qualitäten hochqualifizierte Arbeitskräfte und stellt eine Ressource für die Wirtschaft dar. Dieses hochqualifizierte Humankapital erschließt sich der Wirtschaft in beiden Metropolregionen. Ein in Individual- wie ÖPNV gutes Verkehrsnetz und die vergleichsweise geringen zeitlichen Mobilitätskosten, die die individuelle Mobilitätsbereitschaft erhöhen, sind Grundvoraussetzungen hierfür.

Bedeutend ist dies in mehrfacher Hinsicht:

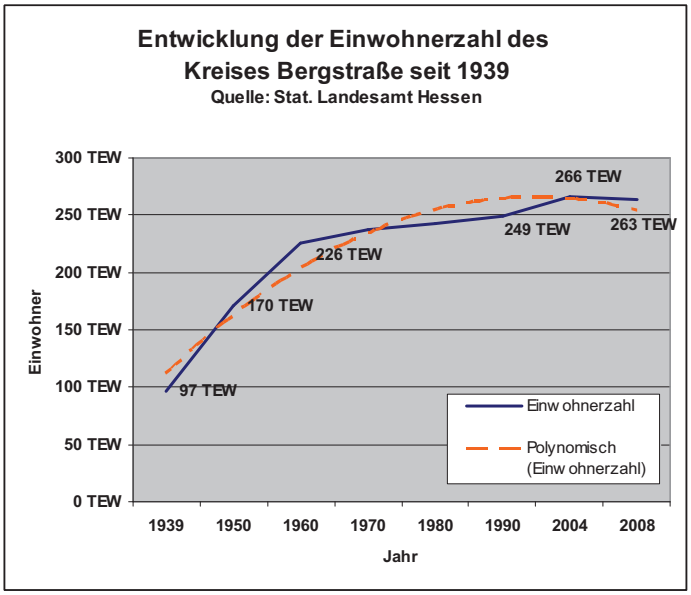
- für die hochqualifizierte Ausbildungssituation und das Arbeitskräftepotenzial,
- durch den „Klebeeffekt“, den solche Regionen bei entsprechender Qualität des Wohnens und der Freizeit für die Hochschulabsolventen ausüben, aus dem wiederum
- Transfer-Potenziale aus der Forschung der Universitäten und Hochschulen in die forschungs- und entwicklungsintensiven Industrien und den Dienstleistungsbereich ergeben und zu Clustern führen.

Nicht zuletzt sind es die sich aus einer hohen Wertschöpfung ableitenden Erwerbs- und Einkommenschancen, die sich in Indikatoren hoher Kaufkraft manifestieren.

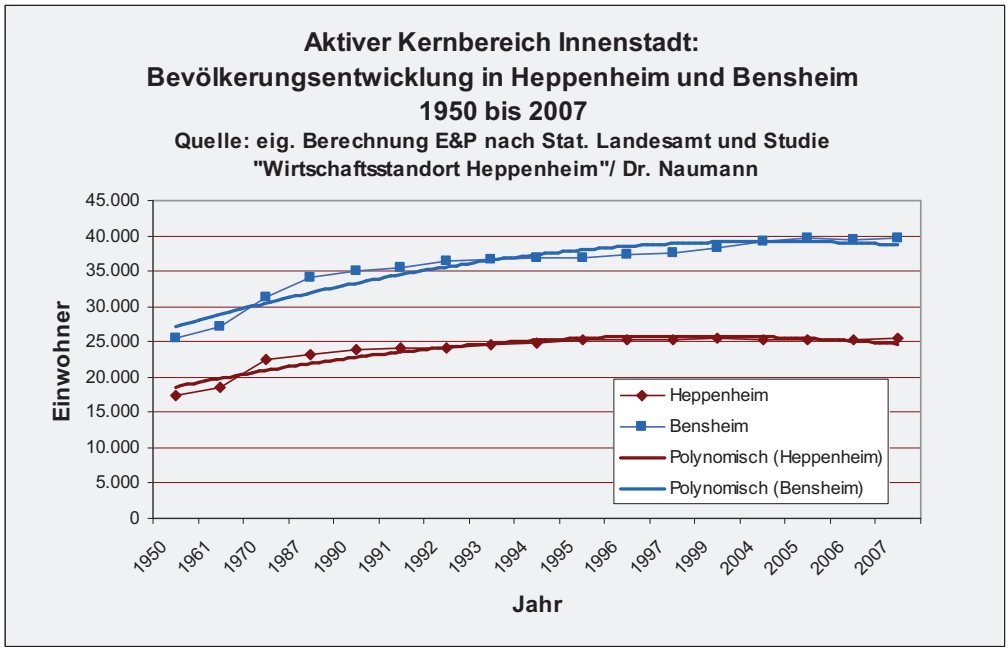
Es handelt sich nach allen Voraussetzungen um einen Verdichtungsraum, in dem die Vernetzung und Mobilität im Alltag längst die Grenzen von Kommunen, Kreisen und auch der definierten Metropolregionen verlassen hat. Zugleich gibt es innerhalb des Verdichtungsraums Binnendifferenzierungen der demographischen und wirtschaftlichen Entwicklung (auf der Meso-Ebene, erkennbar z.B. im Kreis Bergstraße mit den drei unterschiedlichen Entwicklungsräumen) und natürlich auch innerhalb der Städte und Gemeinden (Mikroebene – in den Bergstraßen-Mittelzentren erkennbar in der gleichförmigen Hierarchie der Wohnlagequalitäten von Ost nach West).

2.2.1.3 Bevölkerungsentwicklung

Von 1950 an – also dem Zeitpunkt, an dem die kriegsbedingte Zuwanderung weitgehend abgeschlossen war – hat sich die Einwohnerzahl des Kreises Bergstraße kraft der wirtschaftlichen Dynamik von 170 TEW auf 263 TEW gesteigert. (Der Bevölkerungsrückgang vom Spitzenwert 266TEW auf 263 TEW zum Jahresende 2008 ist auf den demographischen Wandel bei gleichzeitig verlangsamter Zuwanderung zurückzuführen.)



Der Altersaufbau der Bevölkerung im Kreis Bergstraße entspricht aktuell annähernd dem der Bundesrepublik: der Anteil der Personen im Erwerbsalter (15- bis 65 Jahre) liegt im Regierungsbezirk Darmstadt mit 66,8 % geringfügig über dem des Bundes (66,2 %), der der Senioren über 65 mit 19 % gut einen Prozentpunkt unter dem Wert für die Bundesrepublik; der Kreis Bergstraße liegt hier gleichauf mit dem Bund.



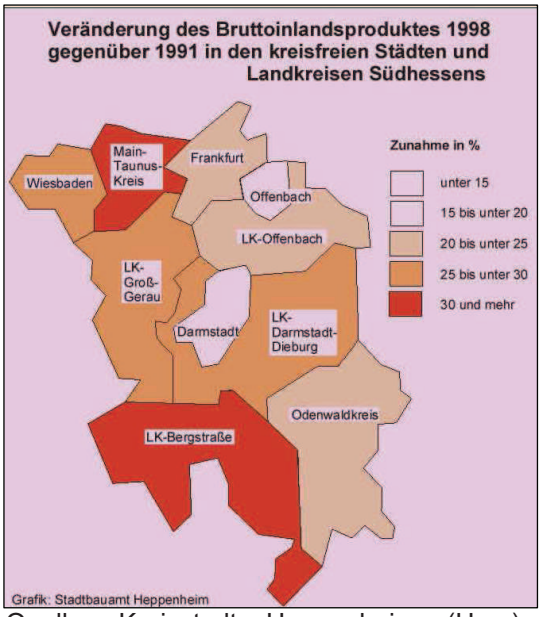
In der Stadtentwicklung der Mittelzentren entlang der Bergstraße manifestierten sich diese großmaßstäblichen, regionalen Lage- und Standortqualitäten in der mittelfristigen Vergangenheit in einem bruchlosen wirtschaftlichen Wandel zu einer industrie- und dienstleistungsbestimmten Wirtschaft,

einer rasant gestiegenen Bevölkerungszahl (nicht zuletzt durch Zuwanderung) und einer hohen Arbeitsplatzdichte bei zugleich hohem Einkommensniveau und vergleichsweise niedriger Arbeitslosigkeit.

An den beiden Städten Heppenheim und Bensheim kann exemplarisch gezeigt werden, dass das Bevölkerungswachstum seit 1950 ein stetiges war, allerdings auch, dass eine Verlangsamung der Zuwanderung schon früher einsetzte als im Kreis Bergstraße insgesamt.

2.2.1.4 Wirtschafts- und Beschäftigungsentwicklung

Südhessen ist mit rd. zwei Dritteln der Wirtschaftsleistung der Wachstumsmotor Hessens. Bereits 2002 wurde in der Studie zum Wirtschaftsstandort Heppenheim[7] gezeigt, dass innerhalb der Metropolregion Rhein-Main-Frankfurt das Wachstum - ausgehend vom Wachstumspol Frankfurt - stark „in die Fläche geht“, und zwar entlang der Rheinschiene.



Quelle: Kreisstadt Heppenheim (Hrsg), 2002, Wirtschaftsstandort Heppenheim

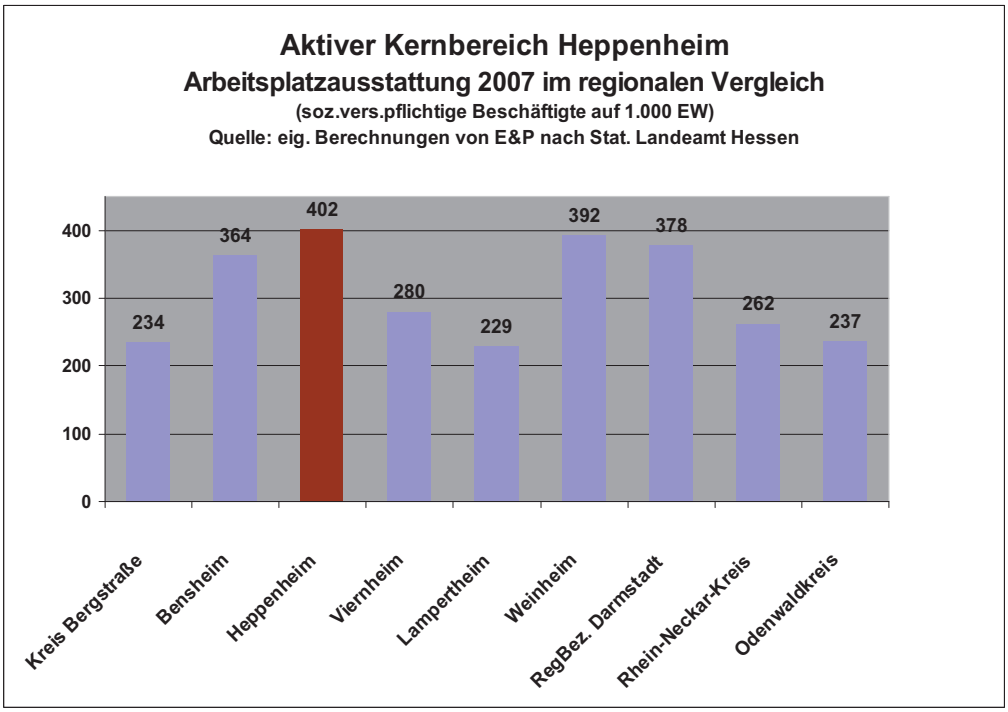
Die Wertschöpfung im Kreis Bergstraße – nur für diesen liegen jüngere Daten vor – liegt bei abflachender Tendenz bei rd. 24 T€ je Einwohner, ein relativ hoher Wert, auch wenn im Regierungsbezirk Darmstadt der Wert bei rd. 39 T€ im Jahr 2006 lag. Dabei sind für den Kreis Bergstraße drei Teilräume zu unterscheiden: das Band der Bergstrassen-Städte zwischen Darmstadt und Heppenheim, das sich bis Heidelberg zieht, das Bergsträßer Ried und schließlich der vordere Odenwald mit dem Neckartal.

Die stärkste Entwicklungsdynamik haben dabei – mit unterschiedlichem Profil – die in der oberrheinischen Tiefebene gelegenen Teilregionen. Bei in Nord-Süd- wie Ost-West-Südrichtung gleichermaßen hervorragender Lage am Fern- (und Wasser-) Straßen-System, ist die Lage zentral in der „Euro-Banane“ von Südengland über die Niederlande, die NRW-Agglomeration über Rhein-Main-Neckar bis nach Oberitalien.

[7] Kreisstadt Heppenheim (Hrsg), Fachbereich Stadtplanung und Bauen, erstellt von Dr. Naumann: „Wirtschaftsstandort Heppenheim, Zahlen – Fakten – Impulse“, Heppenheim 2002

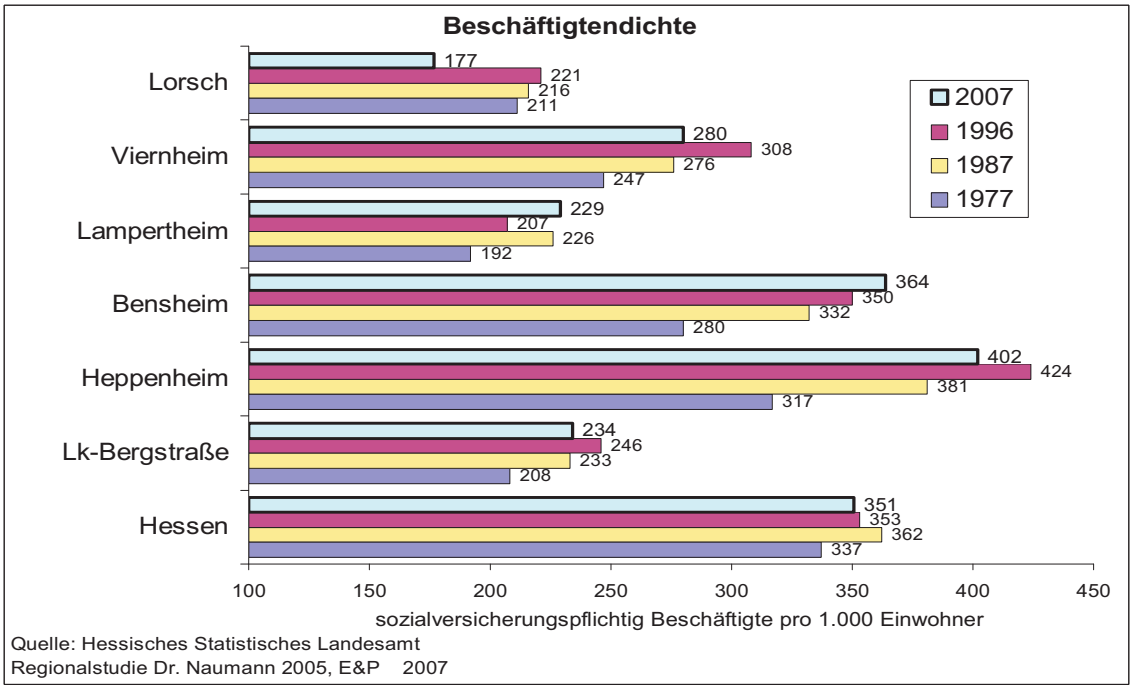
Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts 1991, 1998 und 2006 im Kreis Bergstraße			
	Kreis Bergstraße	Reg.Bez. Darmstadt	Hessen
Bruttoinlandsprodukt 1991	3.624 Mio €		139.253 Mio €
Bruttoinlandsprodukt 1998	4.834 Mio €		172.611 Mio €
Bruttoinlandsprodukt 2005	6.306 Mio €	141.765 Mio €	202.577 Mio €
Bruttoinlandsprodukt 2006	6.296 Mio €	145.626 Mio €	208.175 Mio €
Bruttoinlansprodukt/Einwohner 2006	23,81 T€/EW	38,52 T€/EW	34,27 T€/EW
Entwicklung BIP 1998 zu 1991	33%		24%
Entwicklung BIP 2006 zu 1998	30%		21%
Entwicklung BIP 2006 zu 1991	74%		49%
Entwicklung BIP 2006 zu 2005	-0,2%	2,7%	2,8%
Quelle: eigene Berechnunen E&P nach Hess. Stat. Landesamt und Kreisstadt Heppenheim, Dr. Naumann, 2002			

Insgesamt hat der Kreis Bergstraße in den 15 Jahren des beobachteten Zeitraums von 1991 bis 2006 eine erheblich höhere Wertschöpfungszuwächse gezeigt als das Land Hessen insgesamt.



Die Arbeitsplatzausstattung von Heppenheim (hier gemessen in der Relation von sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zur Einwohnerzahl) ist im Vergleich zu den Mittelzentren im Nahbereich und dem Kreis Bergstrasse äußerst hoch. Hinsichtlich der Arbeitsplatzausstattung muss Heppenheim auch den Vergleich mit dem durch die Oberzentren Frankfurt, Wiesbaden, Darmstadt und Offenbach geprägten Regierungsbezirk ebenso wenig scheuen wie dem zum benachbarten Mittelzentrum Weinheim.

Ein historischer Überblick zeigt, dass zwar in allen Vergleichsstädten der Region die Arbeitsplatzausstattung und damit die Beschäftigungsdichte in den letzten 30 Jahren zurückgegangen ist (dies ist zum einen Ausdruck allgemeiner gesellschaftlicher Tendenzen: verlängerte Ausbildungszeiten, höhere Arbeitslosigkeit und der veränderte demographische Aufbau, der den Anteil der Personen im Erwerbsalter sinken lassen). Zugleich zeigt sich aber, dass die Unterschiede zwischen den Kommunen und im Vergleich zum Kreis Bergstraße und dem Land Hessen im Zeitverlauf ähnliche geblieben sind und Heppenheim nach wie vor einen Spitzenwert in der Beschäftigtendichte, also eine hohe Arbeitsmarktzentralität, aufweist.



Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt
Regionalstudie Dr. Naumann 2005, E&P 2007

Der hohen Arbeitsplatzausstattung in Heppenheim entsprechen eine hohe Erwerbsbeteiligung und eine relativ niedrige Arbeitslosigkeit. Die Erwerbsbeteiligung als Verhältnis der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zur Wohnbevölkerung variiert zwar zwischen den Vergleichsgemeinden, Heppenheim selbst liegt hier aber in dieser beschäftigungsintensiven Region in den oberen Rängen. Dies zeigt sich vor allem dann, wenn die Erwerbsbeteiligung um den demographischen Faktor bereinigt wird und nur auf die Bevölkerung im Erwerbsalter, also die Altersgruppen der 15- bis 65-Jährigen bezogen wird. Hierbei weist Heppenheim einen Spitzenwert der Erwerbsbeteiligung auf.

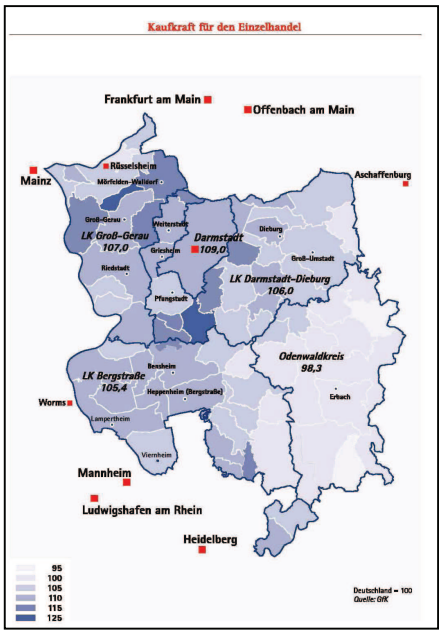
Erwerbsbeteiligung und Arbeitslosigkeit in Heppenheim und im Nahbereich 2007								
Beschäftigungsindikator	**Kreis Bergstraße**	**Bensheim**	**Heppenheim**	**Viernheim**	**Lampertheim**	**Weinheim**	**Reg.Bez. Darmstadt**	**Rhein-Neckar-Kreis**
Erwerbsbeteiligung in % der Wohnbevölkerung	33,3%	31,6%	33,0%	34,1%	34,5%	31,0%	33,8%	34,1%
Erwerbsbeteiligung in % der Wohnbevölkerung im Erwerbsalter	49,8%	47,1%	50,2%	50,3%	51,6%	48,5%	49,9%	50,8%
Arbeitslosenquote 2007 (in % der soz.pfl. Beschäftigten und Arbeitslosen am Wohnort)	9,9%	10,1%	10,6%	13,2%	10,1%	7,5%	10,1%	6,7%
Quelle: Stat. Landesamt Hessen und Bundesagentur, eig. Berechnungen E&P								

Bei der Arbeitslosenquote liegen unterhalb der Ebene der Kreise und der kreisfreien Städte keine aktualisierten Daten vor[8]. Der behelfsweise gebildete Indikator, der die registrierten Arbeitlosen auf die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und Arbeitlosen bezieht, weicht damit in den Werten notwendigerweise nach oben von der amtlichen Definition ab, eignet sich aber für den interkommunalen Vergleich. Im Vergleich zeigt sich, dass der gesamte Kreis Bergstraße wie auch der Regierungsbezirk Darmstadt eine höhere Arbeitslosigkeit aufweisen als die Nachbargemeinden und Kreise in Baden-Württemberg. Mit Ausnahme von Viernheim sind die hessischen Mittelzentren der Bergstraße in der Ausprägung de Arbeitslosigkeit etwa auf dem Niveau des gesamten Regierungsbezirks.

[8] Dies liegt daran, dass die amtliche Arbeitslosenquote sich definiert als Verhältnis der Arbeitslosen zu den abhängig Beschäftigten einschließlich geringfügig Beschäftigter, Selbständiger und Beamter. Diese beiden Gruppen sind auf der Ebene kreisangehöriger Gemeinden nicht nachgewiesen. Daten des Mikrozensus können bei kleineren Gemeinden hier nicht herangezogen werden.

2.2.1.5 Kaufkraft im Kreis als Wohlstandskennziffer

Obwohl die östlichen, an die Verkehrsschlagadern nicht angebundenen Teilräume des Kreises Bergstraße den statistischen Ausdruck dieser prosperierenden Entwicklung nach unten drücken, ist der Kreis Bergstraße wie die im Norden und Süden angrenzenden Kreise und Großstädte überdurchschnittlich stark und dynamisch. Dies schlägt sich nieder in einer überdurchschnittlichen Kaufkraft. Mit Index-Werten von 111 für Heppenheim bis 118 in Darmstadt liegt die Kaufkraft sehr deutlich über dem Bundesdurchschnitt. Dies hat sich gegenüber den Werten, die für 1999 vorliegen, unwesentlich, aber positiv entwickelt[9]. Zu bemerken ist allerdings, dass Bensheim hier deutlichere Zuwächse verzeichnen kann als Heppenheim.



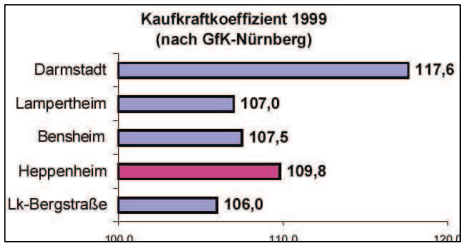
Quelle: IHK Darmstadt 2009

Für die lokale Ökonomie der Mittelzentren ist die sog. einzelhandelsrelevante Kaufkraft, also der Teil der Kaufkraft, der in den alltäglichen Konsum fließt, aber aussagekräftiger.

Für den Kreis Bergstraße bezeichnet der Index-Wert von 105,4 für die einzelhandelsrelevante Kaufkraft[10], dass im Vergleich zum Bundesdurchschnitt im Kreis Bergstraße 5,4 % mehr Geld für den alltäglichen Konsum zur Verfügung steht als im Bundesdurchschnitt. Die Unterschiede zwischen den Mittelzentren der Region sind dabei unausgeprägt und reichen an das des Oberzentrums Darmstadt heran.

Die Indikatoren „Kaufkraft“ und „einzelhandelsrelevante Kaufkraft“ definieren die sozio-ökonomisch starke Region. Unverkennbar ist dabei jedoch, dass es innerhalb der Region ausgeprägte Unterschiede gibt und ein Wohlstandsgefälle sowohl nach Osten in den vorderen Odenwald hinein wie in Richtung auf das hessische Ried.

[9] Gemäß der Untersuchung zum Wirtschaftsstandort durch die Kreisstadt Heppenheim (2002) lag 1999 der Kaufkraftkoeffizient in Bensheim noch hinter dem in Heppenheim.



[10] IHK Darmstadt, IHK-Bezirk in Zahlen 2008 | 2009, auf der Basis der GfK, Darmstadt 2009

GfK Einzelhandelszentralität 2005								
Stadt/Gemeinde	Bevölkerung 01.01.2004		Haushalte	Kaufkraft für den Einzelhandel 2005				Einzelhandels-zentralität 2005
	absolut	in Promille	01.01.2004	Mio. Euro	Euro je Einw.	in Pro-mille	je Einw.	
Bensheim	39.205	0,475	18.006	216,9	5.532	0,509	107,1	105,2
Bürstadt	15.325	0,186	7.115	82,6	5.388	0,194	104,3	67,9
Fürth	11.171	0,135	4.554	57,7	5.162	0,135	99,9	84,4
Heppenheim, Kreisstadt	**25.457**	**0,308**	**11.393**	**139,4**	**5.476**	**0,327**	**106,0**	**117,3**
Lorsch	12.643	0,153	5.496	68,5	5.421	0,161	105,0	64,6
Viernheim	32.615	0,395	14.611	171,5	5.258	0,402	101,8	217,8
Lampertheim	31.833	0,386	14.858	174,4	5.480	0,409	106,1	80,5

Quelle: Kreisstadt Heppenheim (Hrsg), Der Wirtschaftsstandort Heppenheim, Heppenheim 2006

Die aktuellen Daten zeigen auch, dass sich speziell für Heppenheim und Bensheim noch ein Prosperitätszuwachs ergibt im Vergleich zum bundesdeutschen Durchschnitt, der sich auch im kurzfristigen Vergleich von drei Jahren noch statistisch niederschlägt.

Bezogen auf die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist dieser Prosperitätszuwachs stark ausgeprägt, auch wenn sich in den Kennziffern wiederum deutliche Unterschiede der Mittelzentren im Nahbereich darstellen. Das hessische Ried hat also nicht nur eine geringere Kaufkraft, sondern auch der Zuwachs bleibt hinter dem der Mittelzentren an der Bergstraße zurück.

Zuwachs einzelhandelsrelevanter Kaufkraft 2005 - 2008 **je Einwohner in ausgewählten Mittelzentren der Bergstraße**			
Bensheim	**Heppenheim**	**Viernheim**	**Lampertheim**
11,3%	9,3%	5,0%	8,0%
Quelle: GfK zitiert nach IHK DA, eig. Berechnung E&P			

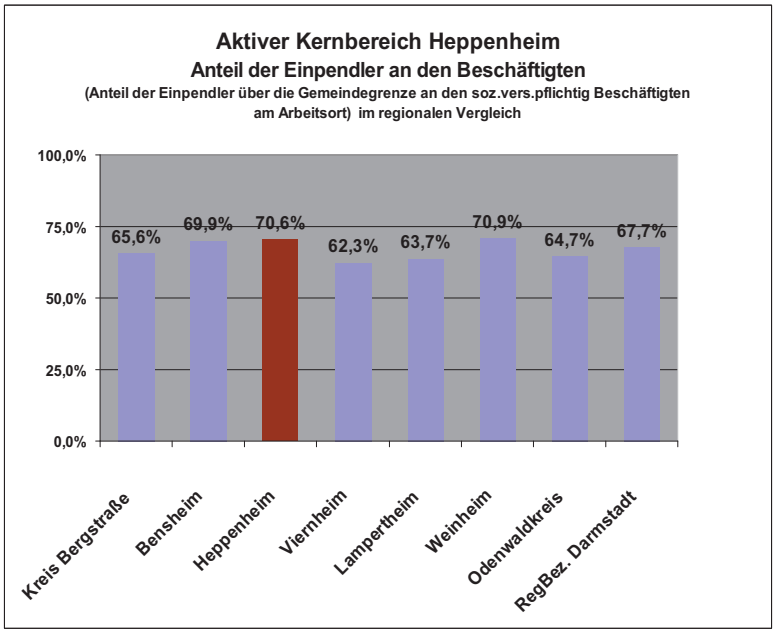
2.2.1.6 Die Mobilität einer Region

Die Lage im Raum ist für den Kreis Bergstraße und insbesondere die Kreisstadt ungemein günstig. Die Oberzentren Darmstadt, Heidelberg und Mannheim/Ludwigshafen sind innerhalb eines Radius von 30 km erreichbar, und innerhalb von 50 km sind nicht nur die Finanz- und Dienstleistungszentren Frankfurt und Wiesbaden zu erreichen, sondern auch das Flugverkehrsdrehkreuz Rhein-Main

Bei den gegebenen sehr guten Fernverbindungen auf Straße und Schiene ist dies nicht nur ein positiver Standortfaktor für die Wirtschaft, sondern auch für die Beschäftigten. Dementsprechend hoch ist die Berufsmobilität. Für die gesamte Region gilt, dass die Einheit von Wohnstandort und Arbeits- und Ausbildungsort aufgelöst und das Pendeln zur Arbeitsstätte über die Gemeindegrenze hinweg geradezu der „Normalfall“ ist, um einer Beschäftigung nachzugehen. Das Erreichen der Oberzentren ist zuweilen weniger zeitaufwändig als die Wegezeiten innerhalb der Großstädte.

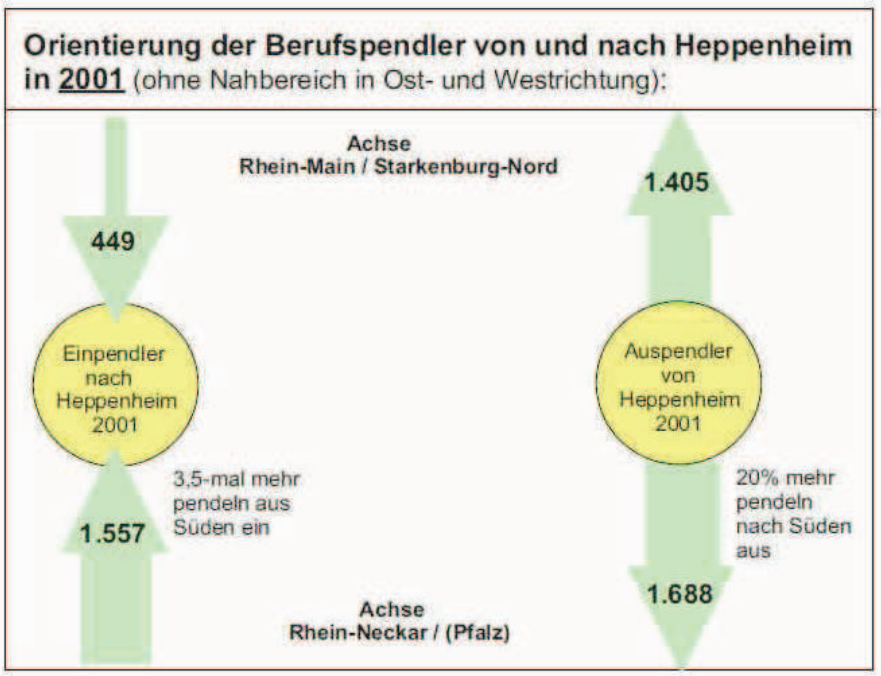
Quelle: Der Magistrat der Kreisstadt Heppenheim (Hrsg.) 2002 „Wirtschaftsstandort Heppenheim“

Die Berufsmobilität innerhalb dieser Teilregion der beiden Metropolregionen ist sehr hoch. Zwei Drittel der Beschäftigten in ganzen Regierungsbezirk Darmstadt pendeln über die Gemeindegrenzen hinweg zur Arbeit, und dies auch in den Großstädten. Es ist also keineswegs nur eine Mobilität der Bewohner von den ländlichen Räumen in die städtischen Zentren, sondern in



ganz hohem Umfang auch eine solche zwischen den Zentren. Man könnte sagen: für die Beschäftigten haben die Grenzen der Gebietskörperschaften längst keine Bedeutung mehr in der Ausübung des Berufs.

In der regionalen Verflechtung ist die Ausrichtung von Heppenheim mit dem Wirtschaftsraum Rhein-Neckar und den Oberzentren Mannheim und Heidelberg stärker ausgeprägt ist als die nach Norden. Dies zeigt sich insbesondere für den Wirtschaftsstandort, in den aus dem Süden erheblich mehr Beschäftigte einpendelten als aus dem Norden. Für die auspendelnde Arbeitsbevölkerung Heppenheims ist eine solche Südorientierung zwar auch erkennbar, jedoch in weit geringerem Umfang[11]. Diese Südorientierung ist im Übrigen stabil und sich verstärkend, wie der Vergleich mit Daten aus 1987 in der „Regionalstudie“ zeigt[12].



Quelle: Kreisstadt Heppenheim, FB Stadtplanung und Bauen (Hrsg.), Dr. Jochen Naumann: Regionalstudie 2005

Von einer ähnlich hohen Mobilität ist bezüglich der Ausbildung auszugehen. Dies beginnt in der Sekundarstufe I der allgemeinbildenden Schulen, setzt sich fort über die beruflich Ausbildung in den Lehrberufen und erst recht im Hochschulbereich. Keine der vier Universitäten (Darmstadt, Frankfurt, Mannheim, Heidelberg) ist eine „Regionaluniversität“ mit einer vom Studienangebot und –profil auf regionale Bildungschancen ausgerichtete Institution, sondern überregional, ja international profilierte und anerkannte Universitäten. Die weiteren 12 Hochschulen und Berufsakademien der weiteren Region stellen sich in ähnlicher Weise als ein Netzwerk gegenseitig ergänzender Ausbildungsprofile dar.

[11] Kreisstadt Heppenheim, Bauamt Dr. Naumann: Regionalstudie Die Kreisstadt Heppenheim im Kontext zu ihren Umlandgemeinden und den Ballungsräumen Rhein-Main und Rhein-Neckar, Heppenheim 2005, S. 9, zitiert als Regionalstudie

[12] Kreisstadt Heppenheim, Regionalstudie, S. 9

2.2.2 Jüngere Entwicklungen in den Mittelzentren an der Bergstraße

2.2.2.1 Unternehmensentwicklung - „Lokale Ökonomie“

Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) ist im Regierungsbezirk Darmstadt von 2005 auf 2006 um 1,7 % gestiegen[13], jedoch vor allem durch ein Wirtschaftswachstum im Agglomerationskern Frankfurt, Wiesbaden, Darmstadt. Im Kreis Bergstraße sank dagegen das BIP als allgemeine Wachstumskennziffer um 0,2 %. Gemessen am Durchschnitt des Landeswertes ging das BIP je Kopf der Bevölkerung zwischen 2005 und 2006 sogar von 71,2 auf 68,8 (bei einem Index-Wert von 100) zurück, während der Indexwert für den Regierungsbezirk deutlich schwächer zurückging (112,9 auf 112,2). (Die Konzentration des Wachstums in dieser Phase wirtschaftlichen Aufschwungs auf die großstädtischen Zentren zeigt sich auch am Wert für das Gebiet des Planungsverbands Frankfurt, bei dem der Indexwert von 134,4 auf 129,9 fiel.)

Unterhalb der Ebene der Kreise stellen sich für eine Analyse der örtlichen wirtschaftlichen Entwicklung in diesem Rahmen erhebliche methodische Schwierigkeiten. Das Fehlen einer Volks- und Arbeitsstättenzählung seit 1987 und die auf der Ebene kleinerer Städte schwer zugänglichen Daten der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung ermöglichen nur ein ausschnittsweises Bild. Neben den Indikatoren zur Beschäftigungsentwicklung ist es vor allem die Umsatzentwicklung, die zu Analyse herangezogen werden kann. Da die Umsatzsteuer jedoch immer am Unternehmenssitz erfasst wird, die Umsätze von Filialen als am Sitz der Unternehmenszentrale ausgewiesen werden, beschreibt der Indikator im Wesentlichen die Entwicklung der lokalen Ökonomie.

In der jüngsten Vergangenheit haben alle Mittelzentren an der hessischen Bergstraße, gemessen an der Zahl der bestehenden Betriebe, eine positive Wirtschaftsentwicklung genommen. Die Anzahl der umsatzsteuerpflichtigen Betriebe stieg im Zeitraum von 2004 bis 2006 zum Teil beträchtlich, und Heppenheim und Bensheim[14] übertreffen mit jeweils über 7%igem Zuwachs auch den Wert des Regierungsbezirks Darmstadt. Der Vergleich innerhalb des Kreises Bergstraße zeigt zudem, dass diese beiden Städte besondere Standortqualitäten und die Funktion eines Wachstumspols haben.

[13] Quelle für alle folgenden referierten Werte ist das Statistische Landesamt Hessen, ausgewählte Regionaldaten, entnommen 7.2009 bis 11.2009 unter http://www.statistik-hessen.de/Gem_Daten/Gemeinde_Dat1.jsp?OP=Regionaldaten&Auswahl=Bevoelkerung_Gebiet sowie eigene Berechnungen von E&P

[14] Der extreme Wert für den Umsatzzuwachs in Bensheim in der Entwicklung von 2004 auf 2006 spiegelt dabei die Ansiedlung neuer, sehr umsatzträchtiger Unternehmen wider.

Entwicklung umsatzsteuerpflichtiger Unternehmen und deren Lieferungen und Leistungen 2004 - 2006 - gesamt und davon Einzelhandel - in Kreis und Region Bergstraße							
Indikator	**Kreis Bergstraße**	**Bensheim**	**Heppenheim**	**Viernheim**	**Lampertheim**	**übriger Kreis Bergstraße**	**Reg.Bezirk Darmstadt**
USt-Pfl. Unternehmen insgesamt 2004 - 2006	5,3%	7,7%	7,3%	2,8%	2,0%	5,4%	6,0%
USt-Pfl. Lieferungen und Leistungen 2004 - 2006 in Mio €	29,7%	139,2%	-2,4%	20,8%	1,4%	-4,6%	9,8%
USt-Pfl. Lieferungen und Leistungen je UstPfl. Unternehmen 2004 - 2006	23,2%	122,2%	-9,0%	17,5%	-0,6%	-9,5%	3,6%
USt-Pfl. Einzelhandels-unternehmen 2004 - 2006	*-2,5%*	*15,0%*	*3,4%*	*-11,3%*	*-13,5%*	*-4,4%*	*-1,1%*
USt-Pfl. Lieferungen und Leistungen im EH 2004 - 2006 in Mio	*4,4%*	*0,0%*	*8,2%*	*2,4%*	*-14,5%*	*9,6%*	*1,3%*
USt-Pfl. Lieferungen und Leistungen je EH-Unternehmen	*7,0%*	*-13,0%*	*4,6%*	*15,5%*	*-1,2%*	*14,7%*	*2,5%*
Quelle: Stat. Landesamt Hessen, eig. Berechnungen durch E&P							

Diese positive Rolle als Wirtschaftsstandort gilt jedoch nicht gleichermaßen für die umsatzsteuerpflichtigen Lieferungen und Leistungen. Heppenheim hat hier in der Phase 2004 bis 2006 Einbußen hinnehmen müssen, und auch die durchschnittliche Wirtschaftsleistung der Unternehmen ist in Heppenheim zurückgegangen.

Die Entwicklung des lokalen Einzelhandels (mit dem Sitz der Unternehmenszentrale vor Ort) zeigt ein insgesamt recht verhaltenes Wachstum im Kreis Bergstraße zwischen 2004 und 2006 und große Diskrepanzen zwischen den untersuchten Mittelzentren. Der Zuwachs von 4,4 % binnen 2004 und 2006 für den Kreis Bergstraße ist preisbereinigt de facto ein Stillstand. Die zwischen den Mittelzentren weit gespreizten Zuwachsraten von minus 14,5 % in Lampertheim bis zu Heppenheim mit plus 8,2 % zeigen ganz unterschiedliche Entwicklungen der lokalen Ökonomie, was den Einzelhandel angeht.

Beim Einzelhandel der in den Vergleich einbezogenen Kommunen lässt sich für die Phase 2004 bis 2006 zudem die paradoxe Entwicklung nachzeichnen, dass dort, wo die Zahl der örtlichen umsatzsteuerpflichtigen Einzelhandelsunternehmen steigt, die Umsätze dennoch stagnieren und z.T. die durchschnittlichen Ladenumsätze fallen (Beispiel Bensheim). Umgekehrt kann am Beispiel Viernheim gezeigt werden, dass dort, wo die Zahl der Einzelhändler drastisch zurückgeht, ein vor Ort zu versteuerndes Umsatzplus zu verzeichnen ist. (Es ist also eine Zentralisierung des Umsatzes auf eine geringere Zahl von Betrieben.)

Es handelt sich beim lokalen Einzelhandel also um eine Form eines Verdrängungswettbewerbes, bei einem in der Region kontingenten Kaufkraftpotenzial, das „umverteilt“ wird.

2.2.2.2 Neuere Tendenzen der Beschäftigungsentwicklung

Die Beschäftigungsentwicklung zwischen 2005 und 2007 war in der Region Südhessen anders als im angrenzenden Bereich von Baden-Württemberg verhalten positiv. In dieser Phase (noch vor der durch die Finanzkrise ausgelösten Rezession!) gab es in Südhessen einen leichten Zuwachs an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten.

Sozialvers.pflichtig Beschäftigte am Arbeitsort - Entwicklung 2005 - 2007

	Kreis Bergstraße	Bensheim	Heppenheim	Viernheim	Lampertheim	Weinheim	Reg.Bezirk Darmstadt	Rhein-Neckar-Kreis
Soz.vers.pflichtig Beschäftigte Insgesamt	0,7%	2,5%	1,4%	3,7%	-5,5%	-0,4%	0,5%	4,0%
davon weiblich	-0,7%	-0,6%	-0,4%	1,4%	-5,5%	0,7%	1,4%	-
svplfichtigBeschäftigte im prod. Gewerbe	-3,9%	-2,1%	-6,8%	-3,5%	-11,9%	-	-6,9%	-2,4%
svplfichtige Dienstleistungsbeschäftigte	4,0%	4,6%	5,0%	5,3%	0,7%	-	2,8%	8,0%

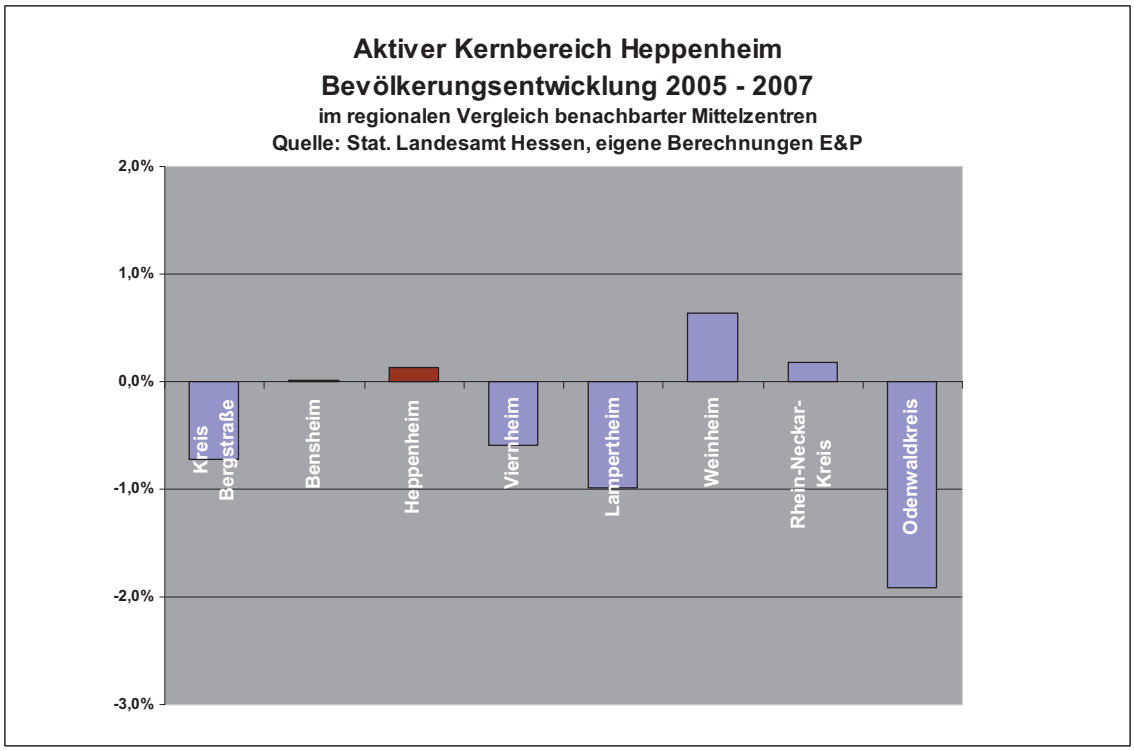
Quelle: Stat. Landesamt Hessen und stat. Landesamt B-W, eig. Berechnungen E&P

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Heppenheim, Bensheim und Viernheim als Nahbereich stieg zwischen 2005 und 2007 überdurchschnittlich gegenüber dem Kreis und dem Regierungsbezirk. Dieses Wachstum resultiert im Wesentlichen aus der Entwicklung des Dienstleistungsbereichs (+ 5 % in Heppenheim zwischen 2005 und 2007) und hierbei insbesondere dem Bereich der statistisch zu „Finanzdienstleistungen, Vermietung und unternehmensnahe Dienstleistungen“ zusammengefassten Branchen (+ 12,6 % in Heppenheim). Nur hierdurch und durch eine positive Entwicklung in Handel, Gastronomie und Verkehr konnte in der Beschäftigungsbilanz der Verlust an Arbeitsplätzen im produzierende Gewerbe (- 6,8 %) ausgeglichen werden.

Die Tertiärisierung der Wirtschaft bei gleichzeitigem Abbau der Arbeitsplätze im produzierenden Gewerbe schreitet also weiter fort. Und nicht nur das: die insgesamt positive Beschäftigungsbilanz resultiert zudem aus dem Anstieg von Teilzeit-Beschäftigungsverhältnissen; dabei macht Heppenheim keine Ausnahme. Das Arbeitsvolumen, gerechnet in Vollarbeitsplätzen, ist also nicht weiter gestiegen, und daraus kann auch geschlossen werden, dass das Kaufkraftvolumen aus dem Kreis abhängig Beschäftigter sich in dieser Zeit nicht wesentlich geändert hat.

2.2.2.3 Bevölkerungsentwicklung und demographischer Wandel

Die Bevölkerungszahl in der Region ist relativ stabil, und Heppenheim konnte zwischen 2005 und 2007 einen weiteren leichten Bevölkerungszuwachs verbuchen.



Allerdings beginnt sich der „demographische Faktor“ im altersstrukturellen Aufbau niederzuschlagen. So beruht diese Stabilität der Bevölkerungszahl im Wesentlichen auf einem positiven Wanderungssaldo, denn die natürliche Bevölkerungsbewegung (Saldo der Geborenen und Verstorbenen) ist in allen Vergleichsgemeinden negativ, in Heppenheim mit jahresdurchschnittlich minus 0,3 % der Bevölkerung, sogar recht ausgeprägt.

Indikator	Kreis Bergstraße	Bensheim	Heppenheim	Viernheim	Lampert-heim	Weinheim	Reg.Bezirk Darmstadt	Rhein-Neckar-Kreis
Bevölkerung zum 31.12.2007	264.380	39.580	25.422	32.542	31.458	43.692	3.780.232	534.989
Bevölkerungsentwicklung 31.12.2005 zum 31.12.2007 in %	-0,7%	0,0%	0,1%	-0,6%	-1,0%	0,6%	0,1%	0,2%
jahresdurchschn. natürliche Bevölkerungs-entwicklung 2005 - 2007 in % der Einwohner	-0,2%	-0,1%	-0,3%	-0,1%	-0,3%	-0,2%	0,0%	-0,1%
jahresdurchschn. Wanderungssaldo 2005-2007 in % der Einwohner	0,0%	0,3%	0,1%	0,5%	-0,1%	0,5%	0,0%	0,2%
jahresdurchschn.Bevölkerungsfluktuation 2005 - 2007 (Fortzüge/1000 Einwohner)	54	59	53	46	47	49	51	-
Berufsmobilität 2007 (Auspendler in % der sv-pflichtig Beschäftigten am Wohnort)	75,8%	65,3%	64,3%	69,0%	75,9%	63,2%	64,1%	-

Quelle: Stat. Landesamt, eigene Berechnungen E&P

Zudem ist die Bevölkerungsentwicklung in der Region nicht gleichförmig: bereits im nahen Umfeld ist die Bevölkerungsentwicklung zum Teil schwach rückläufig, und in den ländlich geprägten Kommunen des Vorderen Odenwalds sind auch Bevölkerungsverluste nicht nur durch den demographischen Wandel, sondern auch durch Abwanderung festzustellen. Dies findet seinen Niederschlag bereits auf der Ebene des Kreises Bergstraße.

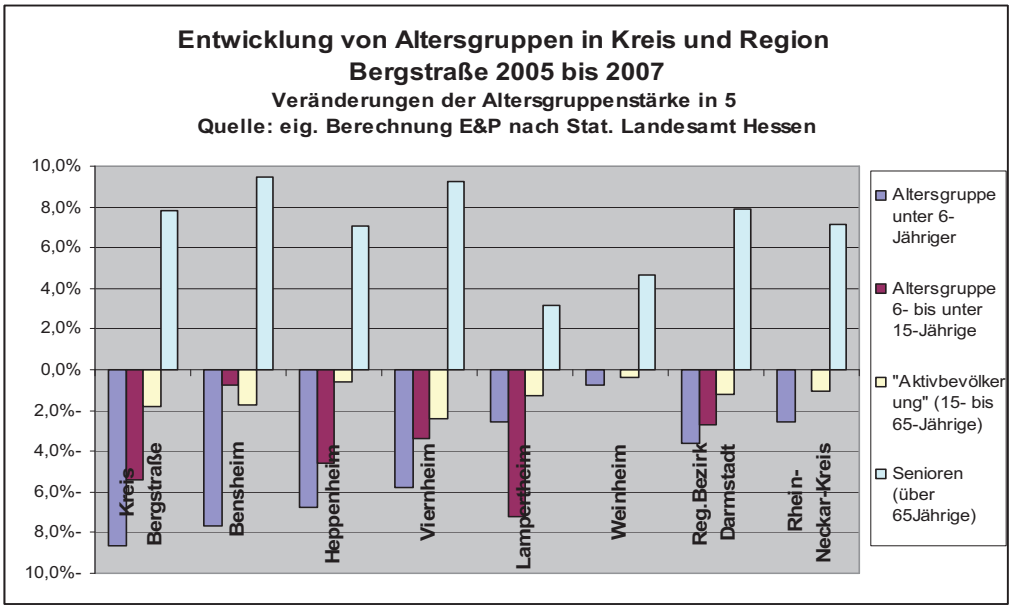
Ein anderer Ausdruck des demographischen Wandels ist die Veränderung der Altersstruktur der Bevölkerung. Der Anteil der Alterskohorte der unter 6-jährigen nimmt in allen Vergleichsstädten und im Kreis und im Regierungsbezirk von 2005 bis 2007 stark ab, umgekehrt der Anteil der Senioren stark zu. In den Mittelzentren an der hessischen Bergstraße ist diese Entwicklung noch ausgeprägter als im Regierungsbezirk und auch dem benachbarten Weinheim und dem Rhein-Neckar-Kreis. Es ist dies ein Indiz dafür, dass die „demographische Bugwelle“ nun auch die generell als familienfreundlich geltenden Städte an der Bergstraße durchläuft[15], und es spricht einiges dafür, dass sich diese zumindest im Bereich der nächsten 5 bis 10 Jahre so fortsetzt. Ein Ausgleich durch die Geburten von Nichtdeutschen darf dabei nicht erwartet werden, da auch die Geburtenziffern bei den Zuwanderern sinken.

Mehr noch als die Tabelle zeigt die geradezu dramatische Veränderung des Altersaufbaus der Bevölkerung das nachfolgende Diagramm. In allen Mittelzentren wächst die Bevölkerungsgruppe der über 65-Jährigen prozentual stark an, und trotz leichter Wanderungsgewinne nimmt der Anteil der „Aktivbevölkerung“ im Erwerbsalter deutlich ab, und dies in der sehr kurzen Zeitspanne von zwei Jahren.

Entwicklung der Bevölkerung nach Altersgruppen in Kreis und Region Bergstraße 2005 bis 2007

Indikator	Kreis Bergstraße	Bensheim	Heppenheim	Viernheim	Lampertheim	Weinheim	Reg.Bezirk Darmstadt	Rhein-Neckar-Kreis
Altersgruppe unter 6-Jähriger	-8,6%	-7,7%	-6,8%	-5,8%	-2,5%	-0,8%	-3,6%	-2,6%
Altersgruppe 6- bis unter 15-Jährige	-5,4%	-0,7%	-4,6%	-3,4%	-7,2%		-2,7%	
"Aktivbevölkerung" (15- bis 65-Jährige)	-1,8%	-1,7%	-0,6%	-2,4%	-1,3%	-0,4%	-1,2%	-1,0%
Senioren (über 65Jährige)	7,8%	9,5%	7,1%	9,3%	3,2%	4,6%	7,9%	7,2%

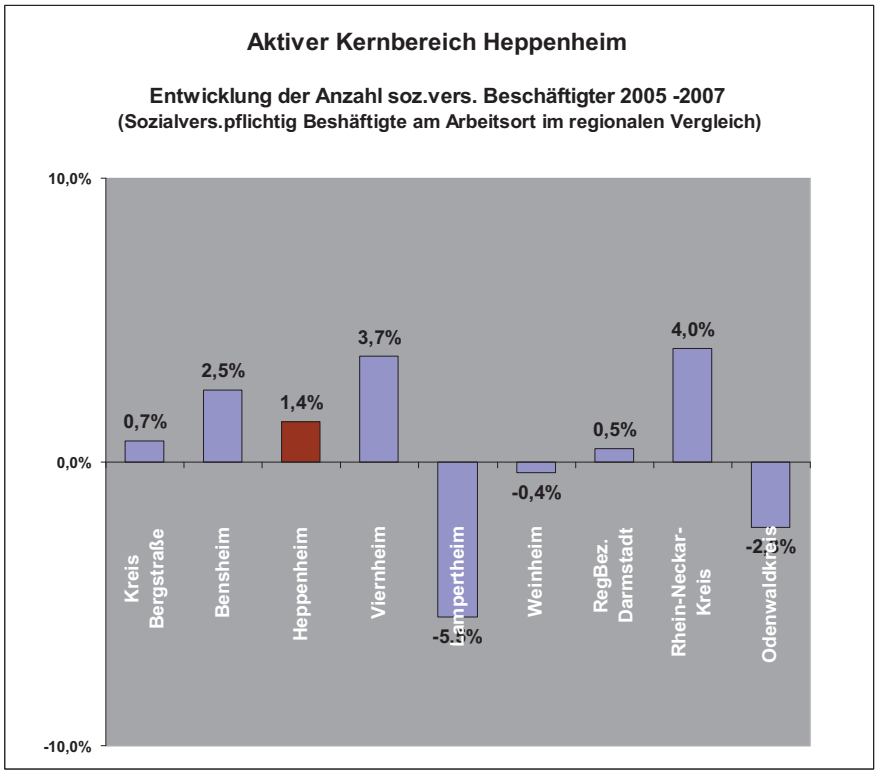
Quelle: eig. Berechnungen E&P nach Statist. Landesamt Hessen



[15] In den aktuellen Daten zu den Geborenen spiegeln sich generativ versetzt die geburtenschwachen Jahrgänge der 70er und 80er Jahre als der derzeitigen Elterngeneration wieder.

2.2.2.4 Erwerbsbeteiligung

Die Erwerbsbeteiligung (gemessen als Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten an der Wohnbevölkerung) ist in allen untersuchten Gemeinden ähnlich hoch und liegt bei etwa einem Drittel der Bevölkerung, das einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung nachgeht. Bezieht man diese jedoch auf die „Aktivbevölkerung", also die „Personen im Erwerbsalter" von 15 bis 65 Jahren, zeigt sich, dass in Bensheim und Weinheim die Erwerbsbeteiligung im Regionalvergleich unterdurchschnittlich ist, offensichtlich aufgrund von einer geringeren Erwerbsbeteiligung von Frauen.



Bezogen auf die Wohnbevölkerung insgesamt ist die Erwerbsbeteiligung zwischen 2005 und 2007 in fast allen untersuchten Gemeinden und der Bergstraße gemessen in den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten numerisch leicht gestiegen. Heppenheim hat dabei ein gegenüber dem Kreis überdurchschnittlichen Zuwachs, jedoch geringer als der von Viernheim, Bensheim und dem Kreis Rhein-Neckar. Einen regelrechten Einbruch der Beschäftigung hat Lampertheim hinzunehmen. Zugleich ist in fast allen zum Vergleich herangezogenen Kommunen die Zahl der von Frauen eingenommenen Arbeitsplätze leicht gesunken.

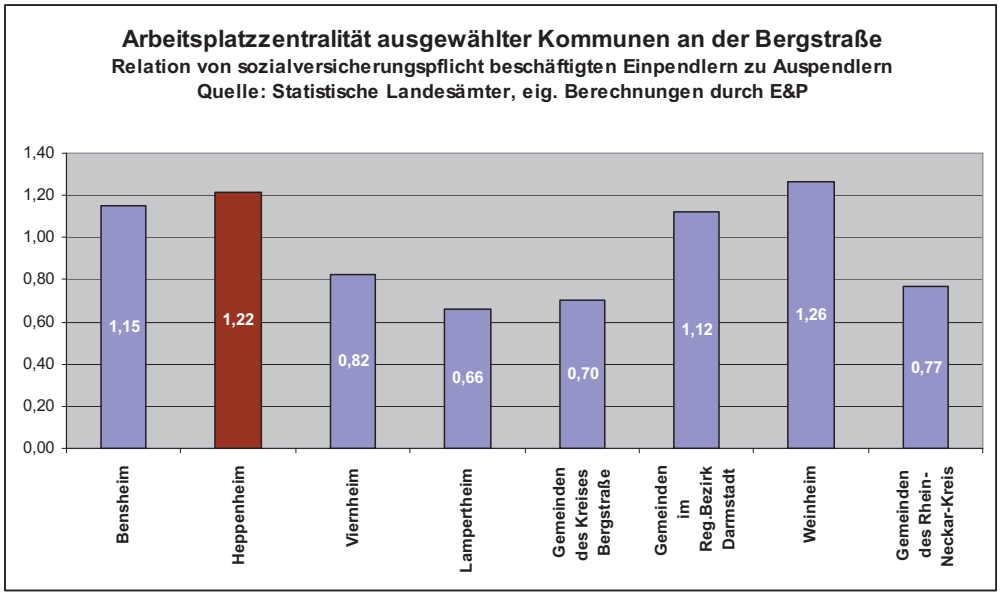
Die gestiegene Zahl sozialversicherungspflichtiger Beschäftigungsverhältnisse rührt ganz wesentlich aus der wachsenden Zahl von Teilzeitbeschäftigungsverhältnissen. Diese sind durchweg und fast gleichförmig zwischen 2005 und 2007 um rund 10 % angestiegen. Dieser starke Anstieg innerhalb eines sehr kurzen Zeitraums zeigt, dass das Beschäftigungssystem in einem Umbruch begriffen ist. Das insgesamt geleistete Arbeitsvolumen steigt nicht weiter an.

2.2.2.5 Arbeitsplatzzentralität

Indikator für die Bedeutung der Kommunen als Arbeitsort und Wirtschaftsstandort ist die Arbeitsplatzzentralität. Als „Kunstgriff“ mangels einer aktuellen Volks- und Arbeitsstättenzählung[16] werden hier für das Beschäftigungssystem die sozialversicherungspflichtig beschäftigten Einpendler an den Arbeitsort dem Teil der Wohnbevölkerung gegenübergestellt, der einer sozialversicherungspflichtigen Arbeit außerhalb der Wohngemeinde nachgeht.

Die Arbeitsplatzzentralität hat Aussagekraft nicht allein für die Frage, wie stark die örtliche Wirtschaft bezogen auf die Beschäftigungssituation vor Ort ist. Die Arbeitsplatzzentralität sagt vielmehr etwas aus über die zentralörtliche Bedeutung der Stadt insgesamt oder ob es sich um eine „Schlafgemeinde“ handelt. Die Stadt Frankfurt z.B. hat eine Arbeitsplatzzentralität von 2,13, die Stadt Darmstadt von 1,81 (in 2007) – es sind dies beides Oberzentren, die durch das Einpendeln stark geprägt sind und ebenso deren zentralörtliche Bedeutung. Ein positiver Saldo bei den Berufspendlern signalisiert darüber hinaus ein Potenzial für Handel, Freizeit und Kultur, da dieser „Konsum“ (im weitesten Sinne der Bedeutung) sich zumeist an den beruflichen Mobilitätsmustern orientiert und ankoppelt.

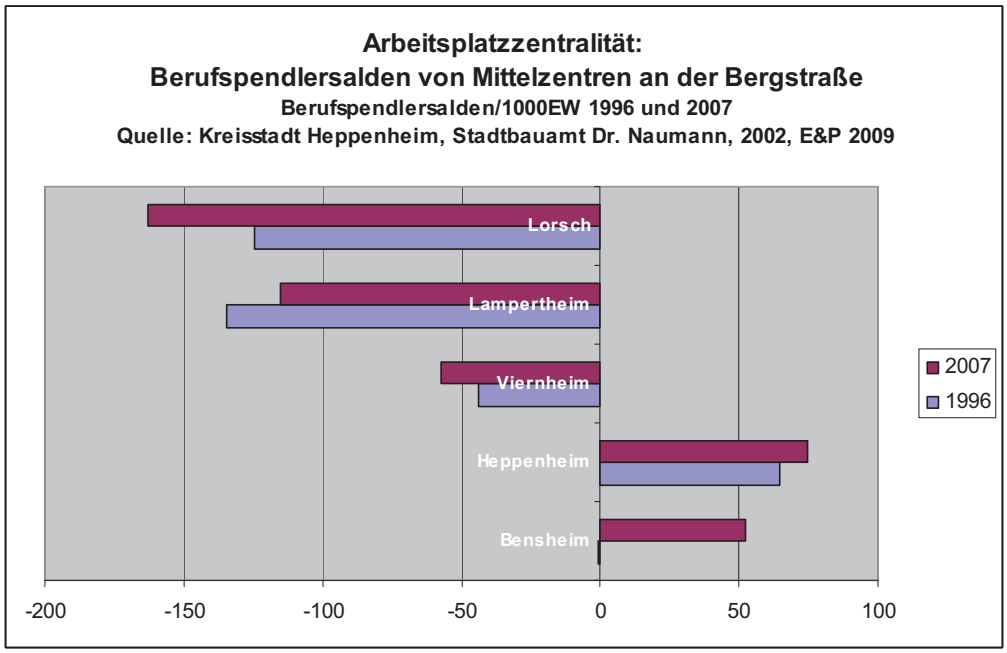
Was die Arbeitsplatzzentralität, gemessen an den sozialversicherungspflichtigen Berufspendlern, angeht, liegt eine Untersuchung[17] aus 2002 vor, deren Fortführung in das Jahr 2007 interessante Aufschlüsse über die Entwicklung der Mittelzentren an der Bergstraße eröffnet. Herangezogen wird als Indikator dabei als Maß der Arbeitsplatzzentralität der Berufspendlersaldo von Einpendler an den Arbeitsort und Berufsauspendlern vom Wohnort.



[16] Bei diesem Kunstgriff wird unterstellt, dass die über die laufende sozialversicherungspflichtige Registrierung nicht erfassten Beschäftigungs- und Erwerbsverhältnisse (insbes. Beamte, Selbständige, Freiberufler, mithelfende Familienangehörige, geringfügig Beschäftigte) den statistischen Ausdruck nicht verfälschen.

[17] Kreisstadt Heppenheim, FB Stadtplanung und Bauen,(Hrsg), erstellt von Dr. Naumann, Wirtschaftsstandort Heppenheim, Zahlen – Fakten – Impulse“, Heppenheim 2002, S. 5

War 1996 Heppenheim noch das einzige Mittelzentrum mit einem Einpendlerüberschuss, hat sich dies im Lauf eines Jahrzehnts insoweit relativiert, als Bensheim in der Tendenz dabei ist, an Heppenheim aufzuschließen. Viernheim, Lampertheim und Lorsch bleiben weiterhin „Auspendlergemeinden“ – man könnte auch sagen: „Schlafstädte“.



Der Befund, dass hinsichtlich der Beschäftigung nur Lampertheim für seine Wohnbevölkerung geringfügig „Zentralität“ zurück gewonnen hat, in Lorsch und Viernheim sich dieser Zentralitätswert sogar noch verschlechterte, widerspricht einer These, dass sich die räumlichen Strukturen nivellierten: zumindest für die Mittelzentren an der Bergstraße gilt dies für das Jahrzehnt ab Mitte der 90er Jahre als Wirtschaftsstandorte nicht. Man könnte eher von einer Hierarchisierung der Arbeitsplatzzentralität sprechen, mit den unmittelbar benachbarten Mittelzentren Heppenheim und Bensheim an der Spitze, die auf der Ebene der Mittelzentren der Region zusammen mit dem benachbarten Weinheim den Arbeitsmarkt bestimmen.

Diese hohe Arbeitsmarktzentralität von Heppenheim hat für die Stellung in der Hierarchie der Mittelstädte an der Bergstraße eine sehr hohe Bedeutung über den Arbeitsmarkt hinaus, eben weil mit der Arbeitsmarktzentralität weitere, die Urbanität einer Stadt bestimmende Zentralitätsmerkmale (z.B. Freizeit, Kultur) korrelieren. Es ist also nicht die in Einwohnern gemessene Gemeindegröße allein, die Merkmal eines Mittelzentrums ist, sondern auch die Bedeutung für den regionalen Arbeitsmarkt.

2.2.2.6 Der Strukturwandel zur Dienstleistungsgesellschaft

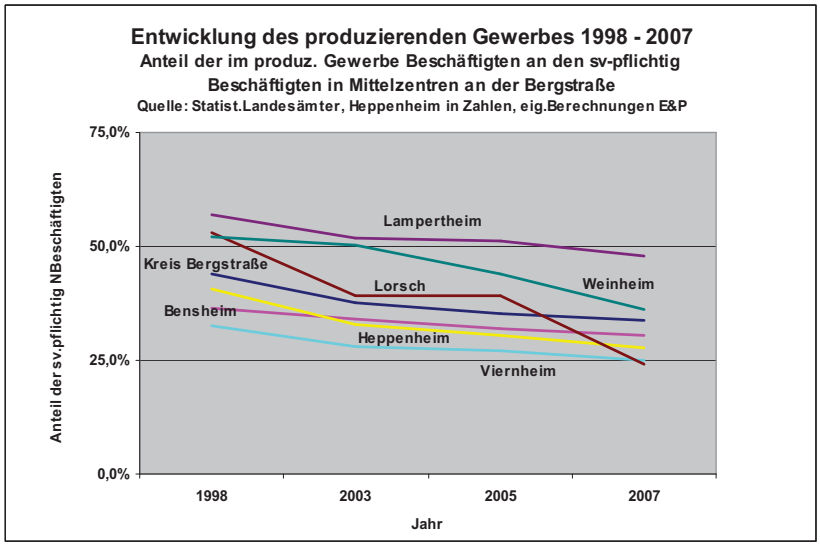
Mit den Begriffen Agrargesellschaft – Industriegesellschaft – Dienstleistungsgesellschaft[18] wird gern vereinfachend die Abfolge von Gesellschaftsformationen beschrieben. Zugleich verweisen die Begriffe auf den in der jeweiligen Epoche die Wertschöpfung bestimmenden Wirtschaftssektor. Der sektorale Strukturwandel von der Industriegesellschaft hin zur Dienstleistungsgesellschaft (oder gar der „Wissensgesellschaft" als nächster Formation) vollzieht sich weiterhin. Der Anteil der im Dienstleistungsbereich Beschäftigter wird deshalb oft auch als Gradmesser einer „modernen" Produktionsweise herangezogen.

An der Bergstraße als einer spät industrialisierten Region ist der Anteil der im produzierenden Gewerbe Beschäftigten mit 33,7 % in 2007 immer noch vergleichsweise hoch, wenn man als Vergleich die Bundesrepublik heranzieht (25,8 %) oder den Regierungsbezirk Darmstadt (22,8 %).

Sektorale Arbeitsplatzstrukturen und deren Entwicklung in der Region Bergstraße 2007
gemessen in der Zahl sv-Pflichtig Beschäftigter und ihres Anteils nach Wirtschaftssektoren

	Kreis Bergstraße	Bensheim	Heppenheim	Viernheim	Lampertheim	Reg.Bezirk Darmstadt	Rhein-Neckar-Kreis
Insgesamt 2007	61.902	14.409	10.211	9.126	7.201	1.429.690	140.315
davon prod. Gewerbe 2007	20.863	4.380	2.844	2.288	3.442	325.941	50.558
prod. Gewerbe in % von insgesamt	*33,7%*	*30,4%*	*27,9%*	*25,1%*	*47,8%*	*22,8%*	*36,0%*
Dienstleistungsektor gesa	40.467	9.963	7.319	6.717	3.654	1.094.978	88.621
Dienstleist.Sektor in % von insgesamt	*65,4%*	*69,1%*	*71,7%*	*73,6%*	*50,7%*	*76,6%*	*63,2%*

Quelle: Stat. Landesamt Hessen und Stat. Landesamt B-W, eig. Berechnungen E&P

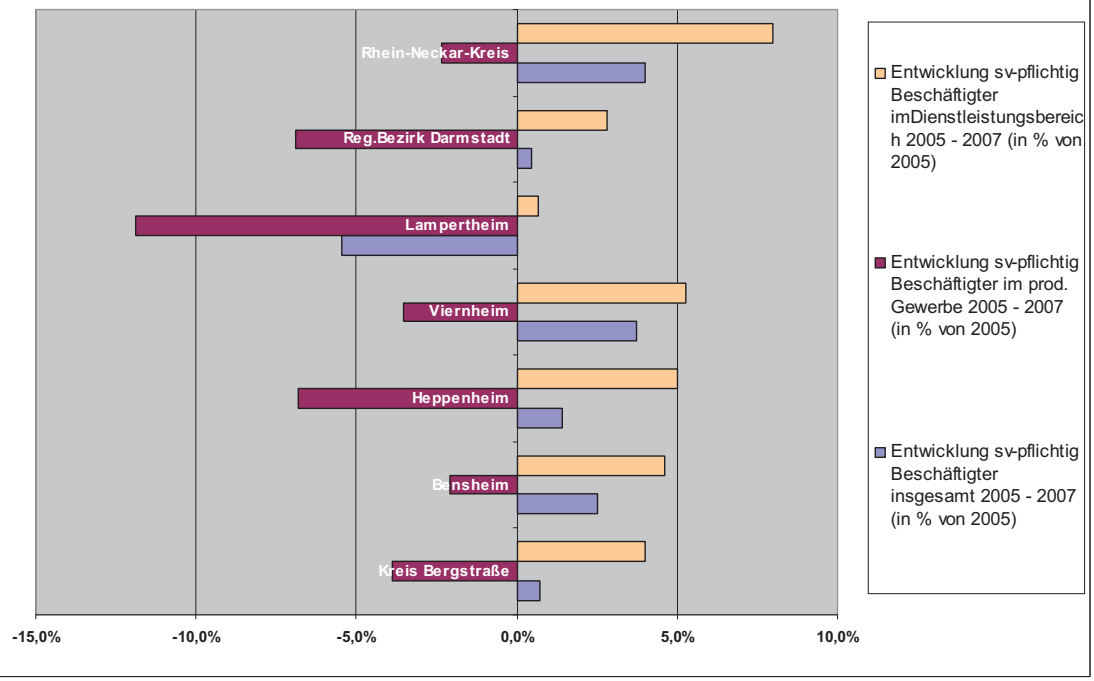


[18] Der nachfolgende Abschnitt beschäftigt sich nurmehr mit produzierendem Gewerbe und dem Dienstleistungsbereich. Hinsichtlich der im Mittelpunkt stehenden Frage zur Beschäftigungssituation spielt der primäre (agrarische) Sektor keine bedeutsame Rolle: In Heppenheim waren 2007 gerade mal 52 Beschäftigte auf, was einem Anteil von 0,5 % entspricht. Zum Vergleich der Landkreis Bergstraße: 1,5 %, Hessen insgesamt 1,3 %.

In der Phase des allgemeinen konjunkturellen Aufschwungs 2005 bis 2007 verringerte sich dennoch in allen Mittelzentren an. Die späte Industrialisierung an der Bergstraße und im hessischen Ried erweist sich nun im wirtschaftlichen Strukturwandel eher als Schwäche denn als Stärke, trifft doch hier die traditionell stärker konjunkturellen Schwankungen unterworfene Entwicklung im produzierenden Gewerbe auf die strukturelle Gefährdung im Zuge des Wirtschaftswandels. Diese konjunkturelle Volatilität ist im produzierenden Gewerbe umso höher, je stärker es sich um die Produktion von Investitionsgütern handelt, die anders als Konsumgüter stärkeren Schwankungen der Nachfrage aus zyklischen Wirtschaftsverläufen unterliegen.

Dennoch ist auch an der Bergstraße das Fortschreiten des Tertiarisierungsprozesses statistisch gut ablesbar an der Arbeitsplatzentwicklung von 2005 bis 2007, also noch vor der Zeit des Finanzcrashs (seit 2008). In dieser Phase des konjunkturellen Aufschwungs verringerte sich dennoch in allen Mittelzentren an der Bergstraße der gewerblichen Sektor massiv, und in einem Ort wie in Lampertheim, in dem das produzierende Gewerbe dominiert, kann das Wachstum des Dienstleistungsbereichs die Arbeitsplatzverluste im gewerblichen Sektor nicht wettmachen. Es handelt sich bei diesen Arbeitsplatzverlusten also vor allem um den Ausdruck des strukturellen Wandels (und nicht einen konjunkturellen).

Entwicklung der Zahl sozialversicherungspflichtig Beschäftigter in der Region Bergstraße 2005 - 2007
gesamt und nach Wirtschaftssektoren
Quelle: stat. Landesämter Hessen und BW, eig. Berechnung durch E&P



2.2.2.7 Die innere Struktur des Dienstleistungsbereichs

Es ist fragwürdig, den Dienstleistungsbereich grundsätzlich mit der „Moderne“ von Wertschöpfung gleichzusetzen und ausschließlich am Umfang des Dienstleistungsbereichs die Zukunftsfähigkeit einer Stadt oder Region zu bemessen. Vieles an Wachstum des Dienstleistungssektors ist nichts weiter

als eine Auslagerung von Funktionen aus dem produzierenden Gewerbe. Das Theorem vom Wandel zur Dienstleistungsgesellschaft basiert denn auch auf den „sekundären Dienstleistungen“[19] (insbesondere unternehmensbezogenen und Finanzdienstleistungen), und diesen geht immer eine Produktion voraus oder es folgt ihr eine nach[20], auch wenn diese im Zuge der wirtschaftlichen Globalisierung der Zusammenhang von Produktion und Dienstleistung immer schwerer nachvollziehbar ist.

Der „Trend zur Dienstleistungsgesellschaft“ ist in allen Mittelzentren der Bergstraße im Beschäftigungssystem ablesbar. Am Indikator „Anteil der Dienstleistungsbeschäftigten an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten“ zeigt sich eine Angleichung unter den Mittelzentren an der Bergstraße.

Wirtschaftlicher Wandel zur "Dienstleistungsgesellschaft"
Anteil Dienstleistungsbeschäftigter 1998 und 2007
in den Mittelzentren der Bergstraße und dessen Zuwachs in %-Punkten

	1998	2007	1998 - 2007 Zuwachs in %-Punkten
Hessen	64,4%	72,4%	8,0%
Landkreis Bergstraße	55,2%	65,4%	10,2%
Heppenheim	58,7%	71,7%	13,0%
Bensheim	63,2%	69,1%	5,9%
Lampertheim	42,0%	50,7%	8,7%
Viernheim	66,8%	73,6%	6,8%
Lorsch	46,4%	75,3%	28,9%
Darmstadt	68,1%	74,8%	6,7%

Quelle: für 1998 Kreisstadt Heppenheim, Wirtschaftsstandort HP, Dr. Naumann
Quelle: für 2007 Stat. Landesamt Hessen, eig. Berechnungen E&P

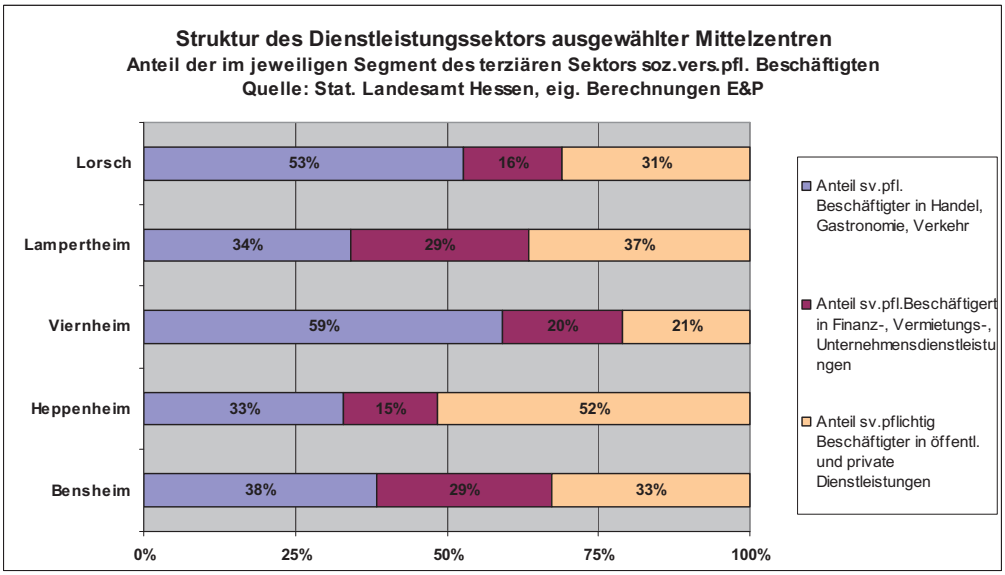
Aus dem Vergleich des Anteils der Dienstleistungsbeschäftigten im Jahr 1998 mit dem des Jahres 2007 zeigt sich in allen Vergleichsgrößen ein erheblicher Zuwachs, und dieser Zuwachs ist umso höher, je niedriger das Ausgangsniveau der Tertiarisierung zum Ende des letzten Jahrtausends war. Der Dienstleistungsbereich stellt nunmehr auch im Kreis Bergstraße und allen seinen untersuchten Mittelzentren die Mehrheit der Arbeitsplätze und dominiert somit die lokale Ökonomie und die örtlichen Beschäftigungsbedingungen.

[19] „Sekundäre Dienstleistung“ im Gegensatz zu primären, personenbezogenen Dienstleistungen

[20] Dienstleistung als Produktionsvor- oder -nachbereitung hat aber zweifellos eine wachsende Bedeutung in der Wertschöpfung, wenn sie auch im statistischen Ausdruck unter der Residualkategorie „Dienstleistung“ eher verschwimmt als in der Funktion deutlich wird. Dies liegt zum einen an der zunehmenden Spezialisierung und Diversifizierung und der Institutionalisierung in reinen Dienstleistungsunternehmen (Stichwort „outsourcing“ als fortschreitender Prozess seit den 50er Jahren) und der Professionalisierung der Dienstleister selbst. Zum andern fasst der statistische Ausdruck „Dienstleistung“ sehr unterschiedliche Bereiche zusammen, z.B. „Handel, Transport und Gaststättengewerbe“.

Trotz eines hohen Ausgangsniveaus[21] hat die Kreisstadt Heppenheim den stärksten Zuwachs in Prozent-Punkten in diesem Vergleich - nach Lorsch, das man aufgrund der Stadtgröße und Arbeitsplatzzentralität relativiert sehen muss -. Diese Bedeutung von Heppenheims Dienstleistungssektor im Gefüge der Wirtschaft der Bergstraße zeigt sich auch, wenn man den Dienstleistungsbereich differenziert nach den Segmenten[22], die in ihm statistisch zusammengefasst sind.

In der Aufschlüsselung der wirtschaftsstrukturell primär bedeutsamen Segmente des Dienstleistungssektors, nämlich denjenigen, in denen sich unternehmensbezogene und Finanzdienstleistungen darstellen und die öffentlichen Dienstleistungen, erweist sich, dass Heppenheim eine Dominanz öffentlicher Dienstleistungen besitzt (37 % der örtlichen Beschäftigungsverhältnisse in 2007), während der Sektor unternehmensbezogener und Finanzdienstleistungen relativ gering ausgeprägt ist (11 % der Beschäftigungsverhältnisse). Bei den unternehmensbezogenen Dienstleistungen dominiert Bensheim in der interkommunalen Arbeitsteilung, so wie Viernheim dies auf dem Feld des Handels tut.[23]

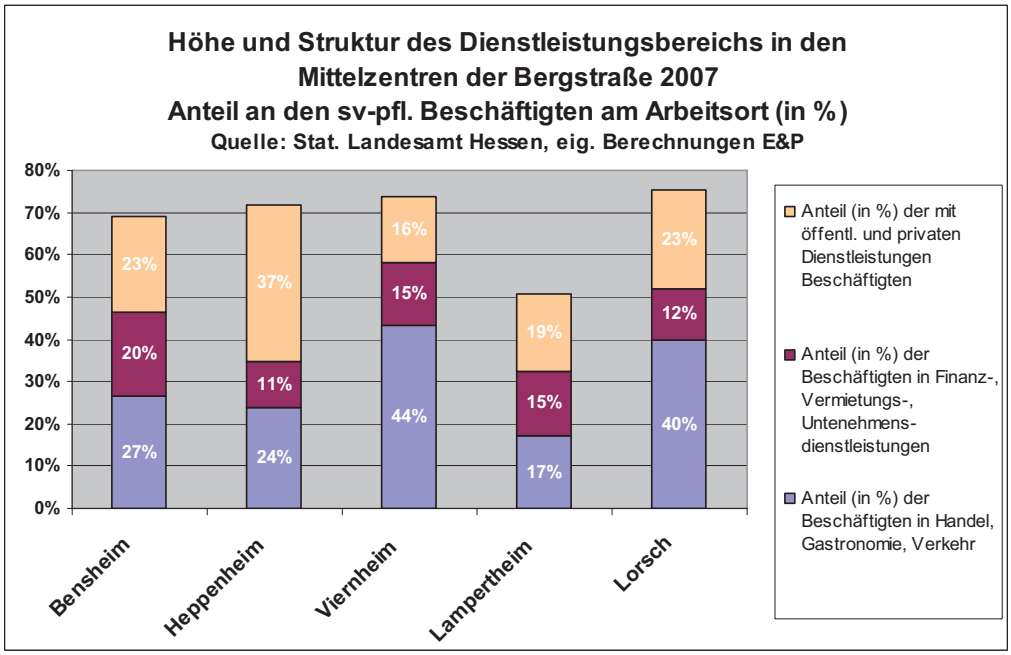


[21] „Hohes Ausgangsniveau“ ist dabei immer vor dem Maßstab eines Mittelzentrums mit 26 TEW zu sehen. Der Teritarisierungsgrad korrelliert stark mit der Gemeindegröße, in unserem Sample mit einem Korrelationskoeffizienen von 0,799.

[22] Es ist unschwer nachvollziehbar, dass im Segment „Handel, Gastronomie, Verkehr“ z.B. ein Sockel an persönlichen Dienstleistungen (Gastronomie) vorhanden ist, der unabhängig von der Dienstleistungsgesellschaft von je her vorhanden ist, der in Abhängigkeit von der Einwohnerzahl steht, nicht von der wirtschaftsstrukturellen Bedeutung der Kommune.

[23] Dies immer gemessen am Indikator der Beschäftigungswirkung

Für Viernheim wiederum kann man bei der gegebenen niedrigen Arbeitsplatzzentralität davon sprechen, dass dort der Handel weitgehend entkoppelt ist vom produzierendem Gewerbe und öffentlichen und Unternehmensdienstleistungen. Das nachfolgende Diagramm zeigt die innere Struktur des Dienstleistungsbereichs und in welchem Umfang sowohl Heppenheim wie Viernheim im Dienstleistungssektor „auf einem Bein“ stehen.



2.2.2.8 Das Qualifikationsprofil der Bevölkerung in der Region

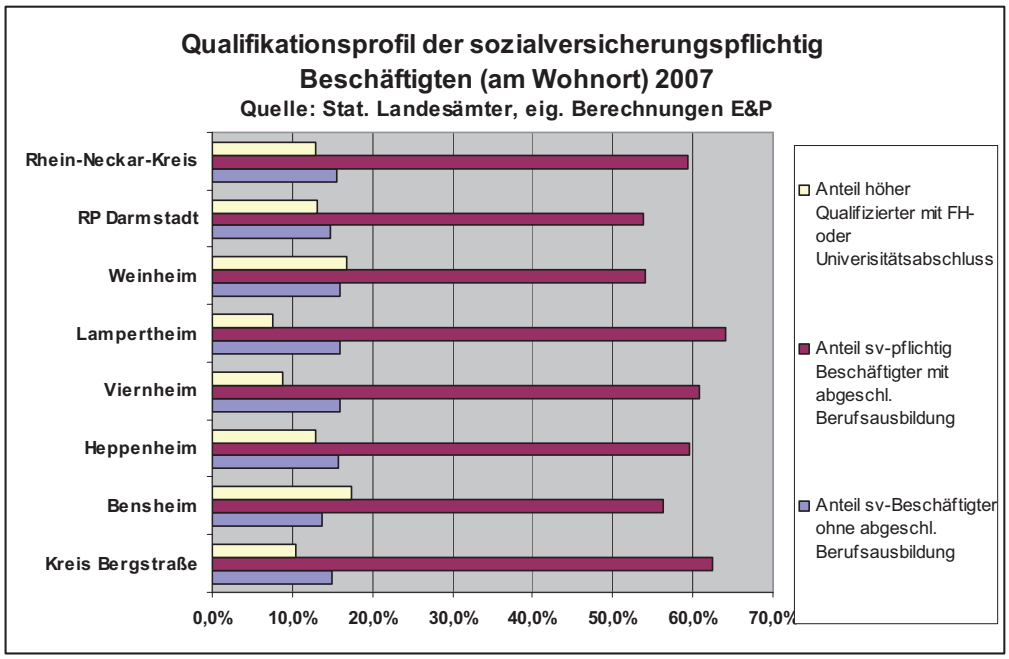
Die entlang der Bergstraße wohnenden Beschäftigten sind (wie auch insgesamt im Regierungsbezirk Darmstadt) in hohem Maße qualifiziert; die Anteile akademisch Qualifizierter reichen an die Werte heran, die sich an wissenschaftlich-technisch profilierten Wirtschaftsstandorten finden. Der Anteil der Hochqualifizierten unter den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten liegt im Regierungsbezirk Darmstadt bei 13,1 % (mit erheblichen örtlichen Abweichungen), der Anteil derer ohne abgeschlossene Berufsausbildung bei 14,8 %. Insgesamt rechnet die IHK 500.000 Beschäftigungsverhältnisse in der Metropolregion Frankfurt-Rhein-Main der wissensbasierten Produktion und Dienstleistung zu, das wären rund 40 % aller Arbeitsplätze[24]. Im Verlauf der jüngeren Geschichte wächst der Anteil derer mit einer abgeschlossenen Hochschulausbildung stetig, und der Anteil derer ohne abgeschlossene Berufsausbildung geht in den letzten Jahren zurück, auch im Kreis Bergstraße und den untersuchten Vergleichsstädten.

Der Indikator „Qualifikationsprofil“ zeigt, dass die Bergstraße als Wohnstandort für Hochqualifizierte eine hohe Präferenz und Bindungskraft hat. Die

[24] Die amtliche Statistik unterteilt hier in drei Segmente: „Hochschul- und berufsakademische Qualifikation“, „abgeschlossene Berufsausbildung“ und „ohne abgeschlossene Berufsausbildung“. Wegen Unschärfen in der Zählung ergeben die in der Statistik wiedergegebenen Werte nicht 100 %, sondern nur etwa 85 %. Dies muss man bei der Gegenüberstellung von einzelnen Werten aus verschiedenen Berichten und Reports berücksichtigen.

Kreisstadt Heppenheim hat mit einem Anteil von 11,7 % sozialversicherungspflichtig Beschäftigter einen Wert, der annähernd dem Durchschnitt des Regierungsbezirks entspricht, der in den letzten Jahrzehnten bundesweit immer zu den Regionen gehörte mit dem höchsten Anteil akademisch Gebildeter. Ein gegenüber den Kreisen deutlich überdurchschnittliches Qualifikationsprofil haben die in Bensheim und Weinheim wohnenden sozialversicherungspflichtig Beschäftigten.

Die stärker durch industrielle Arbeitsplätze geprägten Städte Viernheim und Lampertheim weisen unterdurchschnittliche Werte im Qualifikationsprofil der Bevölkerung auf. Bei diesen ist nicht nur der Anteil derer ohne abgeschlossene Berufsausbildung höher, sondern auch der Anteil der Beschäftigten mit Hochschulausbildung geringer.



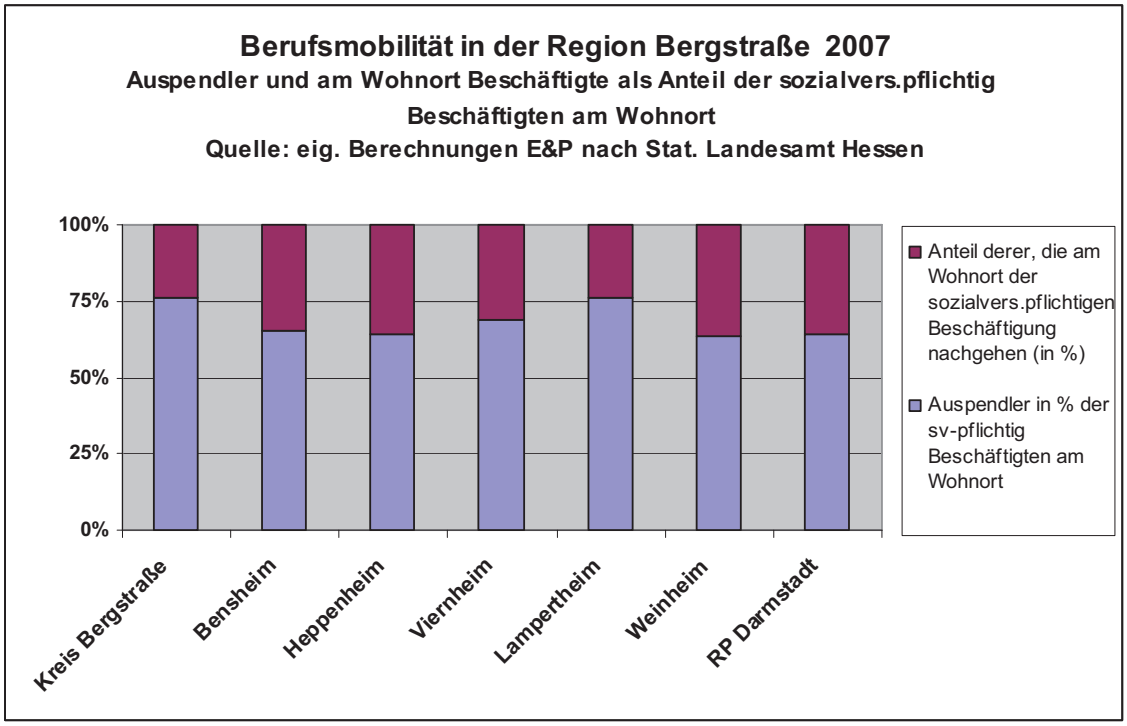
Das Qualifikationsprofil der Wohnbevölkerung spricht dafür, dass die Bindung von höher Qualifizierten an die Städte der Bergstraße stark ist und unter der Voraussetzung einer sehr guten Verkehrsinfrastruktur der Wohn- und Freizeitwert der Städte am „Balkon der Bergstraße“ sehr geschätzt wird. Dies ist aber auch eine Bindung für alle durch technische und kaufmännische Ausbildungsgänge Qualifizierten.

2.2.2.9 Berufliche Mobilität

Dem „Klebeeffekt“ an die Region – nicht nur hinsichtlich Hochqualifizierter, sondern aufgrund der vergleichsweise guten Beschäftigungssituation auch für geringer Qualifizierte – entspricht eine sehr hohe Berufsmobilität in der Region und über die Regionsgrenzen hinaus. Entsprechend hoch ist auch die Mobilität der in den Städten und der Region Wohnenden, soweit sie einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung nachgehen. Von den rd. 1,430 Mio sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Regierungsbezirk Darmstadt pendeln 68 % über die Wohngemeindegrenze zur Arbeitsstätte ein, und auch in der Region und den Vergleichskommunen liegen die Werte etwa auf

diesem Niveau. In Bensheim und Heppenheim übersteigt die Berufsmobilität diesen Wert sogar, wobei Heppenheim 70 % Berufseinpendler aufweist.

Diese Arbeitsplatzzentralität Heppenheims erweist sich auch im Anteil derer, die am Wohnort ihrer Arbeit nachgehen. Dieser ist höher als der in Bensheim (in Einwohnerzahl erheblich größer) und 2007 mit 35,7 % nur einen Prozentpunkt unter dem von Weinheim. (Hier gilt, dass der Anteil am Wohnort Beschäftigter steigt mit der Einwohnerzahl. Heppenheim hat also eine in Verhältnis zur Stadtgröße überdurchschnittliche Arbeitsplatzzentralität.)



Dies liegt an dem Spitzenwert einer Arbeitsplatzausstattung von über 400 Arbeitsplätzen je 1.000 Einwohner und daran, dass Heppenheim jene enorme Arbeitsplatzzentralität hat, die auf dem Niveau des deutlich größeren Weinheim liegt und das des benachbarten Bensheim übertrifft.

Indikator	Kreis Bergstraße	Bensheim	Heppenheim	Viernheim	Lampertheim	Weinheim	RP Darmstadt
Arbeitsplatzausstattungsziffer 2007 (sv-pflichtig Beschäftigte/1000 EW)	234	364	402	280	229	392	378
Anteil der sv.pflichtig beschäftigten Einpendler an den sozialversicherungpfl. Beschäftigten am Arbeitsort	65,6%	69,9%	70,6%	62,3%	63,7%	70,9%	67,7%
Anteil der im produzierenden Gewerbe Beschäftigen an den sv-pfl. Beschäftigten 2007	33,7%	30,4%	27,9%	25,1%	47,8%	-	22,8%
Anteil der im öff. und privaten Dienstleistungsbeschäftigen an den sv-pfl. Beschäftigten 2007	37,9%	42,5%	48,0%	30,1%	33,5%	-	50,0%
Entwicklung Arbeitsplatzausstattungs-ziffer 2005 - 2007 (2005=100)	101,47	102,51	101,29	104,35	95,48	99,01	100,34
Arbeitsplatzzentralität (sv-pflichtig Beschäftigte am Arb.ort/sv.pflichtig Beschäftigte am Wohnort)	0,70	1,15	1,22	0,82	0,66	1,26	1,12
Entwicklung sozialvers.-pflichtig Beschäftigter 2005 - 2007 in %	0,7%	2,5%	1,4%	3,7%	-5,5%	-0,4%	0,5%

Für die Ausbildung wird man von einer genauso hohen, wenn nicht höheren Mobilität ausgehen können, und sicher auch für die Mobilität in der Freizeit, um Angebote der Unterhaltung, der Kultur, des Sports und der Naherholung wahrzunehmen.

Hoch ist nicht nur die alltägliche Mobilität, sondern auch die im Wechsel des Wohnsitzes. Etwa 5 Prozent der Wohnbevölkerung im Regierungsbezirk Darmstadt wechselt im Laufe eines Jahres den Wohnsitz über die Gemeindengrenzen hinweg.

2.2.3 Zusammenfassung der Regionalanalyse

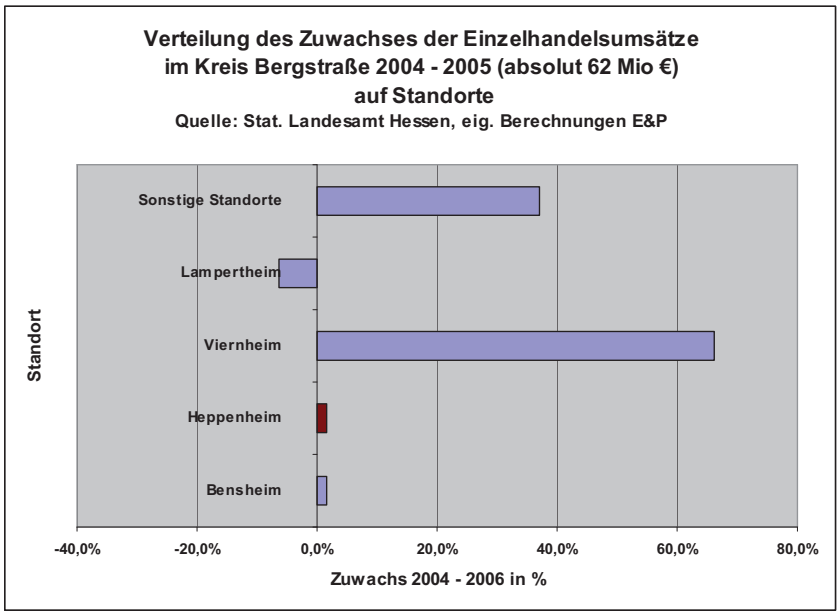
2.2.3.1 Zur Situation in Stadt und Region: Entwicklung unter reduzierten Wachstumserwartungen“

Die Region Bergstraße hat in der Nachkriegsentwicklung einen ungeheueren Aufschwung genommen und in Wirtschaft und Bevölkerungszahl sich in zwei dynamisch wachsenden Metropolregionen etabliert. Mit der wirtschaftlichen Entwicklung (zunächst der in Form einer nachgeholten Industrialisierung, zunehmend nun durch fortschreitende Tertiarisierung) und der Zuwanderung von Menschen und Unternehmen ist die Region zu einer wachstumsstarken und auch hinsichtlich Einkommen und Kaufkraft stärksten in Deutschland geworden. Diese positive Entwicklung hat in unterschiedlichen Ausprägungen den gesamten Kreis Bergstraße gekennzeichnet. In dieser Zeit ist der Wirtschaftsraum zusammengewachsen und die Mobilität der überdurchschnittlich qualifizierten Arbeitsbevölkerung umfasst letztlich sowohl die Metropolregion Frankfurt-Rhein-Main wie die von Rhein-Neckar. Entwicklungsband ist hierbei die Rheinschiene bzw. die hierzu parallel verlaufenden Autobahnen und Schienenverbindungen.

In der jüngeren Entwicklung zeigt sich eine deutliche Verlangsamung des Zuwachses, und hinsichtlich der Bevölkerungsentwicklung eine Stagnation mit bereits absehbarem Bevölkerungsrückgang unter Verschiebung der Alterskohorten zu einer „alternden Gesellschaft“. Hinsichtlich des Arbeitsmarktes folgt nunmehr auf eine „späte Industrialisierung“ eine vergleichsweise „späte Tertiarisierung“, wobei bislang der Dienstleistungsbereich die im produzierenden Gewerbe abgebauten Arbeitsplätze absorbieren konnte. Es zeigen sich hierbei jedoch innerregional sehr unterschiedliche Verläufe und es bilden sich neue Hierarchien zwischen den Mittelzentren der Region heraus. Dies sind nicht nur Hierarchien der Bedeutung in den Quantitäten von Bevölkerung und Arbeitsplätzen, sondern es sind auch funktionale Hierarchien des „Städtischen“ in der Mischung von Wohnen, Handel, Arbeiten und Erholung/Freizeit/kultureller Teilhabe. Dass bereits jetzt versucht wird, die Position in der Hierarchie der Mittelstädte konkurrierend zu behaupten, kann man u.E. bereits jetzt in den Stadtpolitiken der Mittelzentren der Bergstraße erkennen.

Kurz zusammengefasst sind es drei Momente eines reduzierten Wachstums, wenn nicht gar einer Stagnation, von denen zu erwarten ist, dass sie sich als Zukunftstrend fortsetzen werden:

- Die Bevölkerung wird nach den vorliegenden Prognosen in den nächsten Jahrzehnten nicht wachsen. Die Zuwanderung wird die negative natürliche Bevölkerungsentwicklung nicht ausgleichen. Es wird zu einer massiven Verschiebung des altersstrukturellen Bevölkerungsaufbaus kommen zugunsten der Senioren.
- Mit Sinken des Anteils der Bevölkerung im Erwerbsalter wird es zu einer geringeren Erwerbsbeteiligung bezogen auf die Bevölkerung kommen mit einem Anstieg der von Transfereinkommen (u.a. Renten....) abhängigen Bevölkerung.
- Trotz eines verlangsamten Wachstums von Arbeitsplätzen oder gar stagnierenden Arbeitsvolumen werden sich - aufgrund der gleichzeitig sinkenden Erwerbsbevölkerung - die Erwerbschancen für gut qualifizierte Arbeitskräfte nicht gravierend verschlechtern, möglicherweise jedoch für geringer Qualifizierte aufgrund des fortschreitenden Arbeitsplatzverluste im produzierenden Gewerbe.
- Die Kaufkraft in der Region wird aufgrund des höheren Anteils der Transfereinkommen in einer leicht schrumpfenden Bevölkerung auch bei einer stabilen Beschäftigungssituation nicht in dem Umfang der Vergangenheit steigen. Auch wenn dies nicht zu sinkenden Index-Werten im Vergleich zum bundesdeutschen Durchschnitt führen wird, ist doch zunächst von einem kontingenten, eher mäßig wachsenden Kaufkraftpotenzial auszugehen.



Aus all dem ist zu erwarten, dass auf verschiedenen Ebenen die Konkurrenz wachsen wird. Es ist zum einen die Konkurrenz der Kommunen (nicht nur an der Bergstraße) um Menschen, Betriebe, Arbeitsstätten und Steuern und

nicht zu vergessen: öffentliche zentralörtliche Funktionen und Infrastrukturen25.

Unter Bedingungen eines nachlassenden Wachstums ist diese Konkurrenz gegenwärtig bereits auffällig in der Entwicklung der lokalen Ökonomie. Die Großtrends zu nicht integrierten Standorten und Einkaufszentren „auf der grünen Wiese" führten dazu, dass in den letzten Jahren sich vor allem dort die Einzelhandelsumsätze zentralisierten.

Zugleich aber zeigt sich, dass solche Steigerungen der Einzelhandelszentralität wie von Viernheim sich nicht dauerhaft fortsetzen lassen. Die Umsatzentwicklung des nachfolgenden Jahres pegelt sich ausgehend von diesem Niveau mit neu verteilten Standortzentralitäten in den Zuwächsen wieder ein. Das heißt, dass konkurrente Strategien, die ein kontingentes Kaufkraftvolumen zum eigenen Standort umverteilen wollen, zwar durchaus erfolgreich sein und zu einem Zentralitätsgewinn führen können. Sie münden aber zugleich in Verteidigungsstrategien, als nämlich die Konkurrenz nicht schläft und hierauf reagiert. Und weiter zeigt sich am Beispiel Viernheim mit dem Rhein-Neckar-Zentrum, dass solche Strategien selbst vor Ort zentralisierend wirken und zu einer Umschichtung der lokalen Ökonomie führen zulasten des Handels in der Innenstadt ebenso wie zulasten der kleinteiligen und vielfältigen Struktur von inhabergeführten Unternehmen[26].

Dies führt insgesamt nicht zu einer Nivellierung der Strukturen der Mittelzentren, sondern im Gegenteil: die Standortprofile der Mittelzentren im Kreis Bergstraße differenzieren sich weiter aus. Als Ausdruck unterschiedlicher Stadtpolitiken und wirtschaftlicher Magnetkräfte verschieben sich – gewollt oder ungewollt - die die zentralörtliche Bedeutung konstituierenden Komponenten (Handel, produzierendes Gewerbe, lokale Infrastrukturen, Dienstleistungen, Arbeitsmarkt) in den Relationen zueinander und dies in lokal unterschiedlichen Größenordnungen.

Für die Corona der Mittelzentren an der Bergstraße stellt es sich so dar, dass Viernheim sich hierbei als vor allem über den Einzelhandel und Wohnen profiliert, Bensheim durch produzierendes Gewerbe und unternehmensbezogene Dienstleistungen und Heppenheim durch die Mischung aus produzierendem Gewerbe und öffentlichen Dienstleistungen. Die Bertelsmann-Stiftung ordnet alle diese Orte mit Blick auf demographische Entwicklung und wirtschaftliche Struktur als „suburbane Orte mit rückläufigen Wachstumserwartungen" ein[27], was in der Summe der Faktoren richtig ist, aber den Blick auf die örtlichen Differenzen verstellt. Lampertheim ist eher von den

[25] Sich aus dieser Konkurrenz zu befreien ist für die Kommunalpolitik nicht einfach. Rankings der Dynamik wie z.B. der Demographiewegweiser der Bertelsmann-Stiftung als populärer Clusteranalyse von demografischen und wirtschaftlichen Entwicklungsfaktoren fördern das Denken in konkurrenten Strategien

[26] In der Perspektive einer integrierten Stadtentwicklung ist zugleich darauf hinzuweisen, dass der Einzelhandel als wirtschaftlicher Größe in der Stadtwirtschaft zwischen 2004 und 2006 in den Vergleichsgemeinden relativ abgenommen hat: trotz einer allgemein positiven Umsatzentwicklung des Einzelhandels von + 4,4 % im Kreis Bergstraße (mit Ausnahme einer negativen Entwicklung in Lampertheim) sinkt der Anteil des Einzelhandels an den umsatzsteuerpflichtigen Lieferungen und Leistungen in allen Vergleichskommunen - auch in Viernheim, und in Lampertheim kann bei einem Minus von 14,5 % regelrecht von einem Einbruch der Umsatzentwicklung gesprochen werden. Die Rolle des Einzelhandels relativiert sich in der Stadtökonomie dadurch. Es sind in hohem Umfang unternehmensbezogene Dienstleistungen, die die wirtschaftliche Wachstumsdynamik in den Städten bestimmen.

[27] Demographiewegweiser der Bertelsmann-Stifung, entnommen 6.12.2009 unter http://wegweiser-kommune.de/datenprognosen/demographietypen/Demographietypen.action

Problemen des wirtschaftsstrukturellen Wandels geprägt[28] mit der Gefahr, dass die Stadt nicht nur in Stagnation fällt, sondern sich bezüglich der Zentralitätsfunktionen zurück entwickelt.

Für die Innenstadtentwicklung aller betrachteten Mittelzentren bedeutet dies besondere Voraussetzungen. In Viernheim scheint der Kampf um zentrumsrelevante Funktionen bezüglich des Handels schon auf dem eigenen Gemeindegebiet entschieden, zugunsten des Standorts des Rhein-Neckar-Zentrums und zum Nachteil der Innenstadt. In Heppenheim, aber auch in Bensheim sind die negativen Folgen der Großtrends und der interkommunalen Konkurrenz in den Innenstädten zwar erkennbar, aber es scheinen hier noch Chancen für eine erfolgreiche Neudefinition der Zentrumsausrichtung zu bestehen.

2.2.3.2 Zur Situation Heppenheims

Wirtschaft und Bevölkerung

Heppenheim liegt als Mittelzentrum mit Kreisstadtfunktion in 28 km Entfernung gleich nah an den Oberzentren und Universitätsstädten Darmstadt, Mannheim und Heidelberg und ist über Straße und Schiene bestens an die Oberzentren angeschlossen.

Die Kreisstadt Heppenheim ist gemessen an der Einwohnerzahl mit knapp 26 TE nur die viertgrößte Stadt im Kreis Bergstraße. In der Kernstadt leben etwa 60 % der Bevölkerung, der Rest verteilt sich auf sechs eher dörflich geprägte Ortsteile, die im Zuge der kommunalen Neugliederung 1974 eingemeindet wurden. Aus den vorliegenden Bevölkerungsprognosen ist für die Stadt Heppenheim im Horizont der nächsten 20 Jahre ein Bevölkerungsrückgang von etwa 2 bis 3 % zu erwarten.

Die zentralörtliche Bedeutung Heppenheims drückt sich weniger in der Bevölkerungszahl als in den Funktionen der Wirtschaft und den bestehenden öffentlichen Institutionen (Landratsamt, Kreisklinik, Schulen, Behörden) aus. Die Arbeitsplatzausstattungsziffer ist mit 402 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auf 1.000 EW und im hohen Anteil Dienstleistungsbeschäftigter von 69,2 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten deutlich höher als im Kreis Bergstraße, vor allem aber höher als in den deutlich größeren Nachbarorten Bensheim und Weinheim. Heppenheim ist Arbeitsort vor allem in den Dienstleistungen. Der Anteil der in der Stadt Heppenheim im produzierenden Gewerbe Beschäftigten ist dagegen unterdurchschnittlich sowohl gegenüber dem Kreis wie auch fast allen Mittelzentren im Nachbarbereich. Der Anteil der Landwirtschaft ist in der „Weinstadt Heppenheim“ zwar in der Flächennutzung sehr deutlich im hohen Anteil der landwirtschaftlichen Flächen erkennbar, ohne dass jedoch in der Wertschöpfung und der Beschäftigungswirkung eine besondere Bedeutung daraus erwächst.

Die Arbeitsplatzzentralität, also das Verhältnis der in Heppenheim sozialversichungspflichtig Beschäftigten im Verhältnis zu den dort wohnenden, ist mit 1,22 der höchste im Umfeld und auch höher als der im gesamten Regierungsbezirk Darmstadt, dessen Wert durch die Großstädte geprägt ist.

[28] Im Demographiewegweiser der Bertelsmann-Stifung wird Lampertheim dementsprechend dem Demographietypus „Gemeinden im ländlichen Raum mit geringer Entwicklungsdynamik“ zugeordnet. Entnommen 6.12.2009 unter http://wegweiser-kommune.de/datenprognosen/demographietypen/Demographietypen.action

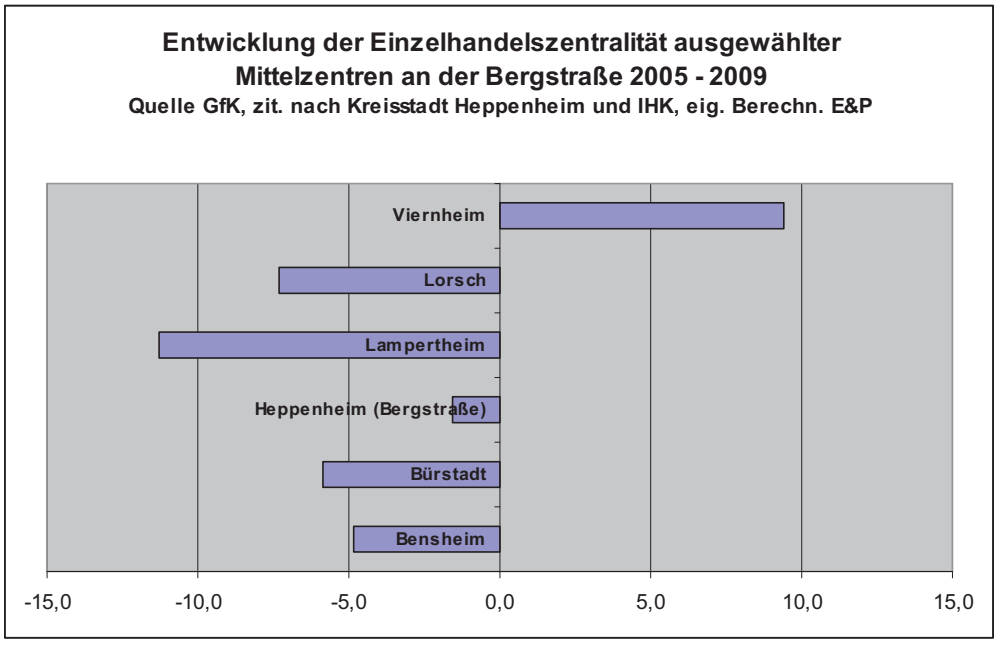
Heppenheim als Einzelhandelsstandort

Ähnlich der Arbeitsplatzzentralität mit ihrer großen Bedeutung für den regionalen Arbeitsmarkt hat Heppenheim eine hohe Einzelhandelszentralität. Zugleich ist aber festzustellen, dass diese Einzelhandelszentralität der Gesamtstadt in den letzten Jahren leicht zurückgegangen ist, vor allem aber, dass sich der Abstand zu Viernheim weiter verstärkt hat. Ähnlich und in der Ausprägung zum Teil erheblich stärker ging es allen anderen Mittelzentren im Kreis Bergstraße.

Einzelhandelszentralität ausgewählter Mittelzentren an der Bergstraße 2005 und 2009

Jahr / Mittelzentrum	2005	2009	Zentralitätsgewinn (+)/ -verlust (-) 2005 - 2009
Bensheim	105,2	100,4	-4,8
Bürstadt	67,9	62,0	-5,9
Heppenheim (Bergstraße)	117,3	115,8	-1,5
Lampertheim	80,5	69,2	-11,3
Lorsch	64,6	57,3	-7,3
Viernheim	217,8	227,2	9,4
Deutschland	100.0	100,0	

Quelle: GfK Geomarketing GmbH, zit. nach Kreisstadt Heppenheim (Hrsg), Wirtschaftsstandort Heppenheim, 2006, IHK Darmstadt, 2009



Bei der Frage, mit welcher Strategie die Stadt auf diese durch Großtrends und interkommunale Konkurrenz erzeugten Risiken reagieren kann, hilft vielleicht die Gegenüberstellung von Untersuchungen aus der Vergangenheit und die Sicht auf ein Zukunftsszenario weiter.

Für den Heppenheimer Einzelhandel liegen zwei Standortuntersuchungen für den Einzelhandel und das Ladenhandwerk vor, aus dem Jahr 1999 für die Gesamtstadt und als Standortuntersuchung aus dem Jahre 2005, beide

erstellt durch die GMA[29] im Auftrag des Magistrats. Daten zur allgemeinen Stadtentwicklung und zur Kaufkraft sind auf der Basis aktuellerer Datengrundgrundlage oben schon wiedergegeben. Im Zusammenhang mit dem Aktiven Kernbereich stellt sich vor allem die Frage nach den Schlussfolgerungen für die einzuschlagende Stadtpolitik und wie auf die in den Analysen formulierten Schwächen des Heppenheimer im Einzelhandels reagiert wurde und ob sie noch fortbestehen.

Aus dem Trend zu immer größeren und flächenintensiveren Einheiten an der Peripherie und nicht integrierten Standorten formuliert die GMA bereits 1999 die Gefahren eines drohenden Funktions- und Attraktivitätsverlustes der Innenstadt, die Ausdünnung der Nahversorgung im Wohnumfeld und den städtebaulichen Identitätsverlustes[30]. Die Funktionsverluste der Innenstadt wie die Ausdünnung der Nahversorgung resultierten nach Auffassung der Verfasser beide aus der Standortwahl der im Einzelhandel bestimmenden Akteure. Deren Grundlage sind die Flächenexpansion und daraus folgend die Standortwahl im städtischen Umfeld bei entsprechenden verkehrs- und kostengünstigen Gewerbestandorten.

Als kommunale Antworten darauf stellt die GMA drei Varianten dar,

- die der massiven Stärkung der Innenstadt im Wettbewerb zur „grünen Wiese“ durch den Bau innerstädtischer Einkaufszentren,
- die Attraktivitätssteigerung der Innenstadt als Ort des „Erlebnishandels“ und
- „Citymanagement und Stadtmarketing mit dem Ziel der Aufwertung[31].

Für die Innenstadt Heppenheims wird eine Schwächung der Multifunktionalität und Attraktivität mit der Folge einer Schwächung der Leitfunktion Einzelhandel konstatiert[32].

In der Analyse der Gesamtstadt stellt die Untersuchung von 1999 auf eher unterdurchschnittliche Versorgungskennziffern[33] ab bei zugleich einer überdurchschnittlichen Flächenproduktivität. Bei Entwicklungspotenzialen in der Zentralität der Stadt Heppenheim über das örtliche Gebiet hinaus stellt das Gutachten für die Innenstadt Gefährdungen fest, um konsequent für ein Citymanagement mit dem Leitbild **„Kaufhaus Innenstadt“** zu plädieren. Dies meint, dass unter Beibehaltung der baulichen Strukturen und des Kolorits eine Angebots- und Sortimentskomplettierung erfolgen solle, die diesen Wettbewerbsnachteil der Innenstadt gegenüber SB-Kaufhäusern auf der „grünen Wiese“ und in anderen Mittel- und Oberzentren ausgleicht.

Was die Innenstadtentwicklung im Bereich des Aktiven Kernbereichs angeht, hat sich die Situation seit 1999 in Heppenheim eher verschlechtert als ver-

[29] GMA, Die Kreisstadt Heppenheim als Standort für Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk, Ludwigsburg 1999 und GMA Die Kreisstadt Heppenheim als Standort für ein SB-Warenhaus, Ludwigsburg 2005

[30] GMA 1999, S. 8

[31] GMA 1999 S. 9

[32] Für den Jahresumsatz gibt die GMA-Untersuchung von 1999 an, dass hierbei rd. 60 % auf die Wohnbevölkerung Heppenheims entfällt und rd. 40 % auf Verbraucher von außerhalb. Die Kaufkraftbindung ist jedoch je nach Einzelhandelssektor sehr unterschiedlich: im Bereich Nahrungs- und Genussmittel wird er bei knapp 90 % verortet, im Bereich non food bei 60 % und entsprechen einer Kaufkraftbindung von insgesamt rd. 70 %, einem unterdurchschnittlichen wert im Vergleich mit andren Mittelzentren. Als Produktbereich mit ausgesprochen geringer Kaufkraftbindung wird „Bekleidung, Schuhe und Sportartikel“ festgestellt (Kaufkraftbindung unter 50 %) GMA 1999, S. 41

[33] GMA 1999, S. 41

bessert. Die Defizite im Branchenmix und die Sortimentslücken bestehen weiter. Zu dem damals bereits als „langjährig“ bezeichneten Leerstand in der Starkenburg-Passage kam noch seit 2003 der Leerstand des früheren Kaufhauses Mainzer hinzu, und der als Frequenzträger bezeichnete EDEKA-Markt in der Zwerchgasse (Friedrichstr. 21 a) existiert ebenfalls nicht mehr.

Die Gründe, die seinerzeit die Gutachter für eine gezielte Innenstadtentwicklung und ein „Kaufhaus Innenstadt“ plädieren ließen, bestehen also fort. Es sind sogar noch weitere hinzugekommen. Die Ergebnisse der Zukunftswerkstatt, die von der Stadt Heppenheim im Jahr 2006 durchgeführt wurde, hat dies auch aus der Sicht der lokalen Akteure bestätigt[34].

Quintessenz für eine SWOT-Analyse des Aktiven Kernbereichs

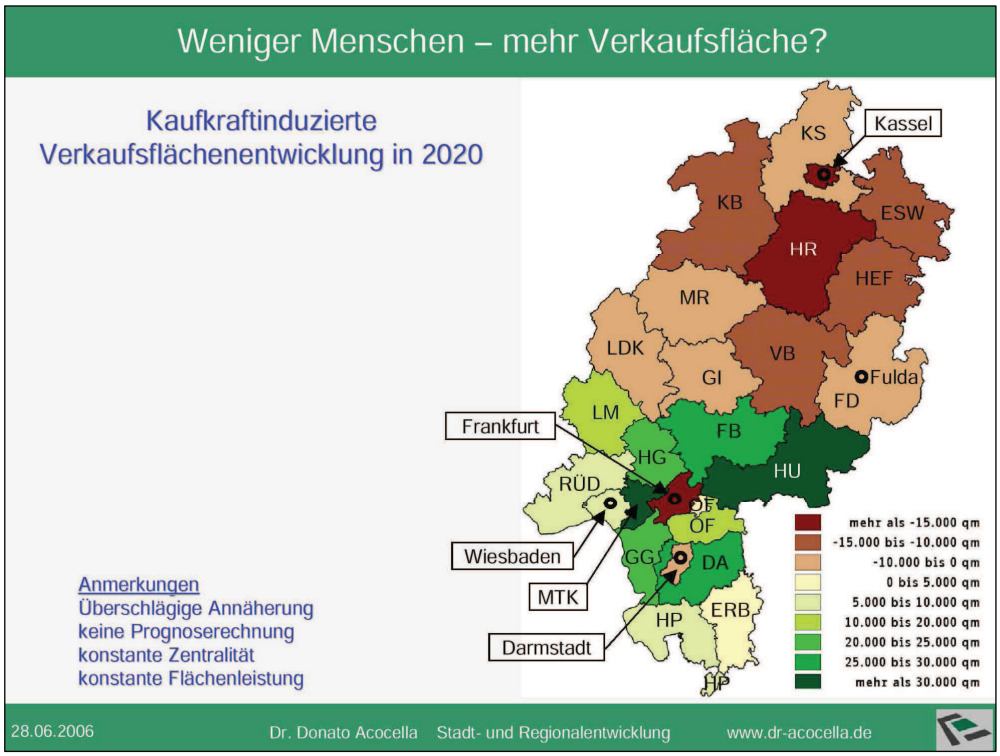
Aus der Analyse der Rahmendaten war die Schlussfolgerung eines verlangsamten bis stagnierenden Wachstums an Bevölkerung, Arbeitsplätzen, Einkommen und Kaufkraft gezogen worden bei einer zugleich alternden Gesellschaft. Trotz einer relativ günstigen Stellung in der Region waren diese Tendenzen auch für die Kreisstadt Heppenheim nachvollzogen worden. Mit anderen Worten: trotz erheblicher Standort- und Strukturvorteile gegenüber dem westlichen und östlichen Teil des Kreises, vor allem auf der Basis des stabilen Sockels öffentlicher Dienstleistungen in der Stadt und den sich hieraus ergebenden Koppelungsmöglichkeiten, sind die **Grenzen des Wachstums auch für Heppenheim** spürbar.

Für den Einzelhandel liegt aus dem Kontext des „Stadtumbaus in Hessen“[35] ein Szenario für Hessen vor, in dem die Faktoren der Bevölkerungsentwicklung, des wirtschaftlichen Strukturwandels und der Kaufkraftentwicklung zusammengeführt wurden zu einem Ausblick auf den Bedarf an Verkaufsflächen im Einzelhandel im Jahr 2020. Bezugsebene ist hierbei die Ebene der Kreise und kreisfreien Städte. Als Anhaltspunkt auch für die kommunale Politik zum Einzelhandel kann dieses Szenario dennoch herangezogen werden.

Zum einen zeigt sich in diesem Szenario die vergleichsweise günstige Situation in Südhessen im Vergleich zu Nordhessen, wo überall ein Überhang von bestehenden Verkaufsflächen gegenüber einem Bedarf im Jahr 2020 festgestellt wurde.

[34] Wegebeziehungen Altstadt Innenstadt unklar, Sortimentsschwächen (Kinderbekleidung, Fischgeschäft…), Beleuchtung… Als **Stärken** wurden Fachberatung, konkurrenzfähiges Preisgefüge angesehen, als **Potenziale** das ausbaubare Verhältnis von Altstadt und Innenstadt, das Wohnen in der Innenstadt sowie die Gastronomie, Als **Organisatorische Schwächen** wurden bestimmt **die** Ladenöffnungszeiten, die fehlende Kommunikation zwischen Stadtregierung und Geschäftsleuten, die Zersplitterung der lokalen Ökonomie in zwei Organisationen und die fehlende Kooperation zwischen inhabergeführten Unternehmen und Filialisten

[35] „Stadtumbau in Hessen“, Netzwerktagung am 29.6.2006 in Kassel, veranstaltet vom Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung



Für Südhessen ergibt sich ein sehr differenziertes Bild. Es zeigt sich, dass die Oberzentren Frankfurt, Wiesbaden, Offenbach und Darmstadt keine oder geringe Bedarfe an zusätzlichen Verkaufsflächen haben, sondern diese eher in den „Speckgürteln“ um die Oberzentren liegen.

Für den Kreis Bergstraße erweist sich, dass die meisten seiner Kommunen relativ weit entfernt von den suburbanen Speckgürteln um die Oberzentren (Darmstadt, Heidelberg, Mannheim) liegen. Insgesamt zeigt sich deshalb ein recht geringer Bedarf zusätzlicher Verkaufsflächen; man würde sie eher im Westen in der Nähe zu Mannheim lokalisieren. Es kann davon ausgegangen werden, dass dieser im Szenario mit 5- bis 10Tqm angegebene Bedarf an zusätzlichen Flächen bis 2020 seit dem Untersuchungszeitpunkt (2006) bereits realisiert ist.

In der Zusammenfassung von früheren Analysen und Zukunftstrends ergibt sich u.E. für eine SWOT-Analyse in der Betrachtung der Gesamtstadt Heppenheim, dass in der Bilanzierung von Schwächen und Potenzialen für die Innenstadtentwicklung eher auf die Beseitigung von Schwächen hinausläuft und die Potenziale der Innenstadtentwicklung nicht in den Großtrends zu suchen sind. Dies legt bezüglich des Einzelhandels eine gezielte Binnenentwicklung der Heppenheimer Innenstadt nahe, bei der die bestehenden Schwächen in der Versorgungsfunktion der Bevölkerung der Innenstadt ausgeräumt würden und zugleich die mittelzentrumsspezifischen Angebotsdefizite durch Einwerbung ergänzender und komplettierender Anbieter beseitigt würden.

2.3 Experteninterviews zur Situation Heppenheims und der Innenstadt

Die zehn Interviews mit elf Experten und lokalen Sachverständigen wurden zwischen dem 17.7. und 4.9.2009 geführt. Der Kreis der befragten Experten wurde so gewählt, dass örtliche Sacherverständige, Vertreter aus der Verwaltung, der Gebietskörperschaften und Interessensvertreter gleichermaßen befragt wurden. Sowohl in der personellen Auswahl wie in der Interviewführung sollten sowohl Themen der Stadtentwicklung im regionalen Kontext wie zur Innenstadtentwicklung in sog. offenen, aber strukturierten Interviews erörtert werden. Ziel war dabei, persönliche Einschätzungen zu erhalten, und gerade nicht institutionelle Stellungnahmen. Für die Strukturierung der Vier-Augen-Gespräche (bei einer Ausnahme) wurde ein Interviewleitfaden verwandt. Die Struktur des Interviewleitfadens und die vom Interviewer eingebrachten Impulse werden auch dem Aufbau der Zusammenfassung zugrunde gelegt.

Der Kreis der Interviewpartner wurde in Abstimmung mit dem Projektleiter der Stadt Heppenheim für den Aktiven Kernbereich Innenstadt, Herrn Dr. Naumann, festgelegt[36].

Die Interviews wurden unter Zusage der Vertraulichkeit gestellt. Die nachfolgende zusammenfassende Auswertung verzichtet deshalb auf die Zuordnung von Statements zu den befragten Personen. Sie zielt ab auf die Wiedergabe von Meinungsbildern als einem Input in die Arbeit der Verfasser des Integrierten Handlungskonzepts Innenstadt als auch in die Lokale Partnerschaft als der Lenkungsgruppe des „Aktiven Kernbereichs Innenstadt“. Die Darstellung erfolgt in bestmöglich objektivierter Absicht, mit dem Versuch nicht zu werten.

Einstimmige Meinungen werden in der Zusammenfassung nicht besonders kenntlich gemacht, Minderheits- und Einzelmeinungen jedoch. Minderheitsmeinung heißt dabei nur, dass ein Argument seltener eingebracht wurde. „Minderheitsmeinung“ ist also keine Wertung der Qualität.

[36] Es wurden Interviews geführt von E&P Eigler mit
- Frau Jung und Frau Frangen - IHK Darmstadt
- Herrn Dr. Peinemannn - Regionalverband Rhein-Neckar
- Herrn Hörner – Leiter der Wirtschaftsförderung der Stadt
- Herrn Schwab - Leiter des Stadtmarketings
- Frau Cohrs - Wirtschaftsförderung des Kreises,,
- Herrn Rheiner - Direktor der Sparkasse Starkenburg
- Herrn Hörst - Vorsitzender der Wirtschaftsvereinigung
- Herrn Steiner - zweiter Vorsitzender der Wirtschaftsvereinigung und früherer Vorsitzender der Werbegemeinschaft
- Herrn Sterzelmeier - Lokalredakteur des Starkenburger Echos,
- Herrn Kneflowski - Vorsitzender des Unternehmerverbandes des Einzelhandels Hessen-Süd,

2.3.1 Regionaler Kontext der Stadtentwicklung Heppenheims

2.3.1.1 „Die Bergstraße: In zwei Metropoloregionen oder dazwischen?“

Die Frage, ob Heppenheim in zwei Metropolregionen (Rhein-Main und Rhein-Neckar) liegt oder zwischen den beiden, war der provokative Auftakt aller Gespräche. Den Kreis Bergstraße und den angrenzenden Raum sehen alle Befragten als wirtschaftsstark und voller Wachstumsimpulse. Die Verflechtung mit dem Rhein-Neckar-Raum wird von allen durchweg als stärker angesehen: (Dabei wurde hinsichtlich der Intensität und der Richtung der Verflechtung durch der Interviewer zurückgefragt.). Rhein-Main hat durchweg die Assoziation zum Hubkreuz des Flughafens und zur Bankenmetropole.

Zugleich gebe es Binnendifferenzierungen in Kreis und Region. Das hessische Ried und das Neckartal haben andere Entwicklungsbedingungen, der vordere Odenwald sei regelrecht das „Sorgenkind“ der Regionalentwicklung, während die Perlenkette der Mittelzentren den „Balkon der Bergstraße“ darstellten, an dem sich Verkehrs- und Lagegunst mit den Potenzialen aus den Oberzentren beider Metropolregionen verbänden.

2.3.1.2 Infrastruktur der Region, harte Standortfaktoren, Cluster

Die Lagegunst der Region ist zum einen bedingt durch die fast „perfekte Infrastruktur“, womit in erster Linie die Verkehrsinfrastruktur mit dem Fernstraßennetz, die Erreichbarkeit des Flughafens Frankfurt und das Schienennetz assoziiert wird. Bezüglich letzterem werden vereinzelt Defizite angemerkt im Regionalverkehr und versäumte Chancen der Stadt Heppenheim (verpasster Anschluss an die Ringerschließung Mannheim, Viernheim, Weinheim Heidelberg), aber auch die fehlende direkte Anbindung an den Flughafen Frankfurt über die Schiene.

Als weitere Assoziation zu den günstigen Standortfaktoren wurden die wirtschaftlichen Cluster angesprochen. Bei den meisten der Befragten wird der Kreis Bergstraße zu allererst mit dem Bereich Logistik assoziiert, und dies verschiedentlich kritisch mit der Anmerkung „viel Flächenverbrauch, wenig Arbeitsplätze, gewerbesteuerlich wenig attraktiv“. Dieses Cluster halten die aus regionalplanerischer Perspektive Argumentierenden auch für stärker steuerungsbedürftig.

Die im weitesten Sinne mit regionaler Analyse und Steuerung Befassten war es in den Interviews auch ein Leichtes, die Leitindustrien und Cluster aufzuzählen (Engineering, Automotive- und Info-Technologie, wissensbasierte Unternehmensdienstleistungen, der Finanzplatz Frankfurt im Norden, Biotechnologie, Pharma- und Chemotechnologie, Gesundheitswesen im Süden). Ansonsten sind branchenstrukturelle Verdichtungen und die Potenziale aus Wissenschaft, Forschung und Entwicklung in den Oberzentren als Entwicklungspotenziale für Heppenheim und den Nahbereich weniger im Bewusstsein. Eine wirtschaftspolitische Strategie, die einem Clusterkonzept folgt, müsste sowohl im Kreis wie der Stadt erst noch das Bewusstsein für diesen Ansatz wecken. Das Gleiche gilt für die Kreativwirtschaft als neuerem Ansatz.

Eine Minderheit gibt zudem spontan an, dass innovative Unternehmen und Unternehmensgründungen noch einer Förderung durch die Kommunen und einer stärkeren Verankerung bedürften, auch über ein Gründerzentrum. Sie

verweist auf Beispiele dafür, dass die Infrastrukturvoraussetzungen perfekt seien, um auch global agierende, zukunftsträchtige Unternehmen im Kreis anzusiedeln. Die Initiative des Landkreises, mit „Botschaftern der Bergstraße“ zu werben, sei ein Moment hierfür. Für einen Investor von außen seien aber die Standorte Zwingenberg, Heppenheim, Weinheim und südlich bis Rastatt in den Qualitäten nicht unterscheidbar, und in der Perspektive von „außen“ - ohne die Scheuklappen eines „regionalen Blicks“ - eine einzige Region.

2.3.1.3 Soziale Infrastruktur, weiche Standortfaktoren und Wohnqualität

Die sonstige Infrastruktur – Schulen, Hochschulen, soziale Infrastruktur - wird als selbstverständlich geradezu unerwähnt gelassen, und die Wohn-, Freizeit-, Kultur- und Naherholungsqualität ebenso. Zwei Befragte weisen darauf hin, dass die Rivalität der Bergstraßengemeinden nicht nur zu einer Konkurrenz um Gewerbe führten, sondern auch zu einer Verdoppelung von Infrastrukturen, die betriebswirtschaftlich nicht nachvollziehbar sei (Bsp. Schwimmbäder, Bahnhöfe, …).

Das Umfeld mit 16 Hochschulen und dem in Kreis und Stadt sehr hohen Anteil an Akademikern als weichem Standortfaktor - „Humankapital“ und „Kreativkapital“ - ist nur wenigen der Befragten im akuten Bewusstsein. Von diesen aber wird es als ein versäumtes Marketing-Argument angesehen. Zudem sei der Kreis, wenn nicht die Stadt Heppenheim, doch dazu prädestiniert, auch Sitz einer Hochschule zu sein (assoziiert wurde dazu eine Hochschule für Weinbau o.ä.).

Die spontanen Verweise auf die Wohnqualität der Bergstraßen-Mittelstädte - „Terrasse“ bzw. „Balkon der Bergstraße“ - zeigen, dass die Bindungskraft der Region als hoch eingeschätzt wird. Durchweg positiv hervorgehoben werden die Stadterneuerungen, besonders die von Heppenheim, die mit dem Hessentag und die dadurch eingeleitete agenturmäßige Projektorganisation erst richtig in Gang und zum gelungenen Abschluss gekommen sei. Die Altstadtsanierung und die dadurch bewirkte Attraktivitätssteigerung Heppenheims für den Tourismus, aber auch die weltweite Prominenz („Bollywood“) ist unisono positiv bemerkt, in verschiedenen Äußerungen jedoch als ungleiche Entwicklung zur Innenstadt gesehen, deren städtebauliche Gestalt dadurch umso negativer auffalle.

Zu den teilweise beiläufig, z.T. explizit von den Befragten angesprochenen Aktivitäten des Kreises und der Kreiswirtschaftsförderung fanden diese durchweg positive Erwähnung. Sie erfahren in den Äußerungen jedoch hin und wieder die Einschränkung, dass sich die Kreisaktivitäten in der Schere zwischen optimierter Regionalentwicklung und Anspruchs- und Gleichbehandlungsdenken der Kommunen bewegten, woraus in der Summe die Gefahr von Überangeboten bei den Gewerbeflächen und Infrastrukturen resultiere. Aber grundsätzlich werden die Anstrengungen des Kreises sehr positiv gesehen, um die Bergstraße als Marke eines optimalen Wirtschaftsstandorts zu platzieren und die Potenziale der Bergstraße offensiv zu vermarkten.

2.3.1.4 Die Region: Synergien und Interkommunale Konkurrenz

So einhellig die positive Sicht auf die optimalen Infrastrukturen und Standortvoraussetzungen aller Befragten ist, so einmütig verstehen sie auch die gesamte Region als einen eng verflochtenen Lebens- und Wirtschaftsraum. Ebenso wie der Blick von außen nur noch einen, in den harten und weichen Standortfaktoren homogenen Raum sieht, sei dies auch der Fall für die alltägliche Lebenserfahrung der Bevölkerung in Ausbildung, Beruf, Wohnen und Freizeit.

Die lokale Identität, als Heppenheimer oder Bensheimer je nach dem Wohnort sei demgegenüber liebenswertes Relikt, stünde aber im krassen Gegensatz dazu, dass man sich täglich in verschiedenen Identitäten bewege, je nachdem ob man am Arbeitsort oder in der Freizeit sei.

Die benachbarten Oberzentren sind, auch hier ist die Auffassung einhellig, nicht als Konkurrenz mit Sogeffekt aufgefasst, sondern gewissermaßen als „Angebotsergänzung“ für Ausbildung, Infrastruktur, Kultur und Kommunikation.

Zugleich wird die Konkurrenz zwischen den Mittelstädten der Bergstraße als gegeben angesehen, auch wenn etwa die Hälfte der Auffassung ist, dass sich diese vom interkommunalen Kannibalismus weg hin zu einem kooperativeren Agieren entwickelt. Unverkennbar aber sei immer noch die Tendenz des „Wegschnappens“ – die Ansiedlung Europazentrale von „Suzuki“ in Bensheim ist ein Inbegriff hierfür, für den auch weitere Beispiele aufgezählt wurden.

Die in die Interviews eingebrachte Frage nach den Chancen interkommunaler Kooperation erfuhr von allen Befragten Beifall, aber auch überwiegend Skepsis. Koordinierte Gewerbeentwicklung und Gewerbeflächenentwicklung mit dem Stichwort „Gewerbeflächenpool“ war etwa der Hälfte als Konzept bekannt. Dies sei aber „nicht in den Köpfen der Politik“ verankert und folglich schwer umsetzbar. Ansätze hierzu gebe ist in der Region, z.B. bei Logistik, wo dem kommunalen Bestreben nach neuen Logistikflächen eine Bedarfsanalyse vorgeschaltet wurde.

2.3.1.5 Position Heppenheims in interkommunaler Konkurrenz

Wiewohl Kreisstadt, droht Heppenheim als kleinste Stadt in der Kette von Mittelzentren den Anschluss an die Entwicklung zu verlieren – das ist mehrheitliche Auffassung. Der drohende Verlust des mittelstadtspezifischen Angebots im Einzelhandel der Innenstadt ist ein Symptom dafür. Dabei seien alle Innenstädte von der gleichen Konzentrationstendenz im Einzelhandel (signifikant ablesbar an der Krise der Kaufhausketten) und der Tendenz zu den nichtintegrierten Standorten auf der grünen Wiese betroffen. Heppenheim – die Stadt, die Wirtschaft und die Grundeigentümer der Innenstadt – agiere hier zu zurückgelehnt und langsam oder zu unkoordiniert.

Dazu wurde von den Befragten angesprochen

- ungleiche Entwicklung Altstadt und Innenstadt (die deutlichste Formulierung: „wunderschönes Altstadt - Freilicht-Museum - im Kontrast zu einem beschränkt charmanten Einkaufsband“)

- seitens der Stadt sei mit dem unter „Kaufland“ prominenten Vorhaben ein falsches Signal gesetzt worden, und dies doppelt: als Politik der Stadt für den Einzelhandel, aber auch als Verhandlungsposition gegenüber dem Investor
- die Stadt habe Kreisinstitutionen (VHS, Geschäftstelle des Tourismusbüros des Geoparks) in einem Dumping der Miete kampflos an Lorsch abgegeben
- schließlich die „Metzendorf-Immobilie“ als ein Beispiel für ein glückloses Agieren

Ohne die Vorgänge im Detail zu kennen und die Beiklänge zu kommentieren, wurde in den Interviews deutlich, dass diese Dinge bei allen Interviewpartnern bemerkt und namhaft sind, also auch Teil des Images von Heppenheim. (Man bedenke, dass zwei Drittel der Befragten Auswärtige sind.)

Weil nicht unmittelbarer Gegenstand wurde nicht nach Einschätzungen zum interkommunalen Stadtumbau gefragt. Es gab jedoch einige spontane, skeptische Äußerungen hierzu, etwa in dem Sinne:

- zu „kleines Karo“ in der Beschäftigung mit demographischen und wirtschaftsstrukturellem Wandel. Die Formulierungen bezogen sich darauf, dass sich aus den Analysen keine Leitlinien für die Bewältigung der Zukunftsaufgaben aus der Alterung und Stagnation der Bevölkerung, den Folgen für Wohnungsversorgung und den sich aus der Wendung zu wissenschaftsbasierter Wirtschaftsentwicklung ableiteten.
- Eine Würdigung der Potenziale in der Region sei unterblieben, und folglich kein Konzept und Zielsystem für die Entwicklung erkennbar.
- vorschnelle Maßnahmenorientierung beim Stadtumbau („man beginnt mit großen Entwicklungszügen und ist im nächsten Schritt bei der Frage, wo der Blumenkübel hin soll“).

2.3.1.6 Bekanntheit, Frequentiertheit und Image Heppenheims

Überwiegend wurde eine konkurrierende Strategie für Heppenheim nicht befürwortet, zumindest nicht zum jetzigen Zeitpunkt: wirkliche Alleinstellungsmerkmale gebe es nun mal nicht, abgesehen davon, dass Heppenheim Kreisstadt ist. Jeder Versuch, die Attraktivität mit „Events“ zu steigern, führe ein Nachziehen anderer Kommunen mit sich. Ein Imagewechsel von „Stadt der Feste“ zu „Stadt des Einkaufs“ sei nicht angezeigt, weil das Image ja positiv sei. Jeder Imagewechsel berge Gefahren und dürfe nicht auf tönernen Füßen stehen (hinsichtlich Handel: Mängel im Branchenmix, im Service und z.B. Ladenöffnungszeiten, im fehlenden Einkaufsflair). Prägnant der Ausdruck: „Heppenheim hat gefühlte Dörflichkeit“. Als erstes sei zu verstehen, dass „der Feind nicht in Bensheim sitzt, sondern in Viernheim“, also im Rhein-Neckar-Zentrum.

An der Bekanntheit Heppenheims fehle es nicht, auch nicht an Frequenz. Von einer Zahl von einer Million Touristen und Gästen bei Festen und Events ist die Rede. Über deren wirtschaftliche Bedeutung für die Innenstadt gehen die Wertungen auseinander: Statistisch von großer Bedeutung (17 €/Gast) ist der von Tagestouristen kommende Umsatz aber nicht im Handel erkennbar. Wenn es um Alleinstellungsmerkmale Heppenheims gehe, sei die Altstadt der Tourismusmagnet, bei dem es im Handel gelte, durch tourismus-

spezifische Angebote auch außerhalb der Gastronomie weitere Kaufkraftbindung zu erzeugen.

Das gelte auch für Autoschau und Halloween, Oster-, Wein- und Fischerfest: sie „ beleuchteten Heppenheim für Auswärtige und sind auch gut für die Identifikation der Heppenheimer“. Das Heppenheimer Image und Prestige leiten sich also von der Altstadt ab.

2.3.2 Innenstadt Heppenheim

2.3.2.1 Wahrnehmung der Innenstadtentwicklung durch die Experten

In einhelliger Einschätzung sind die Befragten der Meinung, dass auch die Innenstadtprobleme Heppenheims zu einem guten Teil strukturelle Innenstadtprobleme sind - wie andernorts auch. Ein prägnantes Wort war dabei: „Wer im Fachhandel der Innenstädte einkaufen will, tue das jetzt. Wer weiß, ob es ihn in fünf Jahren noch gibt.“)

Besonders sind die Innenstadtprobleme in Heppenheim nur hinsichtlich der Ausprägungen und der lokalen Bedingtheit. Speziell in der Erscheinung der Innenstadt stehen die positiven Attribute für die Region und die Stadt Heppenheim („wachstumsstark, dynamisch, einkommensstark, lebenswert…“) in totalem Kontrast zum Erleben und der Erfahrung in der Innenstadt. Damit ist gemeint, dass sich die gute wirtschaftliche Basis in Stadt und Region und die Einkommensstärke der Bevölkerung nicht in der Innenstadt darstelle. Dies betrifft Stadtgestalt ebenso wie Branchenmix und Qualität des Angebots und des Services, sowie eine schleichende Entfernung von mittelstadtspezifischem Angebot und Ambiente und natürlich auch die Umsatzentwicklung.

Stichworte hierfür waren auf städtebaulicher Ebene:

- fehlende Aufenthaltsqualität
- gestalterische Defizite
- fehlendes Grün
- Die Innenstadtentwicklung habe zu sehr auf Dienstleistung gesetzt (gemeint ist der Sparkassenneubau, aber auch der Neubau des Landratsamtes, die von einem der Befragten als „Beamtenkaserne“ bezeichnet wird.)
- undurchsichtiges Passagensystem („Passagen, die nur Durchgänge sind“)
- die Starkenburgpassage als Fehlplanung
- der Abbruch Thurn-und-Taxis-Hof als Sünde des Städtebaus in den 70er Jahren
- Ungleichgewicht zwischen modellhaftem Bauen und Sanierungen zu schlechtem Bauzustand oder unangepassten Bauten
- unisono: die Metzendorf-Immobilie als „Schandmal“

Stichworte für die kommerzielle Ebene:

- „Die Heppenheimer mögen ihre Innenstadt nicht“ (fehlendes Prestige für Einkauf durch die Bevölkerung)
- gestörter Branchenmix und fehlende Angebote

- ein oder zwei neue Frequenzträger würden helfen – die Ansiedlung von Frequenzträgern sei an andern Orten geglückt,
- Ladenöffnungszeiten nicht geregelt
- Anarchische Werbung in Schaufenstergestaltung, Werbeanlagen, Aufstellern im Straßenraum
- Zusammen mit hoher Fluktuation im Handel fehle eine Struktur („Fixpunkte“ für innere Landkarte).
- In der Innenstadt Arbeitende werden vom Handel nicht als Potenzial erkannt
- gutem Service und Beratung einiger Handelsbetriebe stehen solche ohne Kundenorientierung gegenüber.
- Spezialgeschäfte und innovative Geschäftsideen zeigten, dass bei Qualität mehr möglich ist als sich jetzt in der Innenstadt darstelle.
- Durchweg positiv gesehen wird das Engagement der Werbegemeinschaft und verschiedene Einzelinitiativen (auch solche investiver Art, die einen Nachbareffekt auslösten).

Stichworte hinsichtlich der Grundeigentümer und des Wirtschaftsverhaltens

- Zurückgelehntheit und Interesselosigkeit an werterhaltende Maßnahmen
- das Erklärungsmuster: „Grundeigentümer, die von Mieten und Pachten leben“
- in der Vermietungspraxis ohne Blick auf die Gesamtentwicklung
- deshalb in der Erdgeschossebene „zu viele Läden, die hier nicht hingehören“

Wichtige Minderheitsmeinungen oder Interessensplädoyers waren:

- dauerhafte Anziehungspunkte fehlen in der Innenstadt (Kultur und Kommunikation)
- „keine Schikanen für den Handel“ als Forderung
- „Keine Ideologisierung des Verkehrs. Autoerreichbarkeit muss für den Handel gegeben sein.“
- „keine Verwischung zwischen Aufgaben der Stadt und der Wirtschaft“.
- Business Improvement District und INGE werden skeptisch gesehen: „Es funktioniert nur dort, wo die Initiative direkt von unten kommt“, ein anderer Gesprächspartner: „Auch bei den Vorzeigebeispielen darf man nicht an der Oberfläche kratzen.“
- „Die (Nach-)Vermietungspraxis muss aufgebrochen werden“
- „Von der Altstadt muss ein Abglanz auf die Innenstadt fallen“ bzw. „Wer die Integration von Altstadt und Innenstadt hinbekommt, verdient einen Orden.“
- Verbesserung der Verbindung von Altstadt zu Innenstadt (gemeint ist der Bereich Wormser Tor).

2.3.2.2 Organisation der Innenstadt

Gefragt wurde nach Einschätzungen zum Zusammenwirken Stadt, Geschäftsleuten, Grundeigentümern, Bewohnern und Öffentlichkeit. Bei unterschiedlich guten, zumeist aber sehr guten Ortskenntnissen wurde auf organisatorische Mängel im Zusammenwirken aufmerksam gemacht.

- Erkennbar war schon in der Zukunftswerkstatt das Desinteresse von Grundeigentümern an der Innenstadtentwicklung.
- Auf Ideen und Engagement folge nichts. Dies verschleisse auf allen Seiten Energie.
- Manches scheitere an fehlendem Geld, manches an unklaren Schnittstellen der Zusammenarbeit zwischen Stadt und engagierten Akteuren (dies ein Argument der vieler der örtlichen Befragten).
- Schwieriges Zusammenführen von eigentümergeführten Geschäften, Filialisten und Grundeigentümern - deshalb tue ein Citymanagement not.
- Organisatorische Schwächen der Interessensvertretung in der Wirtschaft in der Vergangenheit durch die frühere Doppelstruktur von Werbegemeinschaft und Wirtschaftsvereinigung.

Zwei wichtige, pointierte Einzelmeinungen dabei waren, dass das Wirtschaftsverhalten der Eigentümer, speziell hinsichtlich der Miethöhen, „eingenordet“ werden müsste, also die Mieterwartung an die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Unternehmen und der Branche anzupassen wären.

2.3.2.3 Stadtplanung und Stadtpolitik für die Innenstadt

Kritische Anmerkungen dazu waren in der Reihung der spontanen Nennungen:

- Ein glückloses Agieren bei zentralen Punkten der Innenstadtentwicklung ist erkennbar; angesprochen dabei durchgängig Metzendorf, häufig die geplante Sparkassenansieldung und schließlich PINI als Beispiel für das Verhältnis von Stadt und lokaler Wirtschaft und Bürger.
- „falsches Signal“ durch die Absicht der „Kaufland“-Ansiedlung.
- die Kommunikation zwischen Stadt und städtischer Öffentlichkeit sei nicht optimal und das seit vielen Jahren, deshalb würden auch bestimmte Initiativen wie die „Zukunftswerkstatt“ und nun der „Aktive Kernbereich“ mit Skepsis verfolgt.
- fehlendes Konzept bzw. wechselnde Konzepte in der Stadtgestaltung („Es gibt kein Konzept, das je durchgehalten wurde“.)
- dadurch Verschleiß von Ideen, Motivation und Energie sowohl bei den lokalen Akteuren wie auch bei der Stadtverwaltung
- Eine Werbegestaltungssatzung wäre ein wichtiger Ansatzpunkt
- Versäumnisse und ein fehlendes Wuchern mit dem Pfund der Kreisstadt. Heppenheim hat es an selbstbewusstem Agieren in die Region hinein fehlen lassen.

Ein Befragter meint schließlich dezidiert: In der Überschaubarkeit der Kleinstadt gebe es zu viele enge Verflechtungen, die dazu führten, dass alles mit allem verquickt sei. Dies führe einerseits zu einer Blockade im Handeln der Stadt, in der Vorhaben miteinander verkoppelt sind. Zum andern habe dies

aber auch wegweisende Ideen und Neuerungen blockiert und mache so in der Stadt kreative Köpfe in die Rolle des „Propheten im eigenen Land“.

2.3.3 Zusammenfassung der Experteninterviews

Diese Zusammenstellung zeigt, dass sich die Innenstadtentwicklung Heppenheims in negativer Hinsicht in den Köpfen verfestigt hat und auch bei den Befragten aus dem weiteren räumlichen Umkreis bestimmte Vorgänge bemerkt wurden.

Zum andern zeigen die Interviews, dass hinsichtlich der Rahmenbedingungen der Stadtentwicklung weitgehend Einigkeit besteht darüber,

- dass es sich um eine leistungsstarke Region handelt
- dass überall ähnlich gute Standortbedingungen und Mobilität ein Zusammenwachsen bewirkt haben
- zugleich aber Konkurrenzen bestehen
- dass Potenziale bestehen, die es ermöglichen sollten, die interkommunale Konkurrenz positiv wirksam zu steuern.

Die Sicht auf die Stadt Heppenheim und ihr gesamtstädtisches Entwicklungskonzept lässt sich mehrheitlich so zusammenfassen, dass die Stadt in der Vergangenheit zurückhaltend agiert hat oder gar nur reagiert und nun aus der Defensive heraus zwischen dem größeren Bensheim und Weinheim aufzuholen versuche. Das wird als legitim und überfällig gesehen. Für eine aggressivere, konkurrente Stadtentwicklungspolitik votierte dabei aber nur eine Minderheit der Befragten.

In der Sicht auf die Innenstadt durch die Experten ergab sich ein sehr detailreiches Bild. Die allgemeinen innenstadtspezifischen Probleme wurden mehrheitlich auch in ihrer Wirksamkeit in Heppenheim nicht in Abrede gestellt, zugleich aber auf lokale Fehlentwicklungen hingewiesen. Der Stadtpolitik – so der latente, zuweilen massive Ton – habe hier nicht entschieden und konzentriert entgegengewirkt, und dies über mehrere Jahre. Insofern gab es bei der einführenden Erläuterung zu den Programminhalten „Aktive Kernbereiche“ zu Beginn der Interviews auch durchgängig positive Reaktionen darauf, dass der Magistrat der Kreisstadt nun den Fokus auf die Innenstadt richtet.

Alle Befragten waren im übrigen auch bereit, an der Konzeption und Umsetzung des Integrierten Handlungskonzept Innenstadt fachlich und beratend mitzuwirken, etwa in Diskussionen oder durch Vermittlung von Erfahrungen aus anderen Städten mit ähnlicher Problematik.

2.4 Bestandsanalyse der städtebaulichen Situation

2.4.1 Nutzung der Gebäude

Naturgemäß sind die wichtigsten Nutzungen in der Innenstadt **Einzelhandel und Dienstleistungen**. In Heppenheim konzentrieren sich diese beiden Nutzungen vor allem auf die Friedrichstraße. Darüber hinaus sind die daran anschließende Wilhelmstraße, die Darmstädter Straße und Ludwigstraße um den Postplatz und der nördliche Bereich des Grabens mit dem Kleinen Markt noch für derartige Nutzungen bedeutungsvoll.

Selbst in der Haupteinkaufszone Friedrichstraße gibt es in den Erdgeschossläden mit Schaufenstern häufig Dienstleister wie Versicherungen, Zeitungszweigstelle, Telefonanbieter, u. ä., die eigentlich keine Schaufenster gestalten, sondern diese eher zuhängen mit Plakaten für Sondertarife, allgemeine Gruppenwerbung etc. Nun ist diese Situation nicht typisch für Heppenheim, denn in fast allen kleineren und mittleren Städten findet sich diese Vorstufe zum „Trading-down“ in Bereichen des Einzelhandels.

Wenn auch nicht so dicht und in gleicher Qualität wie in der Altstadt gibt es in diesem Bereich des Untersuchungsgebiets doch ein diverses **gastronomisches Angebot**. Die Palette reicht vom Restaurant ausländischer und deutscher Küche über Cafés und Eisdiele bis zum Imbiss des Bäckers und Spezialitätenhändlers. Diese Nutzungen ergänzen Einzelhandel und Dienstleistung positiv.

Wenn es auch mal anders geplant war, funktionieren die Lehrstraße und die Zwerchgasse sowie die Starkenburgpassage für die Zentrumsfunktion Einkauf nicht mehr – überdeutlich sichtbar am Maß der leerstehenden oder umgenutzten Ladenflächen, nicht nur im Obergeschoss, sondern auch in der Erdgeschosszone. Ein konstanter Faktor in diesem Bereich ist ein großer Drogeriemarkt.

Die Gründe für die schlechte Akzeptanz dieser Bereiche überlagern sich vielfältig: zu einer hohen Verkehrsbelastung der Lehrstraße kommt eine funktional und gestalterisch unattraktive Erdgeschosszone. Hier wechseln sich schlecht gestaltete Schaufenster mit geschlossenen Fassadenteilen, Anlieferungs- und Tiefgaragenzufahrten und Rolltoren ab. Außerdem lässt der demografische und wirtschaftliche Wandel den Schluss zu, dass diese Ladenflächen einfach ein Überangebot darstellen, das angesichts der städtebaulichen Einschränkungen als erstes „fallengelassen“ wird.

Auch die Gebäude am Parkhof, der im Untersuchungsgebiet eine relativ große Fläche einnimmt, haben mit zwei Ausnahmen für den Einzelhandel untergeordnete Bedeutung (Lager-, Werkstatt und Erschließungsflächen). Das gilt für die Parkhoffläche an sich nicht, die mit dem sehr zentralen, günstigen Parkplatzangebot eine sehr wichtige Funktion der Innenstadt innehat.

Durch den relativ häufigen Mieterwechsel der Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsflächen und die deswegen erforderlichen Umbauten, erscheint der Anteil der **Leerstände** etwas höher als er wirklich ist.

Auffällige, weil große Leerstandflächen sind die Gebäude des „Halben Monds“ (außerhalb des Untersuchungsgebiets) der aber z. Zt. saniert und wieder einer Nutzung zugeführt wird, und des ehemaligen Metzendorf-Kaufhauses. Letzteres dominiert die Friedrichstraße gestalterisch, und beeinträchtigt die Fußgängerzone als „Einkaufs“zentrum sehr. Dies gilt in eingeschränktem Maß auch für das daran anschließende Gebäude in der Zwerchgasse. Der Leerstand dieser Erdgeschossflächen ist insofern widersinnig, da diese im Vergleich zu den meisten anderen Läden in der Innenstadt große Verkaufsflächen bieten. Das Problem bei der Modernisierung und Inbetriebnahme dieser zwei Immobilien liegt aber in verfahrenen Verhandlungen der Eigentümer zu Erschließung, Nachbarrecht und Verkauf.

In den **Obergeschossen** vor allem in der Friedrichstraße und um den Postplatz haben viele **Dienstleister** wie Ärzte, Therapeuten, Steuerberater, Anwälte u. ä. ihre Räume. Teilweise erstrecken diese sich auch bis in die 2. und 3. Obergeschosse.

Ansonsten werden die Obergeschosse im Untersuchungsgebiet vor allem für Wohnungen genutzt. Je weiter man an den Rand des Untersuchungsgebiets kommt, desto häufiger ist das ganze Gebäude über alle Geschosse zum **Wohnen** genutzt. Das betrifft vor allem die Werlestraße, den Graben und die Ludwigstraße.

Die Wohnfunktion der Innenstädte vermittelt Lebendigkeit und Sicherheit über den ganzen Tag. Sie trägt wesentlich zur Funktionsvielfalt und Vitalität des städtischen Umfeldes bei. Sie erleichtert damit die Identifikationsmöglichkeiten der Bevölkerung mit ihrem städtischen Zentrum. Aus diesen Gründen ist das Wohnen in der Innenstadt wichtige und erhaltenswerte Funktion.

Zu den privaten Dienstleistungen kommen am Rande des Untersuchungsgebiets die öffentlichen Angebote durch die Verwaltungsstellen von Stadt und Kreis. Dies ist eine sehr begrüßenswerte Ergänzung der innerstädtischen Funktionen, einerseits wegen der daraus resultierenden zusätzlichen Publikumsfrequenz der Behördenbesucher, andererseits wegen der großen Anzahl der Beschäftigten, die den Geschäften und der Gastronomie regelmäßige Kunden sein können.

Auffällig ist das Fehlen von Angeboten für **Freizeit und Kultur** im Untersuchungsgebiet, die ja eigentlich zur Zentrumsfunktion gehören. Lediglich die unregelmäßigen Veranstaltungen des Martin-Buber-Hauses am Graben fallen in diese Kategorie. Als Freizeitattraktion für Gäste und Bewohner können aber auch die zahlreichen Feste und Märkte mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten in der Innenstadt gewertet werden.

Als Einschränkung oder Störung der beschriebenen Nutzungen ist vor allem der starke Kfz-Verkehr der Lehrstraße, des Postknotens und der Ludwigstraße zu nennen. In der Ludwigstraße ist er zwar nicht mehr ganz so dicht wie noch am Postplatz. Da es sich bei der Nutzung der Gebäude jedoch nach Süden zunehmend um Wohnen handelt, ist die Störung doch enorm.

Nutzungsstörung durch Verkehr gibt es auch für die Bebauung am Parkhof. In den meisten Fällen handelt es sich um gewerbliche Neben- und Lagerräume, wo nicht von Störung ausgegangen werden muss, da diese Betriebe häufig auch von dieser Seite erschlossen werden. Aber für die Wohnungen in dieser Lage ist der Parkplatzverkehr weniger eine akustische als eine ästhetische Beeinträchtigung.

Einrichtungen der **sozialen Versorgung** (Schulen, Kindergärten Seniorenbetreuung, u.v.a.m.) gibt es im Untersuchungsgebiet fast nicht. Es gibt einen Seniorentreff des Roten Kreuzes in der Werlestraße und das „B 3“, ein soziokultureller Treffpunkt der Jugendsozialarbeit. Alles andere befindet sich eher in den nördlich und westlich angrenzenden Wohngebieten sowie in der Altstadt, die fußläufig zu erreichen bei der geringen Ausdehnung der Innenstadt kein Problem ist.

Gesamtstädtische Bedeutung der Innenstadt als Einkaufszentrum

Entwicklungshistorisch haben die Innenstädte mit ihren vielfältigen Funktionen für die Bewohner größere Bedeutung als nur die eine Marktfunktion. Der Einkauf war immer nur ein Teil der möglichen Besuchszwecke in „der Stadt“. Als Verwaltungszentrum (Rathaus), als Kommunikationszentrum (öffentliche Plätze, Gastronomie) und Kulturzentrum (Theater, Kino) hatte die Innenstadt ein Fülle von Funktionen, die den regelmäßigen Aufenthalt erforderten, ein **Kopplungspotenzial**, das mehrere Zwecke in einem Besuch erledigen ließ. Besonders in der Zeit des großen Flächenwachstums der Städte nach dem 2. Weltkrieg, wobei es sich ja vor allem um Wohn- und Industriegebiete handelte, war die Innenstadt vorrangiges Versorgungszentrum im jeder Beziehung.

Gleichzeitig liefert die Innenstadt in den meisten Fällen mit den historischen oder repräsentativen Gebäuden die Grundlage für das **Image** der Stadt und den Ort für die **Identifikation** der Bewohner mit „ihrer“ Stadt. Zusammen mit der Altstadt ist dies auch im Zentrum Heppenheim so – trotz aller Schwächen, die im Folgenden noch weiter analysiert werden.

So reizvoll heute die kompakten Marktangebote in den Einkaufszentren auf der „grünen Wiese“ mit den großen, kostenfreien Parkplätzen direkt vor dem Eingang auch sein mögen, dieses Kopplungspotenzial hat die multifunktionale Innenstadt diesen noch immer voraus. Einiges dieser Nutzungsvarietät weist auch das Untersuchungsgebiet als Teil der Heppenheimer Innenstadt auf.

Diese bequeme **Parkplatzsituation** ist für heutige Kunden einer der ausschlaggebenden Gründe für die Präferenz der Einkaufscenter. Das Auto ist unabdinglich mit dem Zweck Einkauf verbunden und es ist kaum realistisch, dieses Einkaufsverhalten ändern zu wollen. In einer Konkurrenzbetrachtung Innenstadt – Tiergartenstraße ist die Parkplatzverfügbarkeit in kurzer Distanz zum Zentrum von größter Bedeutung.

Die Qualität der Ware, die individuelle Einkaufs- und Fachberatung und die Kundennähe des Einzelhandels werden häufig als Vorzüge des innerstädtischen Zentrums gegenüber der Massenware und -abfertigung der Einkaufszentren beschworen. Dies ist eher zu bezweifeln, da die Angebotsvielfalt in großen Märkten eher größer ist, die Fachberatung in den Innenstädten auch nicht immer gewährleistet werden kann (auch hier Hilfskräfte und angelerntes Personal). Auch sind die Ansprüche der Kunde so individuell, dass nicht jeder sich gerne in seiner Einkaufsentscheidung beraten oder gar beeinflussen lassen möchte. Mancher empfindet dies sogar als belästigend.

BESTANDSANALYSE

Erdgeschossnutzungen

Bestand

- Einzelhandel
- private Dienstleistung
- Wohnen
- Gastronomie
- offentliche Dienstleistung (Verwaltung, Kultur, Soziales)
- Leerstand
- Bebauung, allgemein / Nebengebäude
- Gebäude mit Verwaltungsnutzung
- kulturelle Nutzung
- soziale Nutzung

Wertung, Analyse

- störende Nutzung oder Fehlnutzung (Leerstand, Lärm, Emission, etc)
- Nutzungsstörung durch Verkehrsbelastung
- problematische Erschließung / Andienung der Grundstücke

0 10m 50m 100m

Heppenheim - Integriertes Handlungskonzept - Aktiver Kernbereich
Projekt

Bestandsanalyse
Bearbeitungsabschnitt

Erdgeschossnutzungen
Planinhalt

1:1000 i.O.
Maßstab

090501
Projektnummer

Eig
Projektleitung

Bo
Bearbeitung/Datum

Geprüft/Datum

Freigegeben/Datum

A2 l.O
Blattgröße

1/1/01
Plannummer

Kreisstadt Heppenheim
Großer Markt 1
64646 Heppenheim
Bauherr/Auftraggeber

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung mbH
30dstraße 51 • 64589 Stockstadt/Rhein
Tel. 06158 784684 • Fax 784683
email: info@esprojekt.de

Diese Zeichnung ist unser Eigentum und darf ohne unsere Genehmigung weder vervielfältigt oder verwertet werden, noch dürfen Mitteilungen, auch in Details, an dritte Personen gemacht werden. (§ 1 vom 19.6.1901 + §18 vom 7.6. 1909 Urhebergesetz)

BESTANDSANALYSE
Obergeschossnutzungen

Bestand

- Einzelhandel
- private Dienstleistung
- Wohnen
- Gastronomie
- Dienstleistung (Verwaltung, Kultur, Soziales)
- Leerstand
- Bebauung, allgemein
- Gebäude mit Verwaltungsnutzung
- kulturelle Nutzung
- soziale Nutzung

Wertung, Analyse

- Nutzungsstörung durch Leerstand
- Nutzungsstörung durch Verkehrsbelastung
- Wohnnutzung beeinträchtigt durch eingeschränkten Freiflächenbezug (Enge, Lärm, Verkehr)

0 10m 50m 100m

Heppenheim - Integriertes Handlungskonzept - Aktiver Kernbereich
Projekt

Bestandsanalyse
Bearbeitungsabschnitt

Obergeschossnutzungen
Planinhalt

1:1000 i.O.
Maßstab

090501
Projektnummer

Eig
Projektleitung

Bo
Bearbeitung/Datum

Geprüft/Datum

Freigegeben/Datum

A 2 i.O.
Blattgröße

1/1/02
Plannummer

Kreisstadt Heppenheim
Großer Markt 1
64646 Heppenheim
Bauherr/Auftraggeber

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH

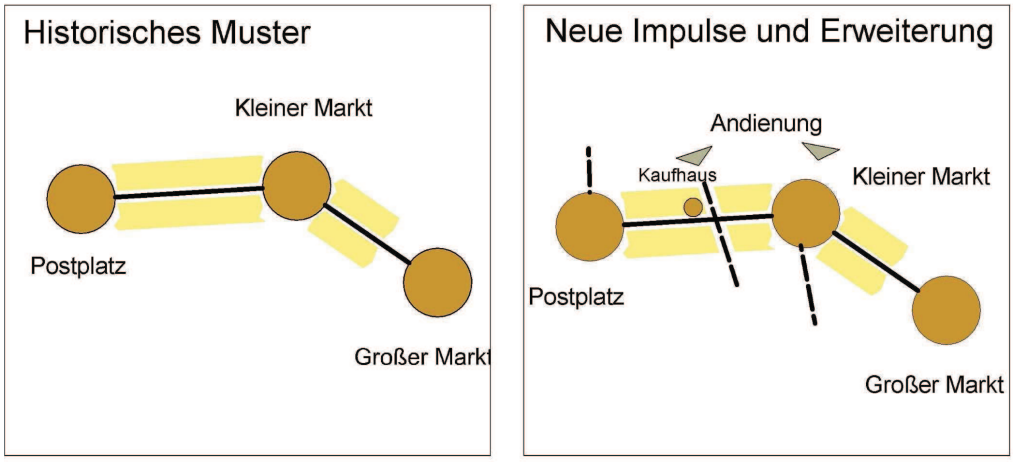
EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung mbH
Südstraße 51 • 64589 Stockstadt/Rhein
Tel.06158.764464 • Fax:764463
email:info@espro jekt.de

Diese Zeichnung ist unser Eigentum und darf ohne unsere Genehmigung weder vervielfältigt oder verwertet werden, noch dürfen Mitteilungen, auch in Details, an dritte Personen gemacht werden. (§§ vom 19.6.1901 + §18 vom 7.6. 1909 Urhebergesetz)

2.4.2 Analyse der Innenstadtstruktur und Entwicklung

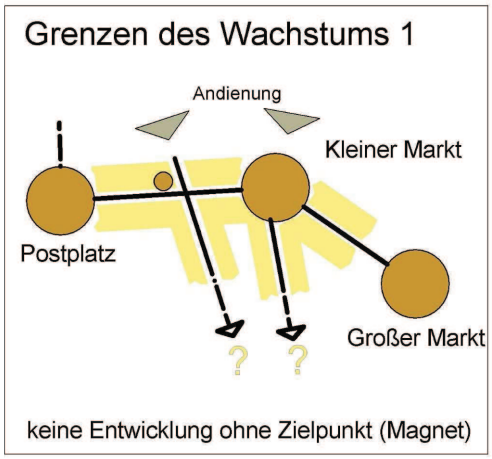
2.4.2.1 Innenstadtstrukturen

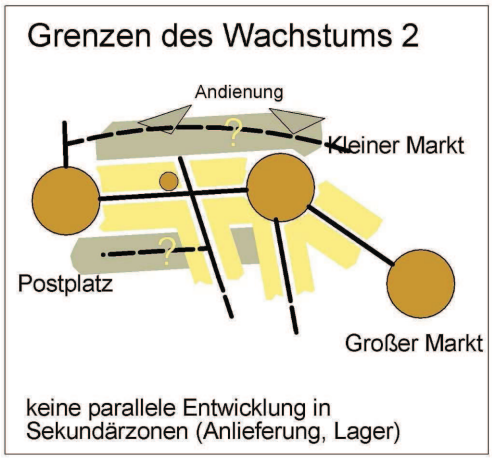
Die Entstehung der Heppenheimer Innenstadt ist zurückzuführen auf die lineare Verbindung des Markts in der Altstadt zum Kleinen Markt, einem historischen Kreuzungspunkt außerhalb der Stadtmauer (Graben), und von dort weiter entlang des Stadtbachs zum Posthof an der Darmstädter Straße (heute Postplatz)[37][38]. Entlang der Bachgasse siedelten sich Händler und Handwerker sowie Gasthäuser an.



Mit der Errichtung des Kaufhauses um die Jahrhundertwende (und der Stadtgebiete im Norden und im Westen) erhielt dieser Bereich wesentliche Erweiterungsimpulse am Graben entlang und an der Kreuzung Wilhelmstraße. Die Anlieferung erfolgte schon historisch über die Zwerchgasse und von den Plätzen aus, da die Hauptverkehrsstraße die Fürther Straße (heute Siegfried- und Lehrstraße) war und die Bachgasse wegen des bis in die Mitte 19. Jahrhunderts offenen Bachs für größere Fuhrwerke nicht geeignet war.

[37] Legende: Analyse Innenstadtentwicklung
[38] Siehe historische Entwicklung Kapitel 1.2.2





Dass die Erweiterung der Heppenheimer Innenstadt nicht selbstverständlich an Wilhelmstraße und Graben weiterging, ist nicht nur auf die demografische und wirtschaftliche Entwicklung (u. a. Tiergartenstraße) zurückzuführen, sondern städtebaulich gesehen auch darauf, dass Fußgänger Rundwege oder lineare Wege mit starken Zielpunkten (Magnetwirkung) bevorzugen. Beides ist hier nicht gegeben. Der Versuch, durch die Erschließung des Parkhofs und durch die Neubebauung der Lehrstraße und Starkenhofpassage solche Rundwege herzustellen, ist wohl am unattraktiven städtebaulichen Umfeld dieser sekundären Funktionszonen (Andienung, Hinterhof, starker Kfz-Verkehr) gescheitert.

2.4.2.2 Exkurs Passagen

Möglicherweise aus dem Bestreben heraus, die oben beschriebene lineare Struktur etwas aufzubrechen, sind neben der als Einkaufspassage mit vielen Läden geplanten Starkenburgpassage auch mehrere Durchgänge durch die Quartieren entstanden. (Siehe Plan Stadtgestalt und Baustruktur). Dies wurde durch die historische Baustruktur der überbauten Hofdurchgänge begünstigt, in denen ursprünglich die Waren dargeboten und verkauft wurden.

Aus gestalterischer Sicht ist der größte Teil der Heppenheimer Passagen der Innenstadtatmosphäre abträglich:

- Einerseits führen sie durch die Hinterhöfe und eröffnen dem Besucher einen Bereich, der eigentlich nicht für die Öffentlichkeit bestimmt ist und aus diesem Grund auch nicht durchgestaltet ist.
- Andererseits sind diese Durchgänge meist verwinkelt, unübersichtlich, und dunkel.

„Mit dem Namen Passage bezeichnet man einen zwischen belebten Straßen hindurch geführten, glasüberdachten Verbindungsgang, der auf beiden Seiten gesäumt ist von Reihen einzelner Läden. In den oberen Geschossen können Läden, Büros, Werkstätten, Wohnungen untergebracht sein. Die Passage ist eine Organisationsform des Einzelhandels."

„Sie ist Angebot des öffentlichen Raums auf privatem Gelände, …. Schutz vor Witterung, …"

„Ihr Florieren ist in hohem Maße abhängig von dem städtebaulichen Zusammenhang, in den sie eingebettet ist. Sie kann nur existieren, wenn sie im Hauptgeschäftsgebiet der Stadt liegt und zwei möglichst gleich stark frequentierte Straßen miteinander verbindet."

„Die Passage ist immer ein selbständiges Gebäude mit eigenem Grundstück. ....."

„Passagenraum: gedachter Außenraum als Innenraum – ins Innere hineingezogene Fassade mit Außenarchitektur. Vom Außenraum unterscheidet sich die der Passageraum dadurch, dass er …überdacht ist. …"[39]

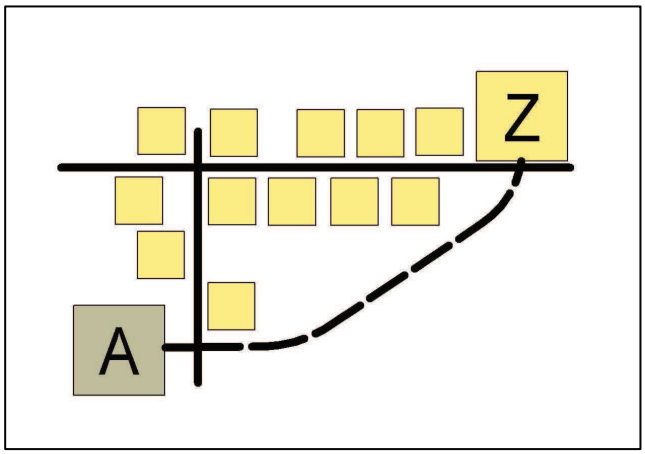
[39] Auszüge aus J.F. Geist „Passagen – ein Bautyp des 19. Jhdts." 1978: Definition Passage

Wichtigste Gestaltungselemente für Passagen sind:

- beidseitig gestalteter Zugang (Tore, Türen, Beleuchtung, Ausblick)
- gestaltete Elemente Boden - Wand – Decke (Querschnitt, Proportion, Oberflächen, Licht)
- Licht – Tageslicht
- Überdachung als besonderes Element – Witterungsschutz, Sichtschutz vor der Hinterhofsituation
- „Der Weg ist das Ziel“ – Läden und Schaufenster

Selbst die **Starkenburgpassage**, die als solche gebaut und gestaltet wurde und ein repräsentatives Portal hat, beidseitig mit Läden und Schaufenstern flankiert ist, funktioniert nicht. Das liegt möglicherweise daran, dass sie Im Hinterhof oder im Drogeriemarkt endet, vielleicht auch daran, weil die Innenraumgestaltung etwas düster und unübersichtlich ist.

Nun ist die Heppenheimer Innenstadt nicht groß und die Strecken von einer Straßenecke zur anderen sind nicht lang – folglich kommt es auf abkürzende Wege nicht wirklich an.



Nicht zuletzt umgeht man mit den Abkürzungen den Hauptweg, der mit schönen Fassaden und Schaufenstern gestaltet wurde, an dem die Händler und Kaufleute ihre Ware darbieten. Durch die Abkürzungen entgehen dem Einzelhandel an den Straßen die Passanten und Flaneure.

Eine positive Ausnahme stellt die Passage zwischen Parkhof Nord und Friedrichstraße dar, deren Fläche von Auslagen eines Buchladens und durch ein Blumengeschäft gestaltet sind und dessen Zugänge durch Glastüren geschlossen werden können. Hier ist es sauber, hell und lebendig. Hier kann man nicht sagen, dass der Einzelhandel von der Abkürzung nicht profitiert, da man durch die Auslagen hindurch geht.

2.4.3 Grün- und Freiflächen

Eingerahmt von wichtigen, teilweise stark befahrenen Hauptverkehrs und Erschließungsstraßen sind die Straßen innerhalb der Untersuchungsgebietsgrenzen als Fußgängerzone oder verkehrsberuhigte Bereiche ausgewiesen. Eine Ausnahme bildet die Parkhofstraße zur Erschließung des großen Innenstadtparkplatzes.

Beim Gang durch das Untersuchungsgebiet fällt zunächst das Fehlen einer **natürlichen Begrünung** der Straßen und Wege auf. Erst wenn man in die Privatgrundstücke oder Quartiersinnenbereiche im südlichen Bereich schaut (z. Bsp. zwischen Graben und Wilhelmstraße oder um die Villa Buttron), wird dieses Bild etwas korrigiert. Spätestens aber außerhalb der festgelegten Untersuchungsgebietsgrenzen – im **Graben** -, beeindrucken die großen Platanen und Catalpas.

Räumlich noch nicht gleichermaßen wirksam, weil noch relativ klein, aber doch schon wahrnehmbar als Gestaltungselement ist die Baumreihe an der Lehrstraße, die einerseits den baulichen Kontrast zwischen den beiden Straßenseiten etwas mildert (hohe, unruhige Fassaden auf der Südseite gegenüber Altbauten der Nordseite), andererseits von der Präsenz des starken Kfz-Verkehrs ablenkt.

Es liegt durchaus in der Natur einer Einkaufszone, dass die Verkehrsflächen zur gefahrlosen, sauberen Erschließung der Läden gepflastert oder asphaltiert sind. Da die Straßen der Innenstadt in Heppenheim einerseits relativ schmal sind, die Friedrichstraße als Haupteinkaufsbereich oberhalb des überwölbten Stadtbachs verläuft („Bachgass“), waren bisher alle Bemühungen, mehr Grün in die Innenstadt zu bekommen, eher unbefriedigend. Die Blumenampeln fallen neben den aufdringlichen Werbeträgern in halber Höhe kaum mehr positiv ins Auge. Die Baumpflanzungen in der Wilhelmstraße haben kein Gestaltungsprinzip (Reihe, Tore, o.ä.) und sind noch relativ jung und wenig bemerkbar.

In den dicht bebauten Innenstadtquartieren sind auch die **Höfe** zwischen Vorderhaus (Laden) und Hinterhaus (Werkstatt, Lager) im Allgemeinen als Nutz- und Verkehrsfläche versiegelt oder gar überbaut und nicht begrünt. Das ist auch in Heppenheim so. Einblick in diese Höfe bekommt man als Besucher fast zwangsläufig, da zahlreiche Zufahrten und Höfe als Durchgänge halböffentlich sind.

Besonders auffällig ist die große asphaltierte Fläche des **Parkhofs** in der Mitte des Gebiets. Von höchst wichtiger Funktion für die Innenstadt wirkt sie jedoch wegen der ungegliederten, kahlen Fläche und wegen ihrer ungestalteten Randbebauung sehr negativ.

Bemerkenswert ist das **Fehlen von einladenden Aufenthaltsbereichen** im Untersuchungsgebiet. Durch die enge, lineare Struktur der Fußgängerzone ergibt sich nirgendwo eine vom Fußgängerverkehrsstrom abgeschirmte Nische oder gar ein Plätzchen, das zum Verweilen einlädt und eine Ruhezone oder einen Spielbereich ermöglicht. Mit viel Fantasie wurde in der Wilhelmstraße durch Baumstellung der Platz für zwei Spielgeräte, eine Bank und die Außenbestuhlung eines Cafés geschaffen. Das funktioniert trotz schattiger Lage, weil die Fußgängerfrequenz hier nicht so dicht ist und die Schaufenster der Sparkasse keine besondere Neugier wecken.

Erst am Rande der Altstadt finden sich in Innenstadtnähe zwei Bereiche ohne viel durchlaufendes Publikum und optische Konsumreize, die sich zum Spielen und Ausruhen anbieten: die Hofbebauung des Kleinen Markts und die beiden Plätzchen vor der Stadtmauer rechts und links der Kellereigasse am Graben. Letztere sind allerdings vom Innenstadtgeschehen schon wieder ziemlich weit weg, so dass diese sich eher für Insider anbieten, zumal der südliche Teil durch ein schönes, aber geschlossenes Tor im Allgemeinen unzugänglich ist (wg. Vandalismus?).

Die tristen, versiegelten Hinterhöfe und das Fehlen von Aufenthalts- und Grünflächen sowie Spielplätzen sind unter dem Aspekt der **Wohnnutzung** in der Innenstadt ein erhebliches Manko. Eine ausgewogene Bewohnermischung setzt diese Wohnfolgeinrichtungen voraus. Ihr Fehlen wird auf die Dauer zu einer einseitigen Bevölkerungsstruktur und eventuell sozialen Problemen führen, was in der Statistik schon heute ablesbar ist.

Eine Neu- oder Umgestaltung vorausgesetzt bieten die Flächen des Parkhofs und des Grabens Möglichkeiten zum **Ausgleich im öffentlichen Raum**. Der Parkhof Nord hat jetzt schon einige raumwirksame Bäume als Grundlage für die Gestaltung. Die geschlossene Nordfassade ist als Platzwand noch sehr verbesserungsbedürftig, da es sich in den meisten Fällen um Lagergebäude und überbaute Zufahrten bzw. Anlieferungstore handelt. Der südliche Parkhof bietet die meisten innerstädtischen Parkplätze und ist auch als Aufenthaltsfläche zu groß und unproportioniert. Als westliche Begrenzung der Altstadt beeindruckt der Graben durch seine stattlichen Platanen. Momentan wird seine langgestreckte Fläche jedoch nahezu vollflächig als Erschließungs- und Parkraum genutzt. Nur mit einer Reduzierung der Verkehrsflächen ist eine Umgestaltung für den innerstädtischen Aufenthalt denkbar.

Das Quartiersinnere zwischen Graben und Wilhelmstraße ist durch private Gärten und Grüngestaltung geprägt. In den Häusern der Randbebauung gibt es fast überall, teilweise auch in den Erdgeschossen, sehr viele Wohnungen verschiedensten Standards (kleine Hinterhof- und Dachwohnungen bis zur Wohnetage in der Gründerzeitvilla). Aus der Perspektive dieser Wohnnutzung ist der grüne Hinterhof eine wertvolle Wohnergänzung. Gleichwohl gibt es im Bereich **„Südliche Friedrichstraße“** einen **Bebauungsplan** für den Hinterhof, der hier die Erweiterung der innerstädtischen Einzelhandels- und Gastronomienutzung in das Quartierinnere hinein ermöglichen soll. Unter dem Aspekt eines Durchbruchs der Parkhofstraße bis an den Graben ist dies eine Option zur Erweiterung der innerstädtischen Funktionen und der „Abrundung“ der Wegeführung. Andererseits gibt es seit 20 Jahren den Bedarf zur Erweiterung nicht (Leerstände), und man würde der einkaufenden Öffentlichkeit eine weitere dauerhafte Hinterhofsituation präsentieren, deren zahlreichen Vorläufer schon in der Vergangenheit nicht erfolgreich gewesen sind. Für die Wohnfunktion dieses Quartiers wäre die Realisierung dieser Nutzungs- und Bebauungspläne eine Schwächung.

BESTANDSANALYSE

Grün- und Freiflächen

Bestand

- Bebauung, Gebäude
- versiegelte Flächen: Straßen, Parkplätze
- versiegelte Flächen: private Höfe
- versiegelte Flächen: Fußgängerzone
- unversiegelte Flächen: Kiesflächen (öff.)
- unversiegelte Flächen: private Gärten
- Bäume mit starker räumlicher Wirkung
- Spielplatz
- P Parkplatz

Wertung, Analyse

- Flächen erhaltenswert wg besonderer Funktion oder Gestalt
- Flächen mit unbestimmter Nutzung und Erschließung
- Aufenthaltsbereiche unabhängig von Verkehrsbewegungen
- Nutzungs- und Gestaltungspotenziale

Heppenheim - Integriertes Handlungskonzept - Aktiver Kernbereich
Projekt

Bestandsanalyse
Bearbeitungsabschnitt

Grün- und Freiflächen
Planinhalt

1:1000 i.O.
Maßstab

090501
Projektnummer

Eig
Projektleitung

Bö
Bearbeitung/Datum

Gesichtet/Datum

Freigegeben/Datum

A2 i.O.
Blattgröße

1/1/03
Plannummer

Kreisstadt Heppenheim
Großer Markt 1
64646 Heppenheim
Bauherr/Auftraggeber

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH
EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung mbH
30cktraße 51 • 64589 Stockstadt/Rhein
Tel. 06158 784684 • Fax 784683
email: info@eiqprojekt.de

Diese Zeichnung ist unser Eigentum und darf ohne unsere Genehmigung weder vervielfältigt oder verwertet werden, noch dürfen Mitteilungen, auch in Details, an dritte Personen gemacht werden. (§ 1 vom 19.6.1901 + §18 vom 7.6. 1909 Urhebergesetz)

2.4.4 Wohnen in der Innenstadt

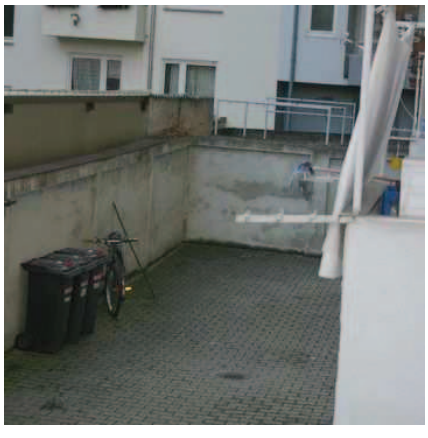
Ein wichtiger Bestandteil der Innenstadtnutzung ist die Wohnfunktion. Im Gegensatz zu zahlreichen größeren Städten ist diese Nutzung in Heppenheim noch deutlich vorhanden. Nach der Statistik wohnen allein im Untersuchungsgebiet noch ca. 2000 Heppenheimer (siehe Kapitel Bevölkerungsentwicklung) – meist in den Obergeschossen über den Einzelhandels- und Dienstleistungsebenen, verstärkt in dem Quartier zwischen Graben und Wilhelmstraße.

Wohnen garantiert Urbanität und Lebendigkeit auch nach Ladenschluss, besser als dunkle, leere Fenster in den Obergeschossen der zusammengeklappten Ladenvorzonen und erloschenen Schaufenster.

Es gewährleistet soziale Kontrolle und gepflegte Umgebung, Anteilnahme am öffentlichen Leben und allem, was rund um das Haus auf den Straßen und den Plätzen geschieht - und wie.

In Heppenheim findet sich im Untersuchungsgebiet eine ausgewogene Bewohnermischung (Ladenbetreiber, Eigentümer, Mieter jeder Couleur), und im Vergleich mit anderen Innenstädten und Stadtteilen ist das Zentrum nicht Wohnviertel ausschließlich für benachteiligte Bevölkerungsgruppen. Die Sozialanalyse hat aber die hohe Fluktuation und somit ein gefährdetes Gleichgewicht deutlich gemacht.

Im Vergleich zu typischen Wohngebieten ist die Wohnsituation zur Einkaufzone raus quirlig mit Einkauf, Gastronomie, Verkehr ist es lebendig, offen, bunt und laut.



An der Rückseite dominieren Nebengebäude, Lager Andienungsverkehr. Hier ist es meist eng, dunkel, grau und tagsüber auch laut.

Der Freiraumbezug in der direkten Wohnumgebung als Balkon oder öffentliche Grünanlage ist nicht immer gegeben. Dadurch fallen Familien als potenzielle Bewohner für Innenstadtwohnungen schon fast weg. In Heppenheim gibt es kaum Aufenthaltsbereiche in der Innenstadt und auf den ersten Blick akzeptable private Freiflächenbezüge nur im Quartier westlich des „Grabens“.

Dadurch erklären sich die Befunde aus der Bevölkerungsstatistik, die die Innenstadt als Übergangslösung für Zuziehende deutet, mit wenigen längerfristigen Wohnverhältnissen und einem minimalen Anteil von Familien mit Kindern und Jugendlichen.

Eine Nutzung mit Einzelhandel und Dienstleistung über alle Geschosse gibt die Nachfrage in Heppenheim nicht her. Also ist neben den o. a. Gründen der Urbanität Wohnen eine erwünsche Nutzung. Diese ist qualitativ aber nur mit den erforderlichen Wohnfolgeerfordernissen (vorrangig Freizeitangebote, angemessene Freiraumbezüge) und einem breiten Angebot an Wohnungsqualitäten für eine diverse Bewohnermischung zu halten.

Die Randzonen der Innenstadt, deren Vorderseite durch Verkehrslärm der Bundesstraßen B 3 und B 460 gestört wird und die Rückseiten durch Hinterhofsituation geprägt ist, drohen sich wie das klassische „Zonenrandgebiet“, zu entleeren. Nur wenn die Wohnungen durch Belichtung, Ausstattung und ungewöhnliche Grundrisse oder durch den überzeugenden Mietpreis interessant genug sind, kann eine kontinuierliche Belegung sichergestellt werden.

2.4.5 Stadtgestalt und Baustruktur

Das Untersuchungsgebiet in der Innenstadt Heppenheims ist geprägt von einer weitgehend geschlossenen **Blockrandbebauung** mit etlichen, teilweise sehr gut erhaltenen denkmalgeschützten Gebäuden. Ausnahmen der geschlossenen Bebauung bilden die südwestliche Viertel (Werlestraße/Ludwigstraße) mit eher einzeln stehenden Wohnhäusern, außerdem der Parkhof ohne gestaltbildende Bebauung, der eher wie eine große Baulücke wirkt.

Die Grundstücksteilung entlang der Straßen um Untersuchungsgebiet ist relativ gleichmäßig mit Grundsstücksbreiten von durchschnittlich 9 bis 11 Metern, aber unterschiedlicher Grundstückstiefe (in der östlichen Wilhelmstraße sind die Grundstücke durchschnittlich nur um die 20 m tief). So gleichmäßig die **Grundstücksstruktur** ist, das bauliche Erscheinungsbild spiegelt diese nicht wider:

Die **Gebäudehöhe** variiert zwischen zwei bis vier Geschossen und teilweise mit sehr unterschiedlichen Geschosshöhen, so dass das Fassadenbild bereichsweise eher unruhig wirkt. Im gesamten Untersuchungsgebiet kann man eine Verwirrung der Maßstäbe, Dachformen, Fensterformaten, etc bemerken, die aber nicht nur eine der letzten Jahrzehnte, sondern teilweise schon eine historische ist. In seiner Erbauungszeit war z.B. schon das Metzendorf'sche Kaufhaus eine Maßstabssprengung in seiner baulichen Umgebung.

Auffällig hoch ist das Eckgebäude am Postplatz, Ecke Friedrichstraße/Darmstädter Straße, mit seinen sieben Geschossen. Als städtebauliche Dominante am Eingang zur Fußgängerzone könnte die besondere Höhe das richtige städtebauliche Mittel sein, aber wenn die Fassadengestaltung derart beliebig ist und durch die Höhe gleichzeitig die beeindruckende Dominante der Starkenburg auf dem Schlossberg verdeckt wird, muss das als ein baulicher Fehler gewertet werden.

An der Kreuzung Friedrichstraße/ Wilhelmstraße/Zwerchgasse wurden mit dem historischen Beispiel des **ehemaligen Kaufhauses „Mainzer“** (oder Metzendorf) auch die neueren Eckgebäude etwas höher gestaltet als der Rest, was aber nicht negativ auffällt. Vielmehr stört an der Kreuzung einerseits der Gebäudezustand des leerstehenden Kaufhauses (Friedrichstraße 21): zum einen strahlen die dunklen Schaufensterbögen in Erd- und Obergeschoss einen Eindruck von wirtschaftlichem Niedergang auch auf die umgebenden Gebäude aus, zum anderen fallen Vandalismus, Bauschäden und Plakatierung der Fenster als besonders schmutzig und ungepflegt auf. Das Gebäude steht seit über sieben Jahren leer, und die mangelnde Nutzung und Bauunterhaltung lassen bei dem stadtbildprägenden Gebäude auf erhebliche Schäden und entsprechenden Sanierungsaufwand schließen.

Die **bauliche Gestalt der Friedrichstraße** als Haupteinkaufsstraße in Heppenheim ist natürlich von besonderer Wichtigkeit. In der sehr heterogenen historischen Randbebauung aus dem 17. bis 20. Jahrhundert fallen vor al-

lem die Bauten der 70- und 80er Jahre des letzten Jahrhunderts in Höhe, Dachform, Fensterformaten und Fassadenproportion als unmaßstäblich auf. Es stehen traufständige Fachwerkhäuser neben klassizistischen Putzfassaden mit Zwerchgiebel, alle mit hochformatigen Fenstern, dann kommt ein deutlich höherer Bau mit Flachdach und horizontalen Fensterbändern. Das Gesamtbild der Friedrichstraßenbebauung ist alle andere als harmonisch.

Dazu kommt die chaotische, aufdringliche **Möblierung** der Fußgängerzone: Neben notwendigen Gegenständen wie der sehr erwünschten Außenbestuhlung der Cafés und Gaststätten, den Fahrradständern, Laternenmasten, etc. steht Überflüssiges wie Blumenkübel mit künstlichen und echten Pflanzen, Werbeträger aller Art (Klappständer, Hängeschilder), Krabbelkisten, Warenständer, Wegweiser zu gewerblichen Anbietern im Hinterhof und vieles andere mehr. Teilweise ist die Durchgangsbreite der Straße durch diese Möblierung auf nur 2 m eingeschränkt.

Zum Betrachten der Schaufenster bleibt da kein Platz. In vielen Fällen ist dies aber auch kein Verlust, da viele Ladenflächen von Dienstleisten belegt sind, die sowieso keine Waren für eine Schaufenstergestaltung haben.

Letztendlich ist auch die Pflasterung der Fußgängerzone relativ unruhig mit der Einteilung in rote und hellgraue Felder, häufig durchbrochen von technischen Einbauten aller Art. Die Oberflächengestaltung wurde erst vor einigen Jahre fertig gestellt und als Betonpflaster relativ glatt und gut begehbar.

Auch außerhalb der Friedrichstraße als Haupteinkaufsbereich fällt auf, dass viele Schaufenster und Erdgeschosszonen der Gebäude nicht mehr als Schauseite und effektive Werbefläche für die Fußgänger genutzt oder gestaltet werden, sondern hier nur noch mit Plakaten und gegen die Scheiben geklebten Flyern geworben wird. Dies ist besonders auffällig dort, wo der Einzelhandel des Untersuchungsgebiets Innenstadt sowieso nicht erfolgreich funktioniert (z. B. Lehrstraße). Von Schaufenstergestaltung kann da nicht die Rede sein.

In der Lehrstraße wie im Parkhof-Nord wird zudem im Erdgeschoss auch deutlich, dass es sich weniger um Einzelhandelsschwerpunkte handelt, sondern vor allem um Anlieferungszonen. Die praktischen Rolltore, Vorfahrten für Lieferfahrzeuge und Standorte für Abfallcontainer sind für die Flaneure

unter den Innenstadtbesuchern alles andere als einladend. Prof. W. Ackers hat diese Bereiche sehr treffend als „Zonenrandgebiete“ bezeichnet[40], Bereiche der Innenstädte, in denen nicht Stadtraum, Markt und Urbanität gestaltgebend sind, sondern Funktion und Verkehr. Für eine positive Identität ist dies keine gute Voraussetzung.

So schmuck sich die Altstadt mit ihren sanierten Gebäuden darstellt, fallen die zahlreichen Gebäude in **sanierungs- und modernisierungsbedürftigem Zustand** im Untersuchungsgebiet auf. In vielen Fällen handelt es sich um Scheunen und andere Hofgebäude, die keine weitere Funktion mehr haben als die einer Garage oder Abstellkammer. Andere sind vor allem gewerblich genutzte Hauptgebäude, die vor 40 Jahren das letzte Mal baulich überholt wurden. Hier gibt es nicht nur gestalterischen Nachholbedarf, sondern auch unter energetischem Aspekt einigen Modernisierungsbedarf.

Bezugnehmend auf die kapiteleingangs beschriebene regelmäßige Grundstücksstruktur liegt es wohl in der Besonderheit der Innenstadtnutzung, dass auch die inneren Grundstücke relativ dicht und unzusammenhängend überbaut sind. An die Erdgeschosse wurde zur Vergrößerung der Verkaufsfläche immer wieder angebaut, so dass diese teilweise zu 100 % überbaut sind. Andere Grundstücke haben eine Hinterhausbebauung mit Höfen zwischen Vorder- und Hinterhaus, wiederum andere etliche Anbauten und Hinterhäuser in unterschiedlicher Höhe. Geht man durch die Quartiersinnenbereiche, was durch die abkürzenden Fußwegeverbindungen zwangsläufig ist, eröffnet sich einem die Welt der Lager, Schuppen, An- und Überbauten u. a. Nebenräume. Diese sind für die Einzelhändler und Gewerbetreibenden natürlich unverzichtbar, aber der Eindruck, den dieser alternative Weg durch die Innenstadt hinterlässt, ist der schlecht organisierter, **trister Hinterhöfe**, die der glitzernden Welt der Schaufenster und Werbung entgegenwirken.

Dieser Eindruck wird verstärkt durch die Bebauung des **Parkhof**s, die effektiv nur die rückwärtige Bebauung der Grundstücke an der Ludwig-, Friedrich-, Wilhelm-, und Werlestraße ist. Für den wichtigsten innenstädtischen Parkplatz, von dem aus jeder Besucher den ersten und letzten Eindruck der Hep-

[40] Prof. Walter Ackers: “Auf der Suche nach Ansehen. Über den städtischen Kern unserer Identität“ 19.11.2009

penheimer Stadt mitnimmt, ist das eindeutig zuwenig an städtebaulicher Gestaltung.

Wenngleich außerhalb der Abgrenzung gelegen, haben folgende drei Bereiche für das Untersuchungsgebiet große räumlich-gestalterische Bedeutung:

Ein wichtiger Orientierungspunkt für das Heppenheimer Zentrum ist der **Kleine Markt.** An der Siegfriedstraße (B460), einer wichtigen Odenwald-Ried-Verbindungsstraße gelegen, bietet sich dem Vorbeifahrenden, besonders von Osten kommend ein interessanter Einblick in diesen Gelenkpunkt zwischen Altstadt und zentralem Einkaufsbereich – wenn man den Blick von der Straße abwenden kann. Aber auch für Fußgänger aus dem nördlich angrenzenden Viertel kommend ist der Kleine Markt der Gelenkpunkt für anschließende Wege. Von hier aus geht es in die Altstadt, über den Graben nach Süden oder in den zentralen Einkaufsbereich der Friedrichstraße. Räumlich hat der Kleine Markt drei Schwerpunkte, was ihn als Platz verunklart und was die Frage zulässt: Was ist eigentlich der Kleine Markt?

1. Der Bereich an der B460 , räumlich eingefasst durch einige denkmalgeschützte Altbauten und die Ecke des Neubaus der Starkenburgpassage, ist der ursprüngliche „Kleine Markt“ aus dem 13. Jahrhundert, mit einer grandiosen Blickbeziehung zum Schlossberg, aber als historischer Platz auch wegen des Verkehrs kaum erlebbar.

2. der polygonal von einer Neubebauung eingefasste, verkehrsberuhigte Platz mit Durchgang zur Altstadt. Hier ungefähr war ursprünglich die Verbindung der Marktstraße zum Kleinen Markt

3. der Bereich vor der Starkenburgpassage, als heute wichtigste Kreuzung zwischen Marktstraße/ Friedrichstraße (0st/West) und Graben (Nord/Süd). Dieser Platzbereich ist allerdings durch die Bauten des 20. Jahrhunderts und Gestaltungselemente räumlich sehr zerpflückt.

Durch eine schöne Natursteinpflasterung wurde in der Vergangenheit ein gutes Mittel zum Zusammenfassen der Bereiche gewählt. Ganz gelungen ist es durch die Baumstellung und andere Elemente nicht.

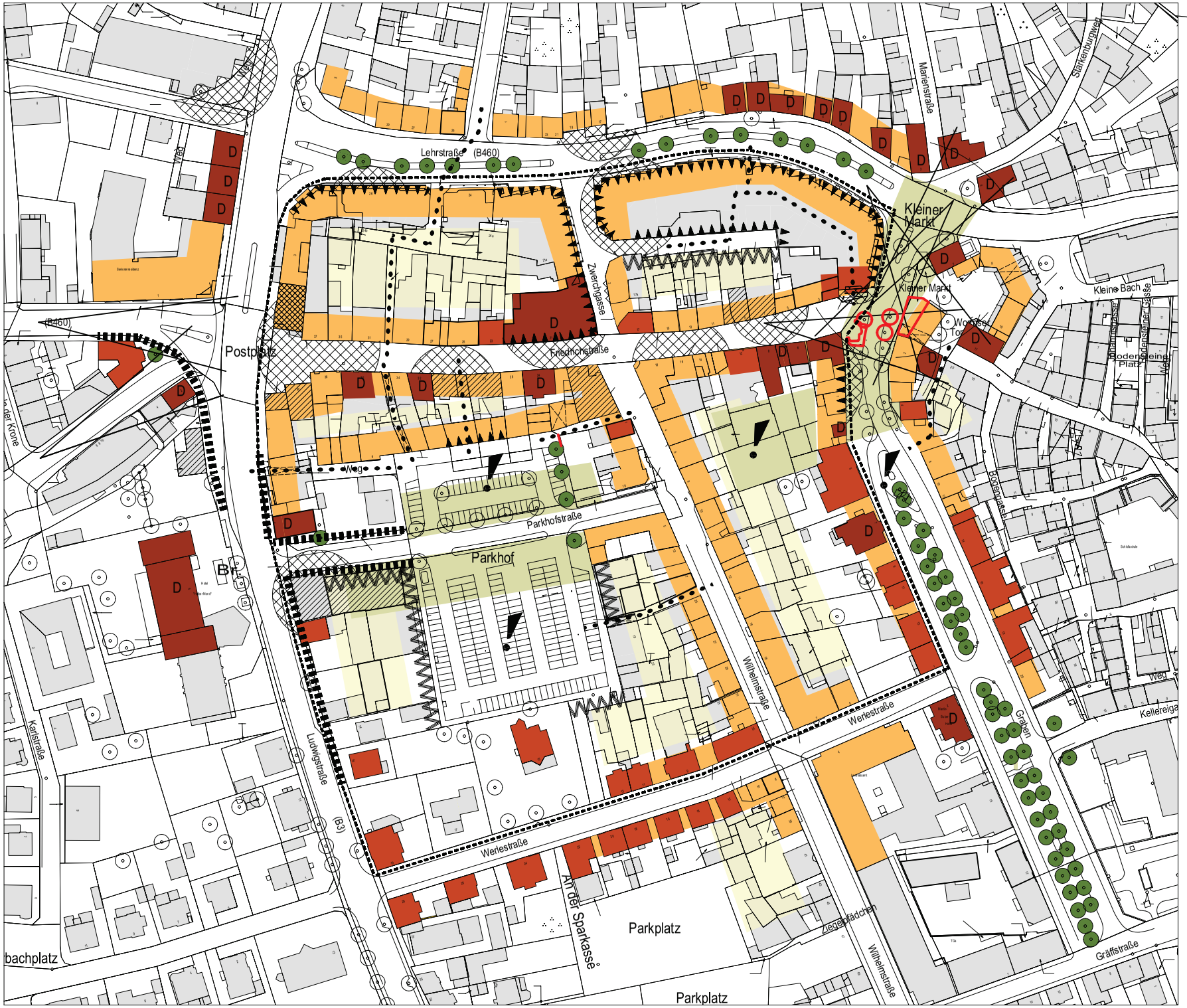
Aus der Friedrichstraße kommend erschließt sich der direkte **Zugang zur Altstadt** kaum. Das den Zugang markierende Wormser Tor ist bis zur Unkenntlichkeit zugebaut. Man erkennt zwar den Rand der Altstadt, aber keinen Zugang. Vor dem niedrigen Durchgang durch dieses Gebäude stehen eng gepflanzte Bäume in einer Querreihe, eine Beetumrandung, Wegweiser, Mülleimer und ein weiterer Baum daneben stehen außerdem im Blickfeld und Weg. Besucher sind auf ortskundige Führung oder die Beschilderung angewiesen.

Bei der Ausstrahlung, die die Heppenheimer Altstadt als Touristenmagnet für die Gesamtstadt hat und für den zentralen Einkaufsbereich haben könnte, ist die Situation am Kleinen Markt ein echter Gestaltmangel.

Der zweite Orientierungspunkt ist der **Postplatz** als Anfangs- oder Endpunkt der Fußgängerzone. Als Platz ist er eigentlich nicht erlebbar, vielmehr ist er eine große Verkehrskreuzung, die aufgrund des hohen Verkehrsaufkommens die volle Aufmerksamkeit aller Verkehrsteilnehmer fordert. Aus Richtung Westen herankommend wird hier jedoch durch den Einblick in die Friedrichstraße deutlich, dass die Heppenheimer Innenstadt erreicht ist. Von Norden und Süden kommend bemerkt man den Beginn der Fußgängerzone eher durch eine zufälligen Blick zur Seite oder durch die vielen Fußgänger an der Ampel. Hier könnte gestalterisch mehr für das Zentrum getan werden, damit Besucher nicht unversehens daran vorbeigefahren sind.

Zwischen Altstadt und dem zu untersuchenden Gebiet ist der „**Graben“** gelegen, tatsächlich der historische, vor der Stadtmauer gelegene Graben als Teil der ehemaligen Verteidigungsanlage. Schon früh aufgefüllt und beidseitig bebaut, machen die eindruckvollen Platanenreihen den ursprünglichen

Freibereich noch gut erlebbar. In der Nahtstelle zwischen den beiden dicht bebauten Stadtteilen gelegen, hat der Graben und die angrenzende kleine Anlage am Kriegerdenkmal große Bedeutung als begrünte Zone und als gestalterisches Potenzial. Auch die beidseitige Bebauung prägt diesen Bereich sehr positiv. In seiner Funktion als dreispurige Straße und Parkplatz reduziert sich die Nutzbarkeit für die Bewohner auf diese Erschließungsfunktionen. Für Freizeit und Erholung hat der Graben zur Zeit keine Bedeutung, außer bei einem der zahlreichen Feste.



BESTANDSANALYSE
Stadtgestalt und Bausubstanz

Bestand

- D — stadtbildprägende Gebäude unter Denkmalschutz
- positiv stadtbildprägende Gebäude
- zusammenhängende Bebauung, Blockrandbebauung
- Bebauung, Gebäude und Nebengebäude
- große Bäume mit starker räumlicher Wirkung

Wertung, Analyse

- Flächen mit Gestaltungspotenzial
- Hinterhöfe, teilw. ungenutzt oder mangelhaft organisiert
- sanierungsbedürftige Gebäude
- unmaßstäbliche Gebäude
- ! — Nutzungs- und Gestaltungspotenziale
- Werbeflächen dominieren den Stadraum
- auffällig unangepasste Bauweise: Fassadengliederung, Dachform etc.
- Bebauung/ Fassaden mit Hinterhofcharakter
- EG-Zonen durch Leerstand oder wilde Werbeflächen gestört
- unangenehme Durchwegung (Enge, mangelhafte Belichtung, Hinterhof)
- sehr heterogene Bebauung in städtebaul. sensiblem Bereich
- störende Bau- und Gestaltungselemente
- wichtige Blickbeziehungen

0 10m 50m 100m

Heppenheim - Integriertes Handlungskonzept - Aktiver Kernbereich
Projekt

Bestandsanalyse
Bearbeitungsabschnitt

Stadtgestalt
Planinhalt

1:1000 i.O.
Maßstab

090501
Projektnummer

Eig
Projektleitung

Be
Bearbeitung/Datum

Gezeichnet/Datum

Freigegeben/Datum

A2 i.O.
Blattgröße

1/1.f04
Plannummer

Kreisstadt Heppenheim
Großer Markt 1
64646 Heppenheim
Bauherr/Auftraggeber

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung mbH
Südstraße 51 • 64589 Stockstadt/Rhein
Tel. 06158 758464 • Fax 758463
email: info@esprojekt.de

Diese Zeichnung ist unser Eigentum und darf ohne unsere Genehmigung weder vervielfältigt oder verwertet werden, noch dürfen Mitteilungen, auch in Details, an dritte Personen gemacht werden. (§ 1 vom 19.6.1901 + §§ 5 vom 7.6.1909 Urheberrecht.)

2.4.6 Straßen und Verkehr

Die Prüfung der Erschließung des zentralen Einkaufsbereichs aus gesamtstädtischer Perspektive hat ein weitgehend positives Ergebnis.

Sowohl mit dem Pkw als auch mit dem ÖPNV ist es kein Problem, diesen Innerstädtischen Bereich zu erschließen. Es gibt zwar im gegenwärtigen **ÖPNV-Netz** unterversorgte Bereiche wie das nördlichste Wohngebiet oder der Bereich westlich der Ketteler Straße, aber diese Lücken sind seitens der städtischen Verkehrsplanung bekannt und es gibt es Pläne einer neuen Stadtbusroute, die einen Großteil dieser Lücken abdecken soll, und die demnächst genehmigt werden sollen.

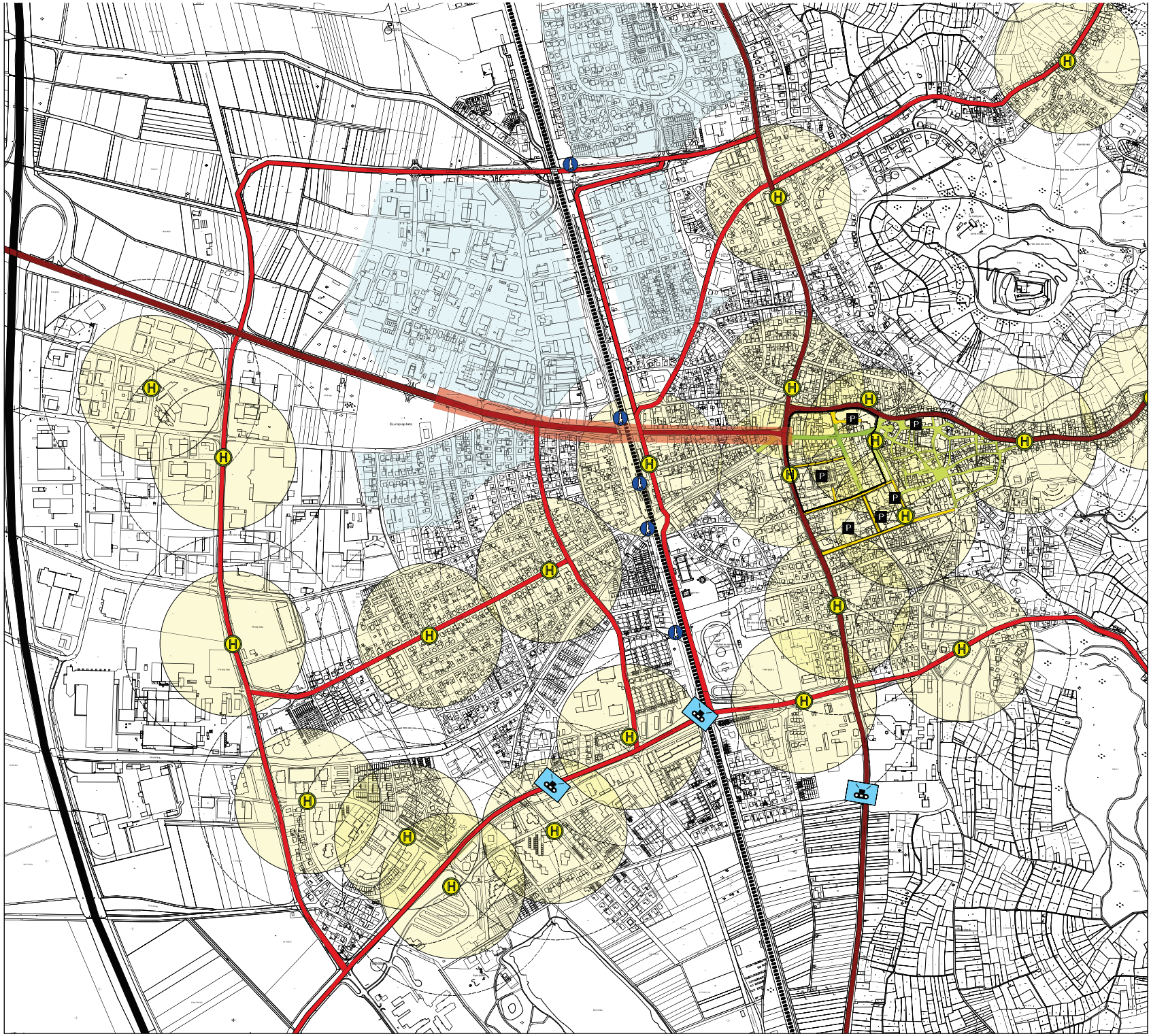
Eine **Bahnlinie** durch die Stadt gilt mangels Übergängen im Allgemeinen als Barriere. Dies ist in Heppenheim bestenfalls gestalterisch ein Thema. Es gibt genug Über- oder Unterführungen auf die Länge der Stadtdurchfahrt verteilt. Nicht alle sind gestalterisch befriedigend, aber zumindest doch akzeptabel.

In den Gesprächen mit Gewerbetreibenden und lokalen Akteuren wurden fehlende **Radwege in die Innenstadt** bemängelt. Dies betrifft vor allem Abschnitte der Ludwigstraße, sowie der Lorscher und Lehrstraße als Hauptverkehrsstraßen. In allen anderen Straßen ist der Verkehr nicht so erheblich, als dass Radfahrer nicht auf der Straße fahren könnten.

Die Qualität der wichtigsten **Stadtzufahrten** als Visitenkarte für die Stadt ist meist positiv. Nur die Hauptzufahrt von der Autobahn aus, über die B460, durch die westlichen Gewerbegebiete wird dominiert von den hohen Werbestelen, die von den natürlichen Qualitäten Bergstraße, Starkenburg und Dom ablenken. Später prägt die Unterführung unter die Bahn die Zufahrt Richtung Zentrum.

Sehr beeindruckend hingegen ist die südwestliche Zufahrt über die Bürgermeister-Metzendorf-Straße aus Richtung Lampertheim. Hier überstrahlt der Schlossberg mit der Starkenburg die Stadt über ganze Länge der Stadtzufahrt, auch bei der Bahnquerung, da die Straße hier über die Bahngleise kreuzt.

Hauptmangel der Erschließung aus allen Teilen der Stadt ist die nicht vorhandene Ausschilderung des Zentrums. In allen touristisch vorzeigenswerten Städten ist vom Ortseingang an das Zentrum oder die Altstadt an jeder Kreuzung oder Kreisel ausgeschildert. In Heppenheim sind Hinweise auf Gewerbegebiete, größere Gewerbebetriebe oder das Kreiskrankenhaus zu finden, Ankündigung von Festen und Veranstaltungen am Straßenrand, aber Schilder mit „Zentrum“ oder die touristisch wichtige „Altstadt“ fehlen, egal aus welcher Richtung.



BESTANDSANALYSE

Verkehrserschließung Gesamtstadt

Bestand

- Überregionale Straßen
- regionale Verbindungsstraßen, hoch belastete Knot
- städtische Verbindungsstraßen, wichtige Haupterschließungsstraßen
- Quartierserschließung
- verkehrsberuhigte Bereiche
- Fußgängerzone
- Parkplätze / Parkhäuser
- Bahnstrecke - nur mäßige Barriere
- Haltestelle ÖPNV

Wertung, Analyse

- 200-300 m Radius um Haltestellen
- im gegenwärtigen ÖPNV-Netz unterversorgte Bereic
- Stadtzufahrt gestört durch Verkehrsbauten, dominante Werbeflächen und mangelhafte Architekt
- positive Stadtzufahrt mit einladendem Panoramablick
- Fußwegeverbindung - verbesserungbedürftig

Heppenheim - Integriertes Handlungskonzept - Aktiver Kernbereich
Projekt

Bestandsanalyse
Bearbeitungsabschnitt

Verkehr Gesamtstadt
Planinhalt

1: 5000 i.O.
Maßstab

090501
Projektnummer

Eig
Projektleitung

Bo
Bearbeitung/Datum

Geprüft/Datum

Freigegeben/Datum

A 2
Blattgröße

1/1/5
Plannummer

Kreisstadt Heppenheim
Großer Markt 1
64646 Heppenheim
Bauherr/Auftraggeber

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH

EIGLER & Partn
Gesellschaft für Kommunalberatung mb
Südstraße 51 • 64589 Stockstadt/Rhe
Tel. 06158 784684 • Fax 7846
email: info@esprojekt.c

Diese Zeichnung ist unser Eigentum und darf ohne unsere Genehmigung weder vervielfältigt oder verwertet werden, noch dürf
Mitteilungen, auch in Details, an dritte Personen gemacht werden. (§ 1 vom 19.6.1901 + §18 vom 7.6. 1909 Urhebergesetz.)

Mit Ausnahme der Parkhofstraße und der Parkhauszufahrt Zwerchgasse sind alle Straßen Im Untersuchungsgebiet **verkehrsberuhigt**. Friedrichstraße und der Kreuzungsbereich Wilhelmstraße sind als Fußgängerzone ausgewiesen.

Busse erschließen den Haupteinkaufsbereich der Innenstadt über den Graben und die umgebenden Hauptstraßen.

Zufahrten mit dem Pkw ins Gebiet sind aus allen Richtungen möglich. Nur der Bereich der Fußgängerzone ist natürlich für den **Individualverkehr** gesperrt. Hingegen kann zu ausgewiesenen Stunden beliefert werden.

Im Bereich des Zentrums ist es kein Problem einen **Parkplatz** zu finden: mit straßenbegleitenden oder ausgewiesenen Parkflächen oder mit Tiefgaragenplätzen ist das Gebiet sehr gut ausgestattet. Da ist zunächst der zentrale Parkhof, von dem aus es nur wenige Meter Fußweg in die Friedrichstraße sind. Es gibt drei Parkhäuser im Zentralen Bereich:

- Parkhaus Altstadthotel an der Siegfriedstraße
- Tiefgarage unter der Starkenburgpassage an der Lehrstraße
- Tiefgarage Stadthaus an der Wilhelm- bzw. Gräffstraße

Darüber hinaus kann im Graben unter den Platanen geparkt werden.

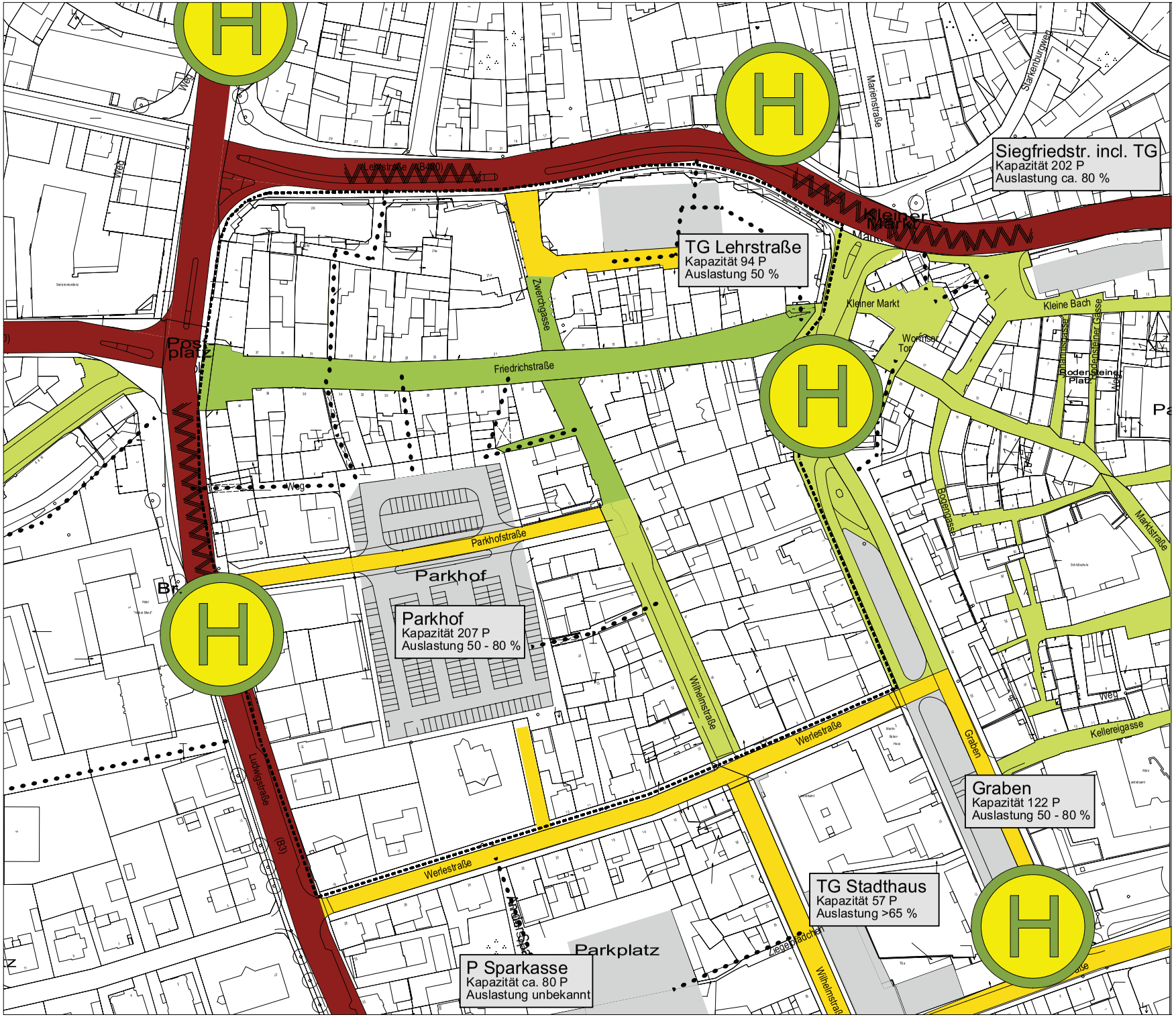
Außer den Parkplätzen am Straßenrand der Werlestraße sind alle Parkplätze gebührenpflichtig, wenn auch mit relativ niedrigen Tarifen.

Bemängelt wurde von Befragten Gewerbetreibenden und den beteiligten Akteuren, dass Ladenbetreiber und Angestellte kaum im Gebiet gelegene gebührenfreie Parkplätze finden. Tatsächlich ist das Heppenheimer Zentrum aber so klein, dass man, im nördlich oder westlich angrenzenden Wohngebiet frei parkend, sehr gut in wenigen Minuten bis zum Arbeitsort Friedrichstraße laufen kann. Und es sollte das Bestreben der Ladenbetreiber sein, die Parkplätze im Zentrum den Kunden zu überlassen.

Ein weiterer Kritikpunkt bei der Befragung war die Beschränkung der freien Parkzeit durch die „Brötchentaste“. Eine halbe Stunde freies Parken reiche gerade aus, das Auto abzustellen, eine Besorgung zu machen und wieder zurück zum Auto zu laufen. Man könne sich nicht die Zeit nehmen, eine weitere Sache zu besorgen oder mit Muße einen Café zu trinken oder ein Schwätzchen mit einem Bekannten zu halten. Man muss zum Auto zurück, wenn man keinen Strafzettel bekommen mochte. Auch hier könnte man argumentieren, bei den kurzen Wegen sei dann auch ein schnelles Nachlösen möglich. Tatsächlich ist diese Situation aber schädlich für das Zentrum als Kommunikationsraum und Treffpunkt. Kommunikation oder spontanes Flanieren sind mit enger zeitlicher Vorfestlegung nicht möglich.

Das Untersuchungsgebiet ist nur ein kleiner Teil dessen, was Heppenheimer unter ihrer Innenstadt verstehen. Dazu gehören die angrenzenden Wohngebiete, eines nördlich um die Hermannstraße und das andere westlich um den Feuerbachplatz. Die Bewohner dieser Gebiete sind bezüglich Waren der täglichen Versorgung auf das Zentrum angewiesen. Die **Querung der stark befahrenen Bundesstraßen** in die Innenstadt ist durch Ampelanlagen am Postknoten und am Kleinen Markt geregelt.

Weitere Fußgängerüberwege mit Anforderungsknopf ermöglichen das Queren außerhalb der großen Kreuzungen. Es bleibt die eher psychologische Barriere durch das hohe Verkehrauskommen und durch die Wahleinschränkung des Ortes der Querung.



BESTANDSANALYSE

Verkehr Untersuchungsgebiet

Bestand

- regionale Verbindungsstraßen
- städtische Verbindungsstraßen
- Quartierserschließung
- verkehrsberuhigte Bereiche mit Parkplätzen am Straßenrand
- Fußgängerzone
- Parkplätze / Parkhäuser
- Haltestelle ÖPNV
- Fußwegeverbindungen

Wertung, Analyse

- Straße und Kfz-Verkehr als Barriere für wichtige Fußwegeverbindungen

0 10m 50m 100m

Heppenheim - Integriertes Handlungskonzept - Aktiver Kernbereich
Projekt

Bestandsanalyse
Bearbeitungsabschnitt

Verkehr Untersuchungsgebiet
Planinhalt

1:1000 i.O.
Maßstab

090501
Projektnummer

Eig
Projektleitung

Bo
Bearbeitung/Datum

Geprüft/Datum

Freigegeben/Datum

A2 i.O.
Blattgröße

1/1/06
Plannummer

Kreisstadt Heppenheim
Großer Markt 1
64646 Heppenheim
Bauherr/Auftraggeber

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung mbH
Südstraße 51 • 64589 Stockstadt/Rhein
Tel. 06158 784684 • Fax 784683
email: info@esprojekt.de

Diese Zeichnung ist unser Eigentum und darf ohne unsere Genehmigung weder vervielfältigt oder verwertet werden, noch dürfen Mitteilungen, auch in Details, an dritte Personen gemacht werden. (§1 vom 19.6.1901 + §18 vom 7.6. 1909 Urheberrgesetz)

2.5 Bevölkerung und Wohnen

2.5.1 Demographische und soziale Struktur

Die Innenstadt Heppenheims in den Grenzen der vorbereitenden Untersuchung beherbergt zum September 2009 genau 2.000 Einwohner. Dies sind rund 7,6 % der Haushalte der Gesamtstadt und 7,8 % der Einwohner. Die Haushaltsgrößen entsprechen genau der im gesamtstädtischen Durchschnitt (2,2 Personen/Haushalt), und auch die Geschlechterproportion weicht kaum von der Bevölkerung in der Gesamtstadt ab.

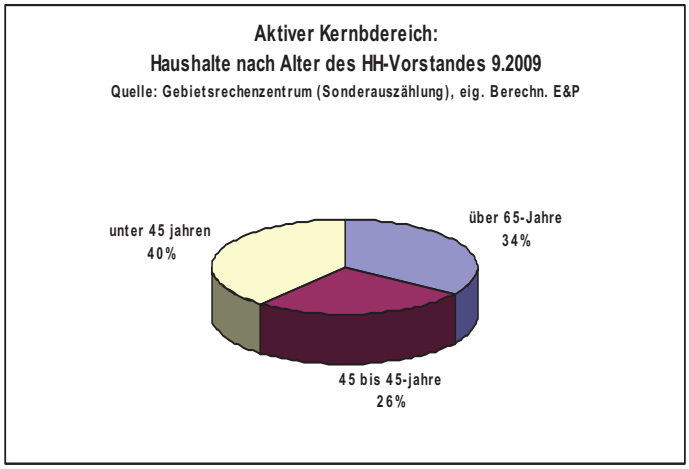
Ausgewählte Merkmale der Bevölkerungsstruktur

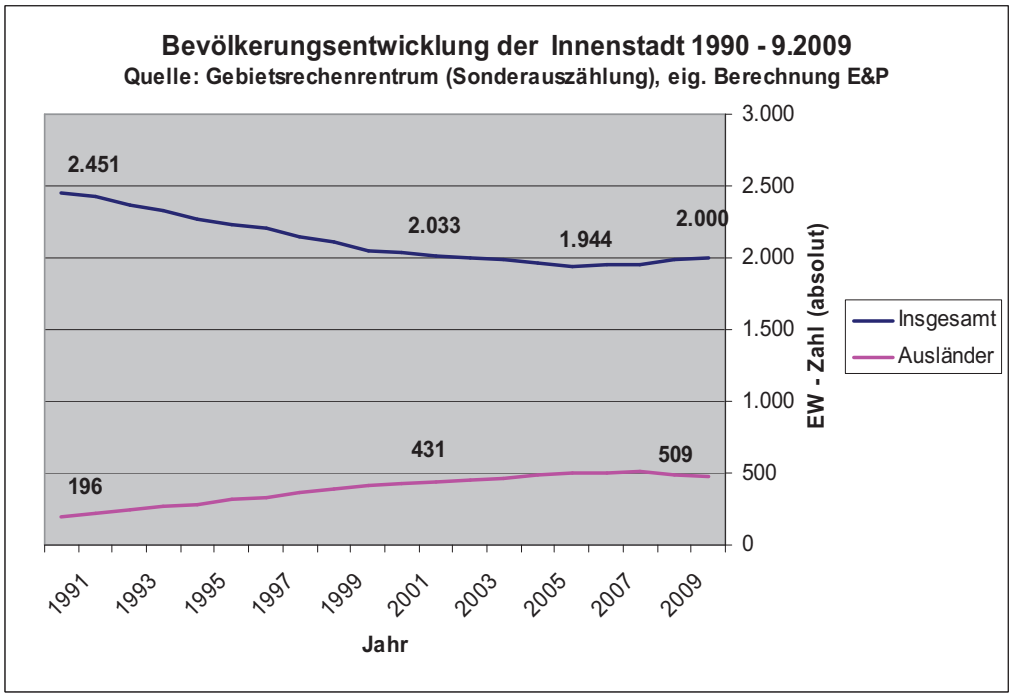
Vergleich des Aktiven Kernbereichs mit der Stadt Heppenheim 31.12.2008

Merkmal	Innenstadt	Gesamtstadt
Haushalte (Anzahl)	890	11.702
Haushalte/Anteil Innenstadt an Gesamtstadt	7,6%	100%
Haushaltsgröße	2,2	2,2
Anteil der Haushalte mit über 45jährigen HH-Vorstan	60%	-
Bevölkerungszahl 31.12.2008	1.982	25.418
Einwohner/Anteil Innenstadt an Gesamtstadt	7,8%	100,0%
Geborene/1.000 EW (2007)	3,58	7,55
Anteil weibl.	51,8%	51,3%
Anteil Ausländer	23,9%	11,1%
Bevölkerunsentwicklung 2005 - 2008	**2,0%**	**-0,3%**

Quelle: Gebietstrechenzentrum (Sonderauszählung 9.2009) - eig. Berechnungen durch E&P

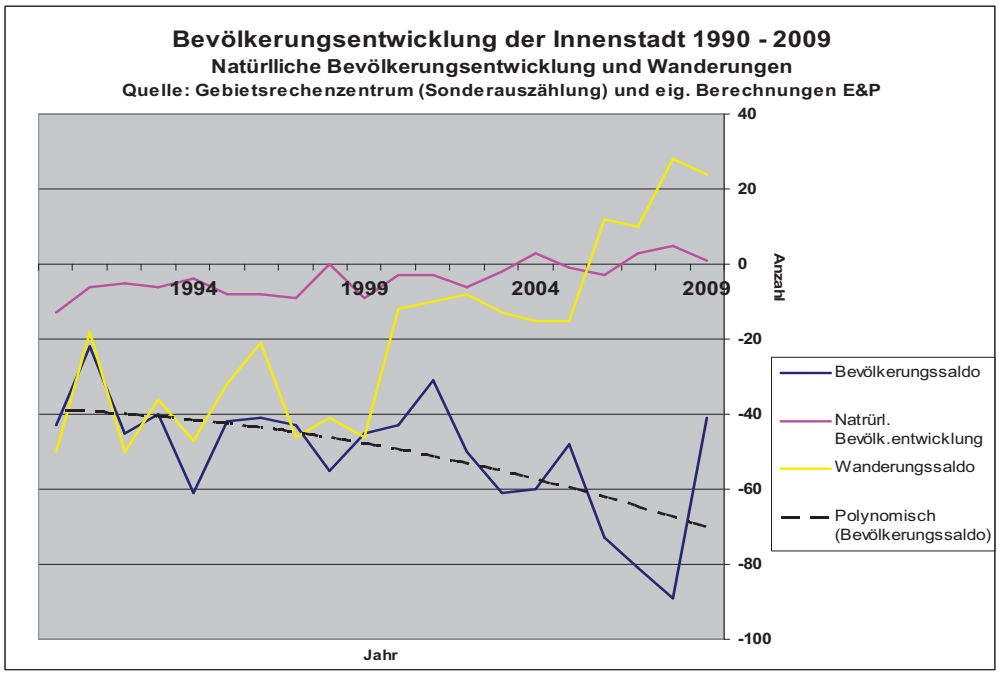
Wesentliche Unterschiede in der sozialen Zusammensetzung erwiesen sich bei der Innenstadt in der der ethnischen Struktur, dem alterstrukturellen Aufbau und in der natürlichen Bevölkerungsbewegung. Die Geburtenziffer im Aktiven Kernbereich liegt auf der Hälfte des Wertes in der Gesamtstadt, der Anteil der Bürger mit fremdem Pass dagegen auf mehr als dem doppelten Wert der Gesamtstadt. Der mit 60 % sehr hohe Anteil der Haushalte, in denen der Haushaltsvorstand älter als 45 Jahre ist, deutet auf eine gegenüber der Gesamtstadt deutlich ältere Bevölkerung hin.





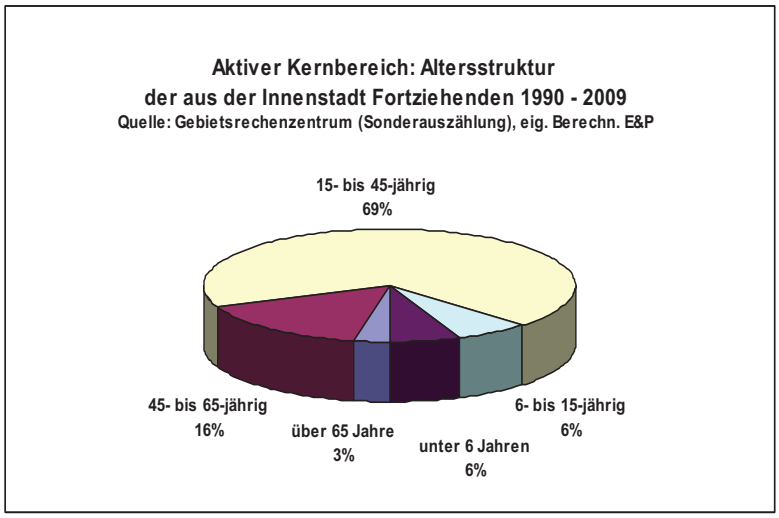
Zwischen 2005 und 2008 hat die Innenstadt - entgegen dem stagnativen Trend der Gesamtstadt - einen Bevölkerungszuwachs zu verbuchen. Dies ist jedoch ein einzelnes Moment. In der Betrachtung der letzten 20 Jahre zeigt sich, dass die Innenstadt in den Grenzen des Aktiven Kernbereichs erhebliche Bevölkerungsverluste zu verzeichnen hatte. So ist die Bevölkerungszahl um fast 20 % gesunken, obwohl es einen erheblichen Zuzug durch die ausländische Bevölkerung gegeben hat, die ihren Anteil in diesem Zeitraum mehr als verdoppelt hat.

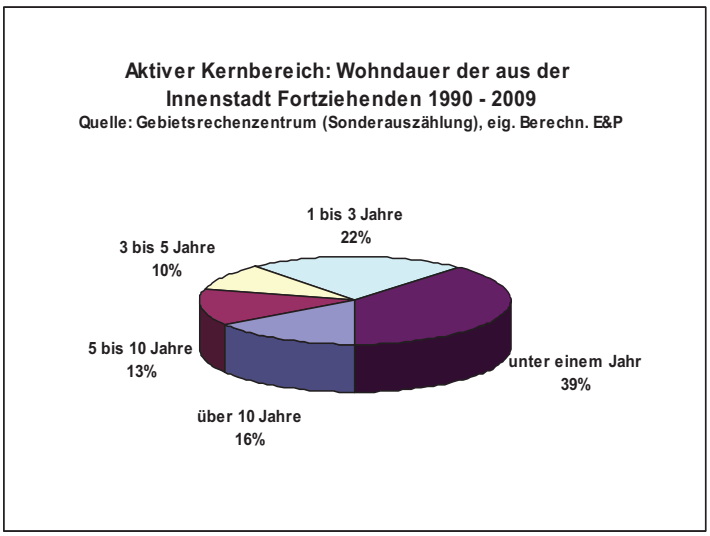
Im Wesentlichen ist diese negative Bevölkerungsentwicklung durch Wanderungsverluste bedingt. Das Gebiet des Aktiven Kernbereichs hat zwar in diesem Zeitraum überwiegend einen Sterbeüberschuss über die Geborenen,



aber die negative natürliche Bevölkerungsentwicklung wird deutlich überwogen von Wanderungsverlusten bis zum Jahr 2005. Die Trendlinie über den Betrachtungszeitraum von zwei Jahrzehnten ist deutlich negativ.

Diese Bevölkerungsverluste kann man nicht ausschließlich auf eine nachlassende Attraktivität der Innenstadt als Wohnstandort zurückführen. Der Großtrend zu immer kleineren Haushalten und einem wachsenden Wohnflächenverbrauch als „Wohlstandszuwachs“ wirkt sich in einem Gebiet mit begrenzten Neubaumöglichkeiten wie der Innenstadt zwangsläufig in einem Bevölkerungsrückgang aus. Allerdings zeigt die Struktur der demographischen Entwicklung, speziell durch den verstärkten Zuzug ausländischer Bürger, dass es auch die reduzierten Qualitäten der Innenstadt sind, die zu den Bevölkerungsverlusten führten. So sind es vor allem die Jüngeren, die aus der Innenstadt fortziehen: vier Fünftel der aus der Innenstadt Fortziehenden sind jünger als 45 Jahre. Diese negative „Familienwanderung“ ist ein deutliches Indiz dafür, dass die Innenstadt in ihren Wohnqualitäten gegenüber andern Wohnvierteln im Nachteil ist.

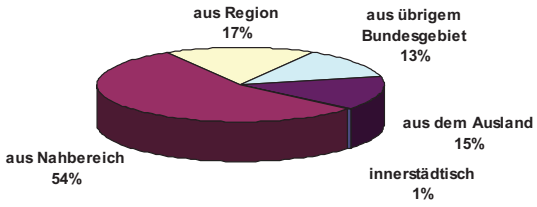




Ein weiterer Indikator für Defizite des Wohnens und des Wohnumfelds ist, dass sehr viele der Wegziehenden dies nach kurzer Wohndauer in der Innenstadt tun. Von den Wegziehenden wohnten 60 % weniger als drei Jahre in der Innenstadt, ein gutes Fünftel sogar weniger als ein Jahr. Unter der jüngeren Bevölkerung der Innenstadt herrscht also eine hohe Fluktuation und die Innenstadt hat für die Bevölkerungsschicht im Familienalter keine Bindungskraft.

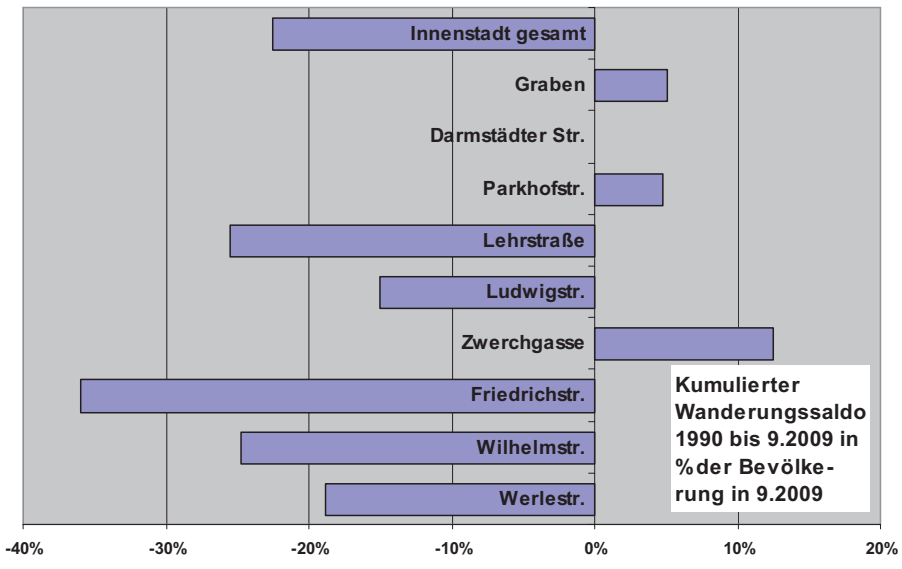
Eine mangelnde Attraktivität der Innenstadt in punkto Wohnen zeigt sich auch in der Herkunftsstruktur der Zuziehenden in den letzten 20 Jahren. Der größte Anteil der Zuziehenden kommt aus dem Nahbereich und der Region (rd. 70 %), ein knappes Drittel zieht aus dem übrigen Bundesgebiet oder gar aus dem Ausland zu. Bezeichnend ist, dass nur einer von 100 der Zugezogenen aus dem übrigen Stadtgebiet von Heppenheim kam. Innerhalb Heppenheims ist die Innenstadt als Wohnquartier also kein gute „Adresse“. Die Auswertung ergab im übrigen auch, dass unter den Zugezogenen keine Familie mit einem Kleinkind unter einem Jahr war.

Struktur der Zuwanderung in die Innenstadt 1990 - 9.2009 nach der Herkunftsort des Zuziehenden
(N=338, in absol. Anzahl und in %)
Quelle: Geb.rechenzentrum (Sonderauszählung) und eig. Berechn. E&P



Der Frage, ob es innerhalb der Innenstadt Lagequalitätsunterschiede gibt, wurde dem unter Zuhilfenahme des kumulierten Wanderungssaldos nachgegangen. Dieser wurde in Relation gestellt zur derzeitigen Einwohnerzahl. Dabei zeigt sich, dass es die Hauptgeschäftszonen der Innenstadt sind (Friedrichstraße und Lehrstraße), die Einwohnerverluste erlitten haben, während am Graben sogar noch ein leichter Wanderungsgewinn zu verzeichnen ist. Die Lagequalitäten der Innenstadt streuen also sehr stark, und wie man am Beispiel der Lehrstraße und Friedrichstraße sieht, sind dies auch die Bereiche mit der geringsten Wohnumfeldqualität.

Aktiver Kernbereich: Wanderungssaldo 1990 bis 2009 nach Straßenzügen in % der Einwohnerzahl 9.2009



2.5.2 Ergebnisse der Befragung von Innenstadtbewohnern

Zur Wohnsituation wurden im Oktober 2009 13 Interviews mit einem standardisierten Erhebungsinstrument durchgeführt. Für die Interviews wurde der Kreis der Befragten auch auf die unmittelbar angrenzenden Straßenbereiche ausgedehnt. Es sind jedoch wenige Befragte, die nicht im Aktiven Kernbereich wohnen. Überrepräsentiert sind in der Stichprobe jedoch mit Sicherheit die Besitzer von Wohneigentum. Dies ist insbesondere bei der Auswertung zur Wohnumfeldzufriedenheit zu berücksichtigen.

Aufgrund der kleinen Stichprobe erheben die Auswertungsergebnisse nicht den Anspruch auf Repräsentativität. Die Ergebnisse sind im Kontext der anderen Untersuchungsergebnisse lediglich als Hinweise zu werten.

Die Hälfte der Befragten lebt in Wohneigentum, die andere Hälfte zur Miete, und ebenso verteilen sich in der Stichprobe Berufstätige und nicht Erwerbstätige hälftig. Mit der einen Ausnahme einer Bewohnerin des Seniorenheims an der Lorscher Straße leben alle Befragten im eigenen Haushalt.

Die Befragten waren durchschnittlich 55 Jahre alt und lebten in Haushalten mit einer Haushaltsgröße von durchschnittlich 2,2 Personen. Dies entspricht der auf der Basis des Melderegisters ermittelten durchschnittlichen Haushaltsgröße. Single-Haushalte sind in der Stichprobe nur zwei vertreten. Nach dem Familienstand dominieren mit über 70 % die Verheirateten gefolgt von zwei Verwitweten. In einer Partnerschaft lebt eine Familie mit vier Personen. Singles und Wohngemeinschaften sind also unterrepräsentiert.

Kinder unter 18 Jahren leben in vier Haushalten der Befragten. Die Wohndauer der Befragten im Gebiet liegt zwischen einem und 35 Jahren, die durchschnittliche Wohndauer beträgt elf Jahre.

Wenn die Befragten weniger als fünf Jahre in der Innenstadt wohnten, wurden sie um Auskunft nach den Gründen ihres Zuzugs in die Innenstadt gebeten. Bei insgesamt fünf in jüngerer Zeit in die Innenstadt Zugezogenen waren es überwiegend berufliche Gründe (n=4), in je zwei Fällen ein günstiges Mietangebot und familiäre Gründe, in einem Fall der Wunsch nach dem Wohnen in zentraler Lage.

Die Wohnfläche je haushaltsangehöriger Person beträgt im Durchschnitt der Befragten 47 qm, allerdings in der großen Bandbreite von 27 qm bis knapp 70 qm. Es ist eben diese Befragte aus einem 1-Zimmerappartement, die ihre Wohnung als zu klein empfindet. Alle andren bezeichnen die Wohnungsgröße als genau richtig und auch bezüglich der Wohnungsausstattung herrscht große Zufriedenheit. Unter den Befragten war auch niemand, der die Absicht hatte, aus der Innenstadt wegzuziehen.

Die Miethöhen in der Stichprobe streuen ungemein. Die niedrigste Netto-Kaltmiete je liegt bei 4,36 €/qm, die höchste bei über 13 €/qm. Dies ist aber die Bewohnerin des Seniorenheims. Man wird insgesamt von einer Miethöhe von 4 bis 6 €/qm als üblich ausgehen können. Die Miethöhe wird von keinem der Befragten beklagt; 60 % nannten die günstige Miethöhe sogar als einen der Gründe, in die Innenstadt zu ziehen.

Der Standard der Wohnungsausstattung in dieser Kleinen Stichprobe ist recht hoch: Die Hälfte der Befragten haben einen Lift im Haus. Bad/Dusche und Zentralheizung ist durchweg vorhanden, und mit einer Ausnahme haben

alle Befragten einen Balkon oder eine Terrasse. Die Hälfte der Befragten hat auch einen oder mehrere Stellplätze.

Als Störungen aus der Wohnumgebung beklagen je ein Drittel der Befragten Lärm von Kneipen und bei Veranstaltungen und ungenügende Sauberkeit und Straßenreinigung. Ein knappes Drittel beschwert sich über Verkehrslärm und ein Übermaß an Leerstand in der Innenstadt. Es kommt hinzu die Nennung von Belästigungen und die Klage über nächtliche Schlägereien.

Aktiver Kernberich Innenstadt
Befragung von Bewohnern der Innenstadt zur Zufriedenheit mit der Wohnsituation
Befragung 10.2009 durch E&P N=13

Unzufriedenheit mit	in % der Befragten
fehlende Einkaufsmöglichkeiten	43%
fehlendes Grün in der Innenstadt	38%
zuwenig Aufenthaltsräume	38%
zuwenig Spielplätze	15%
fehlende Parkmöglichkeiten	15%
schlechter Wohnstandard	0%
Miete zu hoch	0%
schlechter ÖPNV	0%

Quelle: E&P eig. Erhebungen und Berechungen

Bei der Frage nach den Qualitäten der Innenstadt ergibt sich eine klare Rangfolge. Gute Nachbarschaft und die Wohnumfeldqualität stehen obenan mit knapp vier Fünfteln der Äußerungen, gefolgt vom kulturellen Leben und Veranstaltungen als Qualität. Die Einkaufsmöglichkeiten werden immerhin von einem Fünftel der Befragten geschätzt (während zwei Fünftel sie ungenügend bezeichnen - siehe oben). Auch nicht höher ist die Zustimmung zur Frage nach dem städtischen Leben als Qualität der Innenstadt.

Unter „sonstige Qualitäten“ wurde die Nähe zur Altstadt und Marktplatz als ein Prädikat der Innenstadt zugeschrieben.

Bei der Wertung ist zu berücksichtigen, dass in der Stichprobe die Wohneigentümer überrepräsentiert sind und dass fast alle Befragten einen Balkon oder eine Terrasse zur Verfügung haben. Zusammen mit der recht langen Wohndauer erklärt dies sicher auch die hohe Wertschätzung, die die Nachbarschaftsbeziehungen in der Innenstadt erfahren. Hinsichtlich der Erreichbarkeit und der zentralen Lage spielt sie bei den Befragten eine geringe Rolle für die Innenstadtqualität, wie diese Merkmale auch schon für die Wahl des Wohnstandorts Zuziehender untergeordnet genannt wurden.

Aktiver Kernberich Innenstadt
Befragung von Bewohnern zu den Qualitäten der Innenstadt als Wohnquartier
Befragung 10.2009 durch E&P N=13

Unzufriedenheit mit	in % der Befragten
gute Nachbarschaften	38%
Wohnumfeldqualität	38%
kulturelles Leben und Veranstaltungen	31%
Städtisches Leben	23%
Einkaufsmöglichketien	23%
Errreichbarkeit und zentrale Lage	15%
Einrichtungen sozialen Infrastruktur	15%
Sonstiges	15%

Quelle: E&P eig. Erhebungen und Berechungen

2.5.3 Bevölkerung und Wohnen - Zusammenfassung der Analysen zur soziographischen Struktur und zur Wohnsituation

Die Bevölkerungsentwicklung, die sich in der Statistik zeigt, spricht für eine deutlich nachlassende Wohnqualität der Innenstadt. Insbesondere die Wanderungen sind altersstrukturell, ethnisch und in der sozialen Situation selektiv und verschieben die sozialen Strukturen der Innenstadt sukzessive hin zu einer alternden Quartiersbevölkerung unter negativer Familienwanderung. Naturgemäß ist die „Abstimmung mit dem Umzugswagen" über ein Wohnquartier besonders ausgeprägt bei den Bevölkerungsteilen, die nicht mit Wohneigentum an das Gebiet gebunden sind. Die räumlichen Strukturen der sozial selektiven Abwanderung zeigen sich dementsprechend auch in den Räumen des Gebietes besonders deutlich, in denen Mietwohnungen im Geschosswohnungsbau vorherrscht, nämlich Friedrichstraße und Lehrstraße.

Bezüglich der Ergebnisse aus der Befragung von Bewohnern, die in Teilen stark kontrastierend sind, muss man in der Interpretation nicht nur aufgrund der geringen Stichprobengröße zurückhaltend sein. Was nun die Übereinstimmungen angeht, die sich zu dem über die Statistik gewonnenen Bild ergeben, sind es zunächst mal solche der demographischen Struktur (Alter, Geschlecht und Haushaltsgrößen der Befragten). Eine wesentliche Diskrepanz liegt jedoch in der Stichprobenverzerrung. Sie äußert sich u.a. in dem hohen Maß, in dem die Befragten Wohneigentum verfügen und die Wohnungen der Befragten eine hohe Ausstattungsqualität besitzen. Diese Wohnqualitäten lassen sich mit Sicherheit nicht auf die Gesamtheit „hochrechnen" und ebenso wenig die geäußerten Antworten auf die Fragen nach Qualitäten und Defiziten der Innenstadt. Das überwiegend positive Bild zum Wohnen und Wohnumfeld in der Innenstadtqualität wird sicher nicht für die Gesamtheit der Wohnbevölkerung geteilt[41].

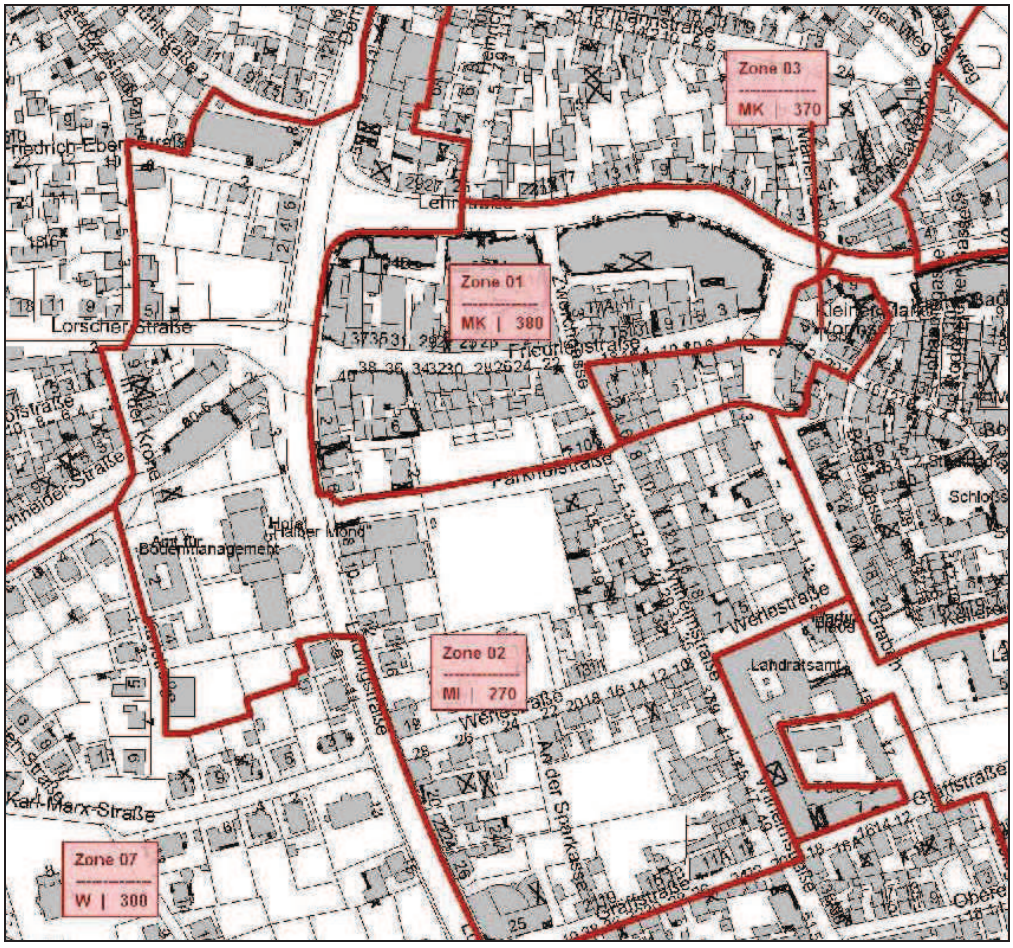
Eindeutig sind die statistischen Kennwerte einer sozial selektiven, die Bevölkerungsstruktur im Zeitverlauf verändernden Bevölkerungsbewegung. Aus der Tatsache, dass innerhalb Heppenheims kaum Zuzüge in die Innenstadt erfolgen, der relativ hohen Fluktuation der Bevölkerung und an dem wachsenden Anteil von Ausländern wird kenntlich, dass zumindest Teile des Wohnungsbestandes in Kombination mit dem Wohnumfeld eine geringe Attraktivität besitzen. Dies gilt speziell für Familien mit Kleinkindern. Andererseits ist in der Innenstadt auch nicht erkennbar, dass dort vermehrt ein Zuzug von alternativen Lebensgemeinschaften stattfindet. Dies kann an einer Reserviertheit der Eigentümer bei der Vermietung an Wohngemeinschaften und nichteheliche Partnerschaften liegen. Möglicherweise ist es jedoch auch so, dass diese Wohnungsmarktzielgruppen die Innenstadt noch nicht für sich entdeckt haben.

[41] Abhilfe und den vermeintlichen Widerspruch zwischen Befragung der Bewohner und objektiver Bevölkerungsbewegung brächte hier vermutlich eine breiter angelegte Befragung. Überhaupt sind Befragungen zur Wohnzufriedenheit eines der schwierigsten Unterfangen in der Stadtsoziologie. Wohnzufriedenheit bemisst sich ja nicht nur nach Defiziten, sondern auch nach dem wirtschaftlichen Vermögen, sich eine bessere Wohnung leisten zu können. Es wird deshalb immer einen „bias" (Verschiebung) zu einer höheren Wohnzufriedenheit geben, weil sich Wünsche immer auch nach den materiellen Möglichkeiten richten. („Glücklich ist, wer vergisst, was doch nicht zu ändern ist".)

2.6 Bodenwertverhältnisse im Untersuchungsgebiet „Aktiver Kernbereich Innenstadt“ und Mitwirkungsbereitschaft der Grundeigentümer

2.6.1 Bodenwertverhältnisse und Grundstückszuschnitte

Die aktuelle Bodenrichtwertkarte 2009 zeigt das Gebiet des Aktiven Kernbereichs in drei Bodenrichtwertzonen. Die Zone 1 Friedrichstraße ist als MK mit einem Richtwert von 380 €/qm bezeichnet, die die Altstadt und das B-Plangebiet Friedrichstraße Süd umfassende Zone 03 ebenfalls als MK mit einem Bodenwert von 370 €. Mit 270 €/qm deutlich unter diesen Bodenwerten ist die Zone 02 von der Westseite des Grabens, südliche Wilhelmstraße über den Parkhof sowie westlich anschließenden Bereich entlang der B3.



Quelle: Bodenrichtwertkarte 2009, herausgeg. vom Amt für Bodenmanagement Heppenheim, Heppenheim April 2009 ©AFB Heppenheim

Die Grundstückswerte gemäß Richtwertkarte sind als moderat einzuschätzen. Von der relativen Höhe her sind Bodenwerte dieser Höhe für keine Form der Bebauung als Restriktion einzuschätzen, auch nicht für eine Bebauung im geförderten Wohnungsbau.

Die Grundstücksgrößen und –zuschnitte sind in großen Teilen als zweckmäßig einzustufen und die Erschließung als gesichert. Besonders kleinteilige

Strukturen finden sich im Bereich der im Osten an den Parkhof angrenzenden Wilhelmstraße. Im Falle eines Abbruchs nicht erhaltenswerter Gebäude und einer Neubebauung könnte diese ohne eine Neuordnung in guten Teilen schwierig sein.

2.6.2 Ergebnisse der Interviews mit Grundeigentümern

Im Programm Aktive Kernbereiche kommt der Mitwirkung der Eigentümer an den Zielen der Gesamtmaßnahme in mehrerlei Hinsicht große Bedeutung zu. Zum einen ist es – wie in allen Sanierungsgebieten – ihre Investitionsbereitschaft zu Instandhaltung und Modernisierung und ihr Wirtschaftsverhalten bei Vermietung und Verpachtung. Dies ist oft genug widersprüchlich, etwa wenn im Bestreben, eine hohen Grundrente zu erzielen, oft kurzfristige und wenig nachhaltige Kalküle das Wirtschaftsverhalten bestimmen.

Von besonderer Bedeutung im Aktiven Kernbereich ist, inwieweit über die eigenen Immobilien hinaus auf die Gesamtentwicklung des Gebiets ihr Wirtschaftsverhalten bestimmt und ob sie bereit sind, mit der Stadt zusammenzuwirken und längerfristige Konzepte zu verfolgen. Dies betrifft auch die neuerdings verstärkt diskutierten „Eigentümergemeinschaften“ und Standortgemeinschaften: bei diesen soll durch die Zusammenarbeit von Grundeigentümern eine Gebietsaufwertung erfolgen.

Im Rahmen der Zukunftswerkstatt 2006 war auch eine Arbeitsgruppe Grundeigentum eingerichtet worden. Auftakt sollte eine Einführung „Immobilien – Werterhaltung und –entwicklung“ sein, die von der Sparkasse Starkenburg organisiert und gesponsort war. Die Resonanz hierauf war gering.

In Anbetracht der Bedeutung der Mitwirkung von Grundeigentümer wurde versucht, über Interviews mit einer Auswahl von Eigentümern aus der Innenstadt ein Erfahrungs-, Meinungs- und Einschätzungsbild zu erhalten. Die Auswahl sollte insbesondere Eigentümer von Schlüsselgrundstücken und ortsbildprägenden Gebäuden beinhalten. Eine Repräsentativität war nicht angestrebt. Der Schwerpunkt der Interviews lag zum einen auf Erfahrungen mit Vermietung und Verpachtung und deren Handhabung (z.B. Einschaltung von Maklern, Vertragsgestaltung), zum andern auf Einschätzungen zur Gebietsentwicklung und den immobilienwirtschaftlichen Auswirkung und schließlich auf Fragen zu eigenen baulichen Vorhaben und den nachbarschaftlichen Beziehungen zu anderen Grundeigentümern und dem Gewerbe. Die Auswahl erfolgt in Abstimmung mit der Stadt Heppenheim, Herrn Knapp und Dr. Naumann.

Obwohl einige der Angesprochenen Schlüsselgrundstücke besitzen und ihre Haltung große Bedeutung für bestimmte Planungen und Überlegungen seitens der Stadt hat (B-Planverfahren Friedrichstr. Süd, Ansiedlung eines Lebensmitteleinzelhandels, Leerstand Metzendorf-Gebäude usw), wurden die Gespräche bewusst nicht als Erörterungsgespräche nach § 175 BauGB geführt.

Bei den angesprochenen Grundeigentümern bestand große Zurückhaltung für ein Interview und die Bereitschaft ergab sich erst nach schriftlicher Darstellung.

2.6.2.1 Struktur der Grundeigentümer

Bei den bis zum 8.10.209 geführten zehn Interviews war jeweils die Hälfte der Grundeigentümer den gewerblichen Immobilienkaufleuten zuzurechnen, die andere Hälfte den „kleinen Grundeigentümern". Entsprechend unterschiedlich erscheinen die Sichtweisen auf das Gebiet:

- Die eine Gruppe sieht die Gebietsentwicklung als recht chancenreich, was die Wertentwicklung der Immobilie angeht. Bei (wie zu vermuten) guten Einstandspreisen wird eine hohe Rendite bei einer Wiederveräußerung erwartet. In diese Erwartung gehen die diskutierten Vorhaben und Projekte der Stadt ein. Diese Gruppe ist sehr gut informiert über immobilienwirtschaftliche Entwicklungen im Allgemeinen und in Heppenheim im Besonderen.
- Die Gruppe der „kleinen Grundeigentümer" nutzt die Immobilien ganz oder teilweise selbst. Die Investitionsbereitschaft richtet sich nach den eigenen Bedürfnissen und Standards, anscheinend aber auch danach, dass Teile der Vermietungserlöse zum Lebensunterhalt bzw. der Alterssicherung verwandt werden. Die Bindung der Eigentümer an die Immobilie ist - zumindest für die Generation der jetzigen Eigentümer - entsprechend hoch.

2.6.2.2 Erwartungen an die Stadt

Beide Gruppen ähneln sich in der Erwartung gegenüber Maßnahmen der Stadt, wobei es auffälligerweise nicht Maßnahmen zur Stadtgestaltung sind, sondern – im weitesten Sinne – zur Infrastruktur (Einkaufszentrum, Parken). Entsprechend distanziert und skeptisch wird deshalb die Umgestaltung des Grabens betrachtet. Konkrete konzeptionelle Überlegungen oder ein Szenario der Innenstadtentwicklung waren bei keinem der Befragten erkennbar, in einem Fall jedoch konkrete Befürchtungen zu einer negativen Entwicklung.

Akute Schwierigkeiten bei der Vermietung scheinen nicht zu bestehen; über Mieterlöse äußern sich fast alle zufrieden, wenn auch mit der Einschränkung, dass die früher erzielten Gewerbemieten nicht mehr oder nur mit Schwierigkeiten zu realisieren sind.

Die Entwicklung des nicht integrierten Handels an der Tiergartenstraße und das Projekt „Kaufland" sehen alle mit Skepsis, aber eher als latente Beeinträchtigung der Innenstadtentwicklung. Soweit es bekannt ist, sind auf das Programm Aktiver Kernbereich Innenstadt deutlich Hoffnungen gerichtet, nämlich dass die Stadtpolitik die Innenstadtentwicklung mit Priorität versieht. Die Altstadt wird öfter zitiert, dass dort über die Sanierung eine Aufwertung passiert sei. Die Hoffnung, dass es im Rahmen des Aktiven Kernbereichs zu einer Förderung von Privatmaßnahmen kommt, wurde von keinem Befragten geäußert.

2.6.2.3 Wirtschaftsverhalten

Bei vorherrschender Zufriedenheit mit der gegenwärtigen Vermietungs- und Erlössituation wird nicht erwartet, dass sich die Renditen durch öffentliche Maßnahmen spektakulär ändern (also keine Erwartung sanierungsbedingter Wertsteigerungen). Dort, wo hohe Renditen beim Verkauf erwartet werden, sind es Extrarenditen durch einen Erwerb unter Verkehrswert (Zwangsversteigerungen) und Projektentwicklungsgewinne.

Der Mietmarkt scheint im Übrigen verhalten zu sein; ein Verdrängungswettbewerb von Nutzungen und Nutzern ist aus den Interviews nicht deutlich geworden. Die Zufriedenheit mit der Vermietung von Wohnungen ist ausgeprägt. Im Einzelhandel der Innenstadt sehen alle Befragten Defizite, und die Vermietung von Laden- und Gewerbeflächen scheint nicht einfach. Verschiedene Eigentümer tragen sich mit Überlegungen, Handelsflächen in Büro- oder Praxisräume umzuwandeln oder in Wohnungen.

Die Investitionsbereitschaft ist gering. Alle konkreten Vorhaben im Kreis der Befragten richten sich auf kleinere Instandsetzungsmaßnahmen aus, auch bei solchen Objekten, die eine umfassendere Modernisierung vertragen könnten.

Aus verschiedenen Hinweisen zum Erwerbszeitpunkt und dem verschiedentlichen Erwerb im Rahmen von Zwangsversteigerungen durch die Befragten ergibt sich, dass der Immobilienmarkt der Innenstadt um die Jahrtausendwende stark in Bewegung gewesen ist.

Die Wertvorstellungen über die eigene Liegenschaft sind verschiedentlich äußerst optimistisch; manche kann man als überzogen bezeichnen.

2.6.2.4 Organisation der Immobilieneigentümer

Obwohl überwiegend eine negative Entwicklung der Innenstadt in funktioneller Hinsicht (Einzelhandel, Verkehr) wie der Wertverhältnisse gesehen wird, ist eine gemeinsame Interessenspolitik bei den Befragten nicht erkennbar. Man kennt sich zwar gegenseitig und teilweise bis in die immobilienwirtschaftlichen Details von Erwerbspreisen und Miethöhen, aber Kontakte für gemeinsame Interessensformulierung bestehen nicht. Allenfalls tritt man sich als Käufer und Verkäufer gegenüber. Die Innenstadtentwicklung wird durchweg aus der Perspektive der Entwicklung des eigenen oder projektierten Objekts gesehen.

Offensichtlich ist der wirtschaftliche Druck nicht hoch genug, um sich über die Gesamtentwicklung Gedanken zu machen. Es wird vermutlich schwer sein, die Grundeigentümer in eine aktive Innenstadtpolitik einzubeziehen oder gar für ein Citymanagement zu gewinnen.

Das einzelkämpferische, konkurrente Moment führt entsprechend zu diversen Zwistigkeiten und Streitfällen, durch die sich die Eigentümer gegenseitig in ihren Vorhaben blockieren.

2.6.2.5 Positionen zu verschiedenen Objekten und Projekten

- Die „Metzendorf"-Immobilie wird von allen befragten Grundeigentümern (mit Ausnahme des Eigentümers selbst) als Schandfleck bezeichnet, zu dessen Beseitigung die Stadt vorgehen solle.
- Die gescheiterte Bebauung des Parkhofs wird durchweg bedauert.
- Der Neugestaltung des Parkhofs wird allseitig große Bedeutung zugeschrieben, ebenso der Ansiedlung eines Lebensmitteleinzelhandels.
- Umgestaltung Graben: hierzu gibt ein ambivalentes Meinungsbild, in dessen Mittelpunkt die Sorge um die Parkplätze und des Anfahrens steht.
- Bebauungsplan Friedrichstraße-Süd: Von dem B-Planverfahren haben nur wenige direkte Anlieger Kenntnis. Diese haben bei einer positiver

Grundhaltung jedoch die Befürchtung, dass das Blockinnere Störungen erfährt.

- Der interkommunale Stadtumbau Mittlere Bergstraße ist bei den Befragten unbekannt. Der Postknoten und die dort geplante neue Verkehrsführung wurde von keinem der Befragten angesprochen.
- Die Entwicklung Tiergartenstraße und die „Kaufland"-Ansiedlung wird beargwöhnt; die gegenwärtige Beschlusslage zu „Kaufland" wird für reversibel gehalten. Dies wird z.T. heftig kritisiert.

Insgesamt wurde in den Interviews eine sehr starke Personalisierung der Vorgänge deutlich, hinter denen Einschätzungen zur Stadtteil- und Marktentwicklung zurückstehen.

2.6.3 Rolle der Eigentümer und Konsequenzen für die Strategie

Nach den geführten Interviews zu Einschätzung und Positionen bestehen größte Zweifel, ob sich wichtige Vorhaben wie die Ansiedlung eines Lebensmitteleinzelhandels und die Beseitigung des Missstands Metzendorf in absehbarer Zeit rein privatrechtlich werden lösen. Es sind dabei weniger die eingefahrenen Streitfragen, sondern wirtschaftliche Interessenskollisionen. Diese bedürfen einer Moderation, zum einen natürlich durch den Versuch, die Konflikte zu versachlichen und auf den Kern zurückzuführen. Zum andern ist eine Moderation dergestalt erforderlich, dass den jeweiligen deutlich wird, dass seitens der Stadt Rechtsmittel bestehen, die Projekte im Sinne des öffentlichen Interesses durchzusetzen.

Ein ganz wesentliches Element ist das das besondere Städtebaurecht:

- Nach einer ersten Einschätzung ist eine Kaufpreisprüfung und eine Genehmigungspflicht für Vorgänge und Vorhaben nach § 144 BauGB ein Mittel, einen Basis dafür zu legen, dass die gegenwärtigen privatrechtlichen Auseinandersetzungen wieder auf einer realistischen, die wirklichen Wertverhältnisse widerspiegelnden Basis geführt werden müssen (kaufpreisdämpfende Wirkung des § 144 (2) BauGB). Es sind dies aber Einzelfälle, weswegen die Notwendigkeit des besonderen bodenrechtlichen Instrumentariums abzuwägen ist.
- Zum andern wäre ein besonderes Vorkaufsrecht durch die Stadt zu begründen, um in den Immobilienverkehr steuernd eingreifen zu können. Für eine effiziente Ausübung des Vorkaufsrechts ist jedoch das Recht der Stadt auf eine Preisprüfung erforderlich, was wiederum den § 144 (2) BauGB voraussetzt.
- Schließlich ist der § 144 BauGB wichtig in seiner Informationsfunktion für die Durchführung der Erneuerung, nämlich dass die Stadt Auskunft erhält über Vorgänge und Vorhaben im Aktiven Kernbereich Innenstadt und diese beratend und steuernd im Sinne der Innenstadtentwicklung beeinflussen kann.
- Nach dieser ersten Einschätzung wäre ansonsten eine förmliche Festlegung als Sanierungsgebiet im Vereinfachten Verfahren, unter Ausschluss der bodenrechtlichen Instrumentariums und von Ausgleichsbeträgen, ausreichend.

2.7 Gewerbestruktur und –entwicklung

2.7.1 Struktur und Fluktuation des Gewerbes

Wirtschaftlich gesehen sind die Innenstädte bestimmt als Marktplatz für Handel, Dienstleistungen und öffentliche Verwaltung. Gastronomie und Hotellerie, Banken und Versicherungen sind historisch als Folgefunktionen eines städtischen Marktgeschehens zu begreifen, der die sozialen Dienste und Kultureinrichtungen nachfolgen.

Die nachfolgende Untersuchung der Wirtschaftsverläufe in Heppenheim basiert auf der Gewerbeentwicklung. Dabei ist bewusst, dass wesentliche Teile der öffentlichen Verwaltung am Rande der Innenstadt, außerhalb des Fördergebietes, liegen und auch der Neubau der Sparkassenzentrale wirkt zwar funktionell in die Innenstadt hinein, ist aber außerhalb des Fördergebietes situiert.

Die nachfolgenden Analysen und Auswertungen basieren auf einer Auszählung des Gewerberegisters der Stadt Heppenheim zum 23.8.2009. Die Auszählung erfolgte durch E&P parzellenscharf, d.h. es wurde nur das gewerbescheinpflichtige Gewerbe auf Liegenschaften im Untersuchungsgebiet berücksichtigt. Die Grundgesamtheit sind dabei rund 200 gewerbliche Wirtschaftseinheiten zum 23.8.2009. Allerdings liegt der nach Lokalität, Branche und Betriebsbeginn zweifelsfrei zu identifizierende Datensatz lediglich bei 176 Einheiten. Stichprobenhafte Überprüfungen bei einzelnen Auswertungen ergaben jedoch keinen Hinweis darauf, dass die Kernaussagen aufgrund der Unvollständigkeit einzelner Datensätze verzerrt würden.

In Heppenheim sind zum Zeitpunkt des Berichts im Fördergebiet Aktiver Kernbereich Innenstadt 200 Gewerbebetriebe angemeldet. Die Untersuchung nach dem Jahr der Gründung oder der Ummeldung in die Innenstadt zeigt, dass die meisten Unternehmen erst seit kürzerem in der Innenstadt ansässig sind: mehr als die Hälfte der Betriebe ist erst seit 2000 hier gegründet oder in die Innenstadt umgemeldet worden.

Gewerbescheinpflichtiges Gewerbe in der Innenstadt Heppenheims
nach dem Jahr der Anmeldung (Stand August 2008)

Zeitraum der Gründung	Anzahl	Anteil
2000 - 8.2009	108	54%
1990 - 1999	33	17%
1980 - 1999	23	12%
1970 - 1979	19	10%
vor 1970	17	9%
Gesamt	**200**	100%

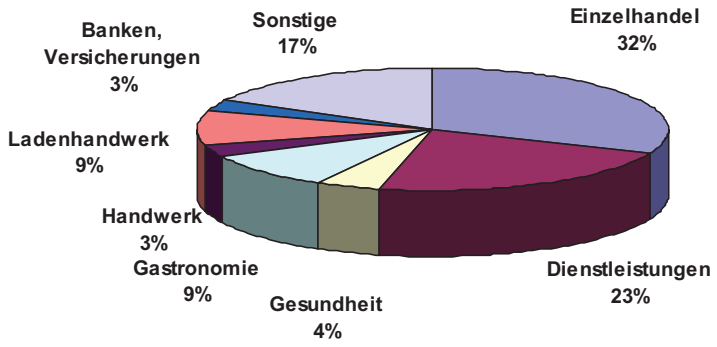
Quelle: Gewerberegister der Stadt Heppenheim, eig. Berechnungen durch E&P

Hinzu zu zählen sind diesen gewerbescheinpflichtigen Betrieben freiberufliche Unternehmen, als insbesondere Ärzte, Anwälte, Architekten und Künstler usw.. Diese sind nicht als Gewerbe registriert. Nach einer Auszählung der Telefonbucheintragungen wird man der Zahl von rd. 200 gewerbeschein-

pflichtigen Gewerbeeinheiten noch rund 25 freiberufliche Wirtschaftseinheiten hinzuzählen müssen.

Zum August 2008 stellt sich die Struktur der Wirtschaft in der Innenstadt Heppenheims, gemessen in der Zahl der gewerbescheinpflichtigen Unternehmen, wie folgt dar:

Struktur der meldepflichtigen Gewerbebetriebe in der Heppenheimer Innenstadt August 2008
N=176 Quelle: Gewerberegister, eig. Berechnungen



Der Einzelhandel in der Heppenheimer Innenstadt hat den höchsten Anteil. Zusammen mit dem Ladenhandwerk stellt der Einzelhandel zwei Fünftel der gewerbescheinpflichtigen Betriebe der Innenstadt.

Relativ dicht gefolgt ist der Einzelhandel von den unternehmens- und personenbezogenen Dienstleistungen, die 23 % der Unternehmen stellen, und der Gruppe sonstiger Gewerbebetriebe. Unter letzterem sind Unternehmen der Presse, Promotion, Verkaufsagenturen, Tourismus und Transportunternehmen subsumiert. In dieser Gruppe sind auch „Ich-AGs“ und berufliche Nebentätigkeiten enthalten, die eines Gewerbescheins bedürfen.

Banken und Versicherungen (einschl. Versicherungsagenturen) und gewerbescheinpflichtige Betriebe im Gesundheitswesen sind zwar oft im innerstädtischen Erscheinungsbild durch ihre bauliche Massivität bestimmend und gehören auch zu den arbeitsplatzintensivsten Wirtschaftseinheiten. Der Charakter der Innenstädte wird aber am stärksten durch die Nutzungen der Erdgeschossebenen bestimmt, und dabei sind es die Ladengeschäfte und die Gastronomie, die in der Dichte, der Art und der Präsentation des Angebots das Flair einer Innenstadt bestimmen.

Der Anteil des für die Erdgeschossnutzung und damit für die gefühlte Urbanität relevanten Gewerbes ist in Heppenheim hoch. 134 der Gewerbebetriebe, die seit 1970 in der Innenstadt neu angemeldet wurden, also etwa zwei Drittel, gehören dem Einzelhandel, dem Ladenhandwerk oder der Gastronomie an. Mit einem Anteil von 71 % dominiert der Einzelhandel die EG-Nutzungen.

Der Anteil der Gastronomie ist mit 13 % dieser EG-relevanten Nutzungen nicht so hoch, dass man die Innenstadt als „Kneipenviertel“ bezeichnen könnte. Allerdings ist er Anteil der Gastronomie in den letzten Jahrzehnten sukzessive gewachsen.

Erdgeschoßrelevantes Gewerbe in der Innenstadt Heppenheims
nach dem Wirtschaftszeig und dem Jahr der Anmeldung (Stand August 2008)

Zeitraum der Gründung	Einzelhandel		Ladenhandwerk		Gastronomie		Gesamt	
	absolut	%	absolut	%	absolut	%	absolut	%
2000 - 8.2009	45	65%	12	17%	12	17%	69	100%
1990 - 1999	20	80%	3	12%	2	8%	25	100%
1980 - 1989	16	84%	2	11%	1	5%	19	100%
1970 - 1979	11	85%	1	8%	1	8%	13	100%
vor 1970	3	38%	4	50%	1	13%	8	100%
Gesamt	**95**	**71%**	**22**	**16%**	**17**	**13%**	**134**	**100%**
Anteil	**71%**		**16%**		**13%**		**100%**	

Quelle: Gewerberegister der Stadt Heppenheim, eig. Berechnungen durch E&P

Die räumliche Verteilung der Gewerbebetriebe auf die Straßenzüge der Innenstadt zeigt die nachfolgende Übersicht. Die Friedrichstraße ist dabei unbestritten das Zentrum in der Innenstadt Heppenheims und beherbergt ein gutes Drittel des Gewerbes im Bestand. Mit einem Anteil von 47 % des EG-relevanten Gewerbes ist die Friedrichstraße auch die bestimmende Lage, die mit den dortigen Läden und der Gastronomie das Ambiente und Flair der Innenstadt maßgeblich prägt.

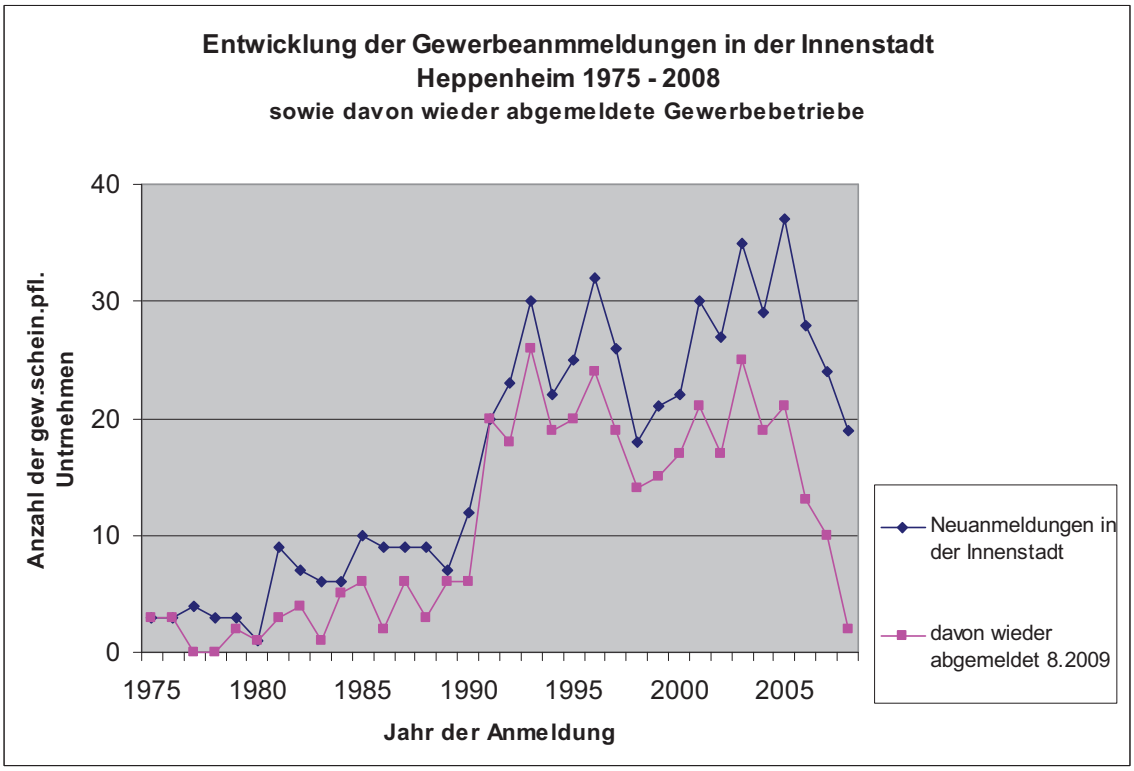
Verteilung des Gewerbes des Innenstadtgewerbes auf Straßenzüge - August 2009

Gewerbe	Innenstadtstraße						
	Friedrich	Lehr	Wilhelm	Ludwig	Graben	Parkhof	sonstige
alle Gewerbebetriebe	**35%**	**20%**	**18%**	**7%**	**8%**	**4%**	**8%**
nur EG-nutzungs-relevantes Gewerbe	47%	15%	15%	6%	6%	6%	**6%**

Quelle: Gewerberegister der Stadt Heppenheim, eig. Berechnungen durch E&P

2.7.2 Dynamik der gewerblichen Innenstadtentwicklung

Die Tatsache, dass mehr als die Hälfte der gewerblichen Wirtschaftseinheiten der Innenstadt seit weniger als 10 Jahren dort besteht, wurde bereits als Indikator einer großen Dynamik und Fluktuation in der Innenstadt zitiert.



Um den Entwicklungsverlauf dieser Dynamik nachzuzeichnen wurde die Zahl der abgemeldeten Gewerbebetriebe in Relation gesetzt zur den Neuanmeldungen und Ummeldungen, soweit dies durch des Gewerberegister rekonstruierbar war. Die Zeitreihenuntersuchung zeigt, dass von den seit 1975 angemeldeten Gewerbebetrieben 69 % wieder abgemeldet wurden, und mit Ausnahme des Anteils der Unternehmen im Gesundheitsbereich sind alle anderen Branchen auf diesem sehr hohen Niveau der Fluktuation von zwei Dritteln oder mehr.

Dies heißt, dass das Gewerbe der Innenstadt sich innerhalb einer Generation zu einem Gutteil erneuert hat.

Dynamik der wirtschaftlichen Entwicklung in der Innenstadt Heppenheim

Gewerbescheinpflichtige Unternehmen, die seit 1975 in der Innenstadt abgemeldet und seither wieder abgemeldet wurden in % der An-und Ummeldungen seit 1975 (N=576)

	Insgesamt	Einzelhandel	Dienstleistungen	Gesundheit	Gastronomie	Handwerk	Banken, Versicherungen	Sonstige
Bestand 8.2009	176	56	40	8	17	23	17	5
An- und Ummeldungen seit 1975	576	197	119	14	77	83	51	27
Abmeldungen seit 1975	400	141	79	6	60	60	34	22
Abmeldunen in % der Anmeldungen	69%	72%	66%	43%	78%	72%	67%	81%

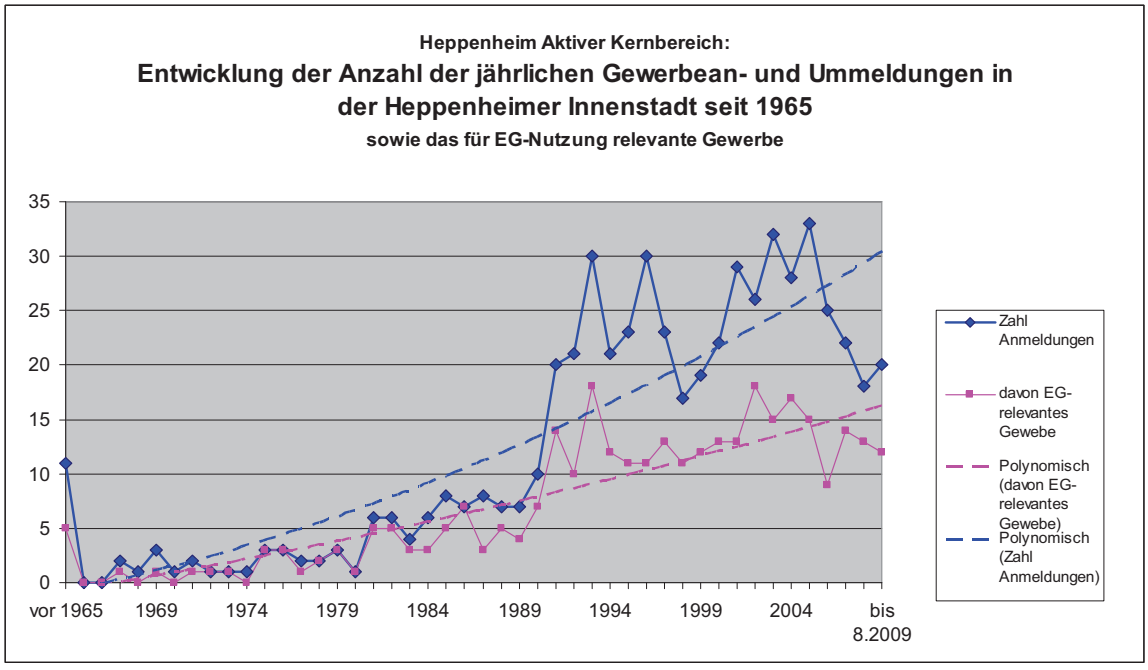
Quelle: Gewerberegister der Stadt Heppenheim, eig. Berechnungen durch E&P

Dies muss für die wirtschaftliche Entwicklung insgesamt nicht negativ sein, es zeigt aber an, dass für die Kunden und das Stadtpublikum das Gebiet eine instabile Struktur an fest lokalisierbaren Laden- und Gewerbestandorten hat. In einer solch hohen Fluktuation liegen deshalb auch Risiken für die Entwicklung. Fluktuation heißt ja nicht zwingend, dass es z.B. zu einer Betriebsübergabe kommt, und der gleiche Betrieb oder zumindest die gleiche Branche am gleichen Standort weitergeführt wird. Es liegt hierin auch das

Risiko, dass sich bei einer Vielzahl von freiwerdenden Gewerberäumen andere Nutzungen etablieren, die womöglich den Branchenmix stören oder zu einseitigen Strukturen führen.

Die hohe Fluktuation der Einzelhandelsgeschäfte ist in Heppenheim keine erst jüngere Erscheinung, sondern lässt sich über einen längeren Zeitraum nachzeichnen. Sie ist eingebettet in eine seit Mitte der 60er Jahre rasant beschleunigte „Volatilität" des Gewerbes, in der verschiedene Trends und Geschäftspolitiken zusammenlaufen. Den Umbruch markieren dabei aber die frühen 90er Jahre, in denen auch in Heppenheim die Gewerbeanmeldungen rasant anstiegen. „Neue Selbständigkeit" und „Hit and Run-Ökonomie" sind für die zugrunde liegenden kurzlebigen Geschäftspolitiken die Schlagworte.

Nachfolgendes Diagramm stellt diesen Umbruch dar. Es zeigt, dass nach Jahren einer beschaulichen Entwicklung, in der es in der Innenstadt nur zu einer begrenzten Zahl von Geschäfts- und Betriebsneueröffnungen (unter 10 jährlich!) kam, ab Anfang der 90er Jahre sich dies abrupt änderte. Seit nunmehr bald 20 Jahren liegt die Zahl neu angemeldeter Geschäfte zwischen 20 und 30. Der Wandel in der Wirtschaft ist nun aber per se nichts Schlechtes: er kann auch Anpassung an neue Rahmenbedingungen heißen. Zusammen mit der hohen Zahl von Gewerbeabmeldungen deutet er aber im Falle der Innenstadt Heppenheim auf zunehmende Instabilität der Geschäftsstruktur und hohe Fluktuation hin, die zu einer Instabilität der lokalen Strukturen für Kunden und Besucher der Innenstadt führt. Zum andern bleibt der Wandel in den EG-Ebenen hinter dem der Gewerbeentwicklung insgesamt zurück, das heißt: die EG-relevanten Nutzungen Handel und Gastronomie werden tendenziell von anderen Nutzungen dominiert.



Allerdings ist nur ein Teil der Gewerbeanmeldungen relevant für die Zentrumsfunktion. Diese ist wesentlich bestimmt durch die Nutzung der Erdgeschossebene. Diese innenstadtspezifische EG-Nutzung ist hier definiert als Summe der Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe sowie der Gaststätten und Unternehmen im Gesundheitssektor. Der Anteil dieser EG-rele-

vanten Gewerbeanmeldungen steigt zwar auch, aber langsamer als der des Gewerbeanmeldungen insgesamt.

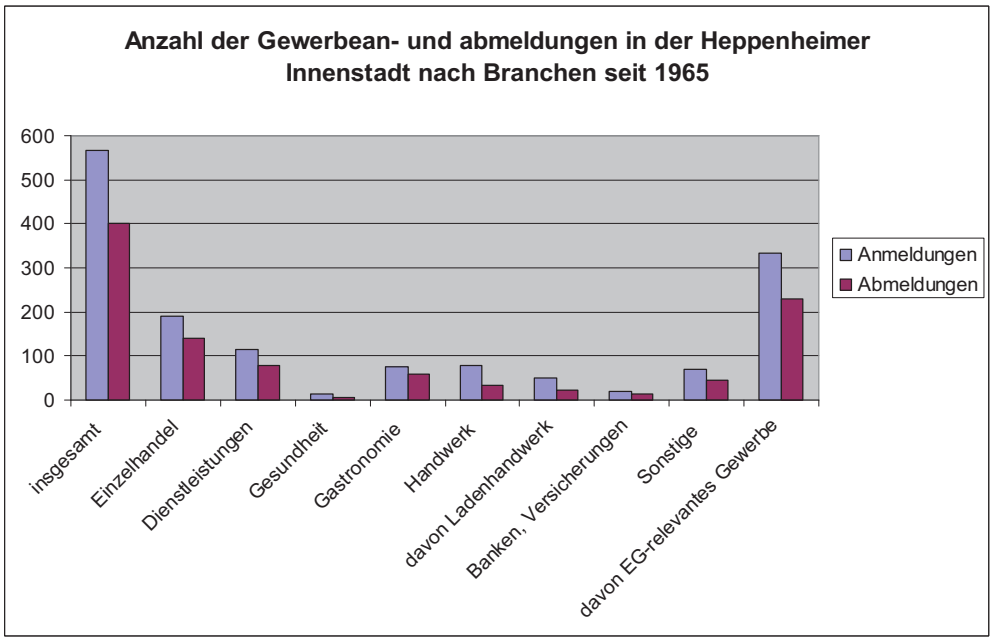
Bei ähnlich hoher Fluktuation von Ladengeschäften wie in der Gesamtheit der Gewerbeanmeldungen in der Innenstadt bedeutet dies, dass Ladengeschäfte in der Tendenz geringer nachgefragt werden, zumindest keine höhere Bestandsstabilität haben. Hierin liegt die Gefahr, dass in der Ladenebene Instabilität einkehrt und immer weniger nachhaltige Geschäfte die EG-Ebene und damit die „innere Landkarte" der Innenstadt bestimmen.

Gewerbeneuanmeldungen in der Innenstadt
und Anteil EG-relevanter Nutzungen nach Dekaden

Dekade der Anmeldung	Anzahl	davon in %			Anteil EG-relevanter Gewerbebetriebe
	abs.	Einzelhandel	Ladenhandwerk	Gastronomie	
2000 - 8.2009	108	41%	11%	11%	63%
1990 - 1999	33	61%	9%	6%	76%
1980 - 1989	23	70%	9%	4%	83%
1970 - 1979	19	58%	5%	5%	68%
vor 1970	17	18%	24%	6%	47%

Quelle: Gewerberegister der Stadt Heppenheim, eig. Berechnungen durch E&P

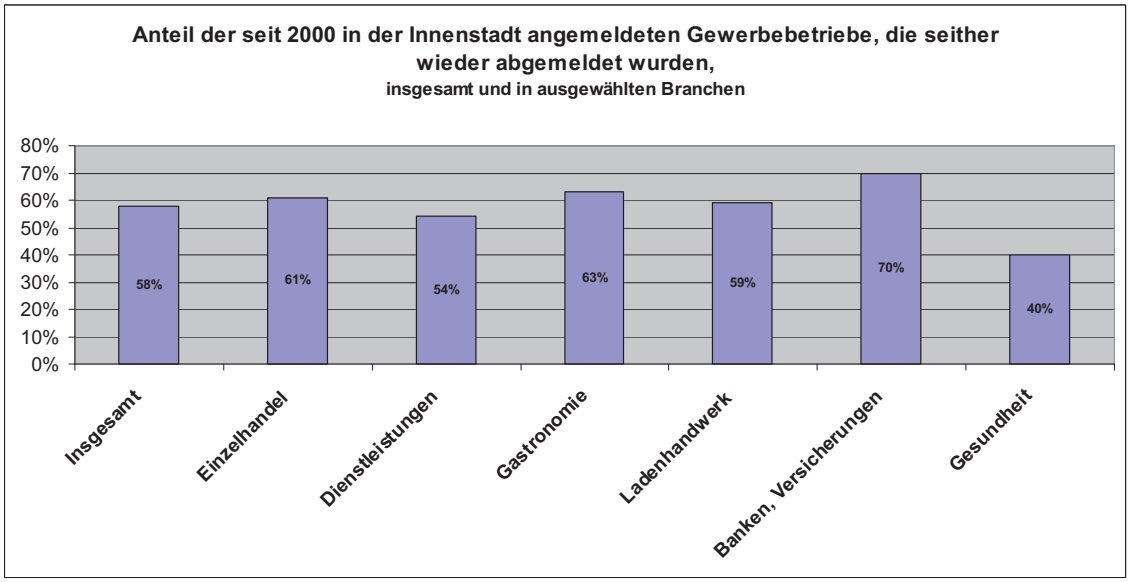
Ausdruck dessen ist, dass bei den Anmeldungen von Gewerbebetrieben seit Ende der 70er Jahre der Anteil des EG-relevanten Gewerbes fällt, dies insbesondere der sinkende Anteils des Einzelhandels. Ausgehend von diesem Indikator kann die These vertreten werden, dass der Einzelhandel einen Bedeutungsverlust im Wirtschaftsgeschehen der Innenstadt zu erfahren hat. Anders formuliert: die Innenstadt ist nicht mehr der Standort erster Wahl für den Einzelhandel in Heppenheim. Dies würde die in den Experteninterviews formulierte These, dass Heppenheim dabei ist, das in Qualität, Mix und Dichte mittelzentrumsspezifische Einzelhandelsniveau zu verlieren.



Die Kurzlebigkeit der Gewerbebetriebe in der Heppenheimer Innenstadt hat seit der Jahrtausendwende eher noch zugenommen. So haben von allen seit

dem Jahr 2000 in der Innenstadt neu an- oder umgemeldeten Gewerbetrieben 58 % wieder die Löschung im Gewerberegister beantragt. An der Spitze liegt hierbei zwar der dem Bank- und Versicherungswesen zuzurechnenden Unternehmen mit 70 %, das aber aufgrund der kleinen Zahl geradezu vernachlässigbar ist. Der bedenklichere Bereich ist der aufgrund der absoluten Anzahl und der Funktion für die Innenstadt viel bestimmende Bereich des Einzelhandels und der Gastronomie.

Das nachfolgende Diagramm bezieht sich ausschließlich auf die Entwicklung der letzten Dekade und differenziert die Entwicklung nach Wirtschaftszweigen. Beim gegenwärtigen Bestand von ca. 200 Gewerbebetrieben ist der Umfang der Abmeldung mit 147 beträchtlich und auch die Relationen in den Wirtschaftszweigen sind bezeichnend. Überdurchschnittlich hoch sind diese in Handel und Gastronomie, relativ gering ist die Fluktuation bei den Dienstleistungen (Dies überrascht insofern, als Dienstleistungen und Büronutzungen als klassische Obergeschossnutzungen im Allgemeinen eine höhere Fluktuation haben. Dies liegt an deren Standortungebundenheit, weil aufgrund der zumeist geringeren Investitionen für die Aufnahme des Geschäftsbetriebs eine höhere Mobilität gegeben ist.) Festzuhalten ist: die EG-nutzungsrelevanten Betriebe haben eine hohe Mobilität und Fluktuation.



Kurzfristige Dynamik der wirtschaftlichen Entwicklung in der Innenstadt seit 2000

Gewerbescheinpflichtige Unternehmen gesamt und in ausgewählten Branchen, die seit 2000 in der Innenstadt abgemeldet und seither wieder abgemeldet wurden in % der An-und Ummeldungen seit 2000 (N=255)

	Insgesamt	Einzelhandel	Dienstleistungen	Gastronomie	Ladenhandwerk	Banken, Versicherungen	Gesundheit	*davon EG-nutzungs-relevant*
Anmeldungen	255	77	57	38	37	22	5	*214*
Abmeldungen	147	47	31	24	22	13	2	*126*
Abmeldungen in % der Anmeld.	58%	61%	54%	63%	59%	70%	40%	*59%*

Quelle: Gewerberegister der Stadt Heppenheim, eig. Berechnungen durch E&P

Die hohe Fluktuation bei der Gastronomie kann man als weitgehend „naturgemäß“ und modischen Trends folgend begreifen, mit einem Bedauern, dass die eingesessene „Stammwirtschaft“ nun zunehmend der Vergangenheit an-

gehört. (Wenn ein Gaststättenpächter dem nächsten folgt, bleibt die die Art der Nutzung im Wesentlichen die gleiche. Die Veränderung liegt hierbei eher im Wechsel des Publikums, das mit dem jeweiligen gastronomischen Angebot angesprochen wird.)

Die hohe Instabilität neuer Einzelhandelsbetriebe wiegt demgegenüber schwerer. Der Einzelhandel prägt mit dem Sortiment und dem sozial- und altersgruppenspezifischen Angebot sehr stark die Wahrnehmung einer Innenstadt und deren Struktur über die Verortung spezifischer Ladengeschäfte. Eine stabile Struktur ist Voraussetzung für eine Stammkundschaft einer Innenstadt und damit den Kern einer lokalen Kaufkraftbindung.

Es sind also zwei Dinge:

- die hohe Fluktuation destabilisiert die Geographie der Innenstadt für Kunden und Besucher, und dies vor allem durch den Wandel der EG-Ebenen.
- In der Summe verschiebt sich die Struktur des Gewerbes der Innenstadt weg von den flair- und milieuprägenden Segmenten, wodurch die Innenstadt in der Gefahr ist, Momente des städtischen Charakters zu verlieren (zugunsten „gefühlter Dörflichkeit“, wie dies in einem Experteninterview formuliert wurde).

Diese hohe Fluktuation ist einer lokalen Kaufkraftbindung der Innenstadt abträglich.

2.7.3 Räumliche Aspekte der Strukturen und der Entwicklung

Achse der Innenstadtentwicklung Heppenheims ist die Friedrichstraße. In ihr liegt ein gutes Drittel des Gewerbes, von den innenstadtbedeutsamen Funktionen Handels, Gastronomie und gewerbliches Gesundheitswesen sogar knapp die Hälfte der Unternehmen.

Räumliche Struktur des Gewerbes der Innenstadt - August 2009

	Innenstadtstraße						
Gewerbe	**Friedrich**	**Lehr**	**Wilhelm**	**Ludwig**	**Graben**	**Parkhof**	**sonstige**
alle Gewerbebetrie	**35%**	**20%**	**18%**	**7%**	**8%**	**4%**	**8%**
nur EG-nutzungs-relevantes Gewerbe	47%	15%	15%	6%	6%	6%	**6%**

Quelle: Gewerberegister der Stadt Heppenheim, eig. Berechnungen durch E&P

Allerdings hat die Friedrichstraße als Achse der Innenstadtentwicklung in den vergangenen Jahrzehnten die Einzelstellung verloren. Waren noch vor 1980 über 40 Prozent allen Gewerbes der Innenstadt in der Friedrichstraße lokalisiert, ging dieser Anteil auf derzeit rd 27 Prozent zurück. Wilhelmstraße und Ludwigstraße als Querstraßen haben sich in der Position der Präferenz für neues Gewerbe in den letzten 30 Jahren kaum verändert. Ausbauen konnte in den 80er und 90er Jahren die Lehrstraße ihre Position, zu der auch die Starkenburg-Passage gehört. Allerdings ist sie nach einem zwischenzeitlich Anteil von 42 % in der letzten Dekade wieder abgefallen auf 35 %.

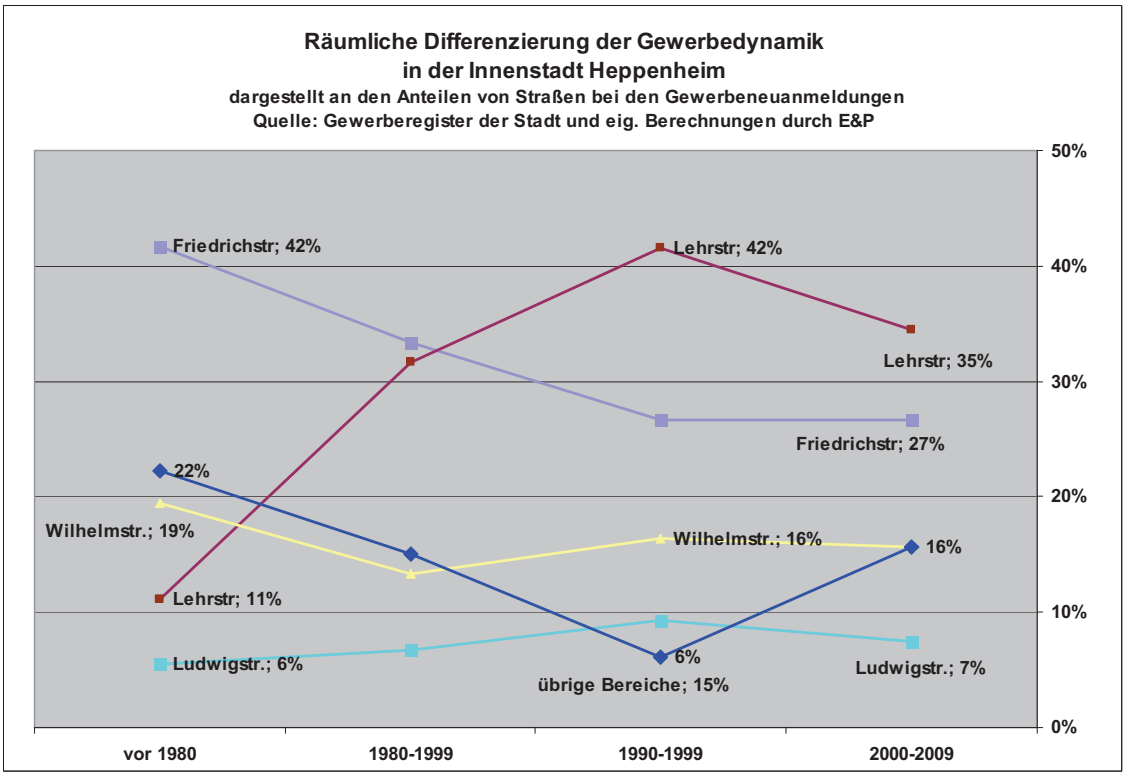
Bei der Verwendung dieses Indikators der Verteilung nach Straßenzügen muss eingeschränkt werden, dass die Anzahl neuer Gewerbebetriebe nur ein Indikator für eine Lageattraktivität ist: ein weiterer ist die Zahl der Abmeldungen bzw. die Fluktuation. Diesen berücksichtigt, erweist sich die Lehrstraße als in höchstem Maße volatil. Von den zwischen den Jahren 1990 und 2000 angemeldeten Gewerbebetrieben sind ausweislich der Statistik alle wieder verschwunden, und auch bei einer längerfristigen Betrachtung erweist sich die Lehrstraße als äußerst instabiler Gewerbestandort.

Lagegunst der Innenstadt Heppenheims für Gewerbe: Indikator Fluktuation

Von den in der Innenstadt gemeldeten Gewerbebetrieben wurden bis 23.8.09 wieder abgemeldet in den Straßen:

Betriebsbeginn	Friedrichstr	Lehrstr	Wilhelmstr.	Ludwigstr.	Werlestr.	Zwerchgasse	Parkhof	Darmstädter	Graben	gesamt
2000-2009	59%	75%	68%	68%	17%	67%	73%	25%	38%	65%
1990-1999	88%	99%	91%	85%	100%	50%	67%	0%	0%	92%
1980-1999	80%	89%	63%	100%	0%	0%	100%	0%	100%	83%
vor 1980	87%	100%	57%	100%	0%	100%	100%	0%	75%	81%
insgesamt	**74%**	**88%**	**76%**	**80%**	**45%**	**70%**	**75%**	**17%**	**61%**	**78%**

Quelle: Gewerberegister der Stadt Heppenheim, eig. Berechnungen durch E&P



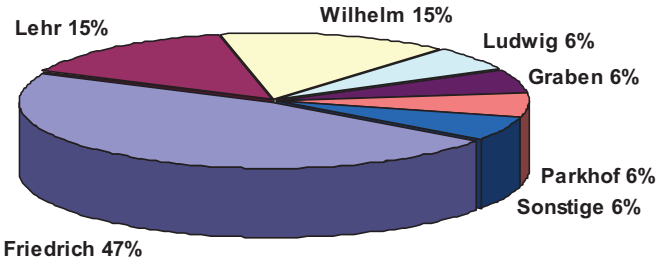
Unter dem Aspekt der hohen Stabilität zeichnet sich der kleine in die Innenstadt fallende Bereich der Darmstädter Straße aus. Hier ist die Struktur bis zum Jahr 2000 absolut dauerhaft und auch in der jüngeren Zeit immer noch stabiler als der Rest der Innenstadt. Diese Stabilität muss man einem gelungenen Mietmanagement der Eigentümer zurechnen. Eine hohe Stabilität haben auch die Werlestraße und der Graben, dies allerdings bei einem sehr geringen Besatz mit Gewerbe.

Festzuhalten ist jedoch, dass mit der Neubebauung der Lehrstraße der Friedrichstraße eine Konkurrenz entstanden ist. Die anfängliche Attraktivität erklärt sich vermutlich aus der Neubauqualität, der Ausstattung und dem Zuschnitt der Gewerbeeinheiten in der Lehrstraße und der Starkenburg-Passage sowie dem größenstrukturell breiten Angebot an Gewerbeeinheiten. Die baulichen Vorzüge überwogen bei gewerblichen Mietern die erkennbaren Nachteile in der Lage und der geringeren Frequenz potenzieller Kunden. In dieser Konkurrenz musste das Alleinstellungsmerkmal der Friedrichstraße als Einkaufs- und Geschäftsstraße und den Kundenumsätzen zwischenzeitlich mit der Lehrstraße geteilt werden

Durch die Kunden wurden diese Lagen wie die Lehrstraße jedoch nicht auf Dauer angenommen. Die Mischungsstruktur, die Unternutzungen und die Leerstände in der Lehrstraße sind Ausdruck dieser Abstimmung der Kunden über diesen Gebietsteil der Innenstadt.

Die Friedrichstraße hat sich zwar in der Konkurrenz der Lagen stabilisiert, konnte aber die alte, uneingeschränkte Position nicht zurückgewinnen.

Verteilung des EG-nutzungsrelevanten Gewerbes der Innenstadt auf Straßenzüge
Stand August 2008
Quelle: Gewerberegister der Stadt Heppenheim, eig. Berechnungen durch E&P



Der Gewerbeanteil der Wilhelmstraße z.B. zeigt, dass die Innenstadt nun auch andere Nebenstränge der Gewerbeentwicklung kennt. Diese sind offensichtlich bedingt durch bauliche Qualitäten und möglicherweise auch in Vorzügen der Miethöhe gegenüber Ladenlokalen in der Friedrichstraße.

Die Diversifizierung der Struktur von einem dominanten Entwicklungsstrang Friedrichstraße in eine polyzentrische Struktur der Innenstadt erklärt bei insgesamt verhalten wachsenden oder stagnierenden Umsätzen, dass auch die Friedrichstraße in der Erdgeschossebene Strukturprobleme aufweist.

2.7.4 Branchenstrukturelle Analyse

2.7.4.1 Segment Einzelhandel in der Innenstadt

Der Einzelhandel der Innenstadt ist in seiner Struktur bestimmend für den zentralörtlichen Charakter des Wirtschaftsplatzes und die mögliche Kaufkraftbindung der Innenstadt in Stadt und Region.

Von E&P wurden die Daten des Gewerberegisters der Stadt Heppenheim für die Zwecke einer strukturellen Bestimmung nach Einzelhandelsbranchen codiert. Grundlage der Codierung war dabei die im Gewerberegister eingetragene Unternehmenszwecke, wobei die Zuordnung zu Einzelhandelsbranchen nach dem Ersteintrag (bei bis zu drei Einträgen) erfolgte. Die Grundeinheit ist jeweils die Anzahl von Einzelhandelsbetrieben in einem Segment. Die Auswertung gibt also keinen Aufschluss über eine Bedeutung nach Umsätzen, Kundenfrequenz oder Beschäftigtenzahl.

Die Auswertung ergibt folgendes Bild:

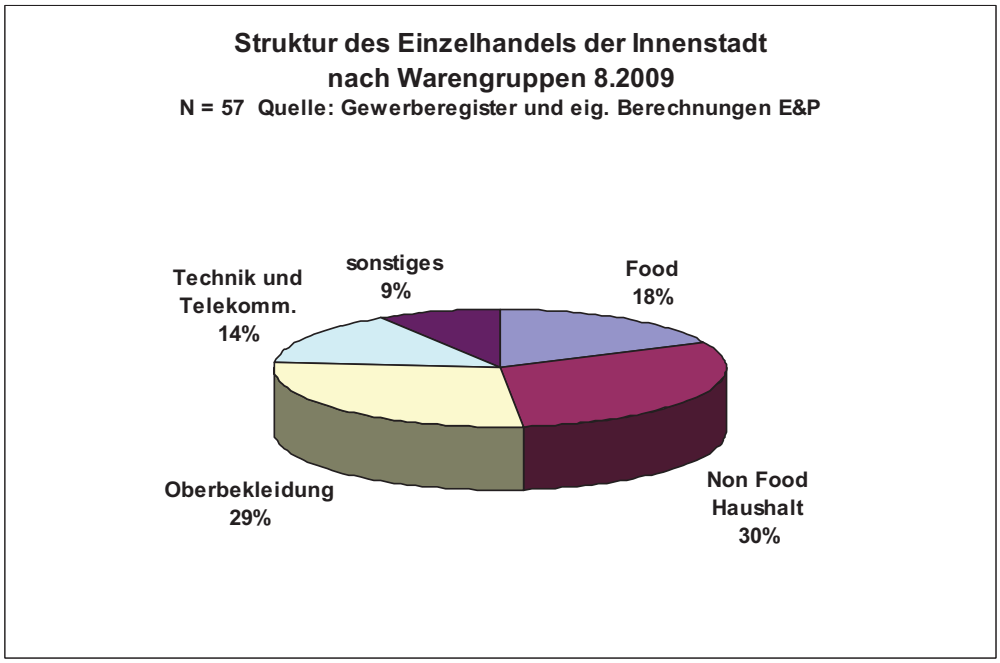
Einzelhandelsstruktur in der Innenstadt Heppenheim
Fachhandel nach Warengruppen in Anzahl der Betriebe und in Prozent August 2009

Insgesamt	Lebens-mittel	Textilien	Drogerie-waren	Floristik	Haushalts-waren	Papier, Tabakwaren	Schmuck, Geschenke	Lederwaren	technische Waren	Telekomm.	Buch-handel
57	10	13	7	3	3	4	3	3	4	4	2
100%	18%	23%	12%	5%	5%	7%	5%	5%	7%	7%	4%

Quelle: Gewerberegister der Stadt Heppenheim, eig. Berechnungen durch E&P

Der Bereich des Textilfachhandels nimmt den größten Anteil der Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt ein, gefolgt vom Lebensmitteleinzelhandel. Was den Lebensmitteleinzelhandel angeht, sind darin nicht das Ladenhandwerk (z.B. Bäckereien und Metzgerläden) enthalten, jedoch auch Kioskbetriebe, wenn der Verkauf von Lebensmitteln ausweislich des Gewerberegisters ein Unternehmenszweck ist.

Textilhandel und Lebensmitteleinzelhandel werden in der Häufigkeit der Unternehmen gefolgt von Drogerien (einschl. Parfümerien und Kosmetik-Fachhandel). Soweit ist die Verteilung in der Häufigkeit nicht abweichend. Unterrepräsentiert sind jedoch der (elektro-)technische Handel, Lederwaren (insbesondere Schuhhäuser) sowie Sportartikel und für eine Kleinstadt mit Mittelzentrumsfunktion auch der Besatz mit Läden für Schmuck- und Geschenkartikeln.



Dauerhaftigkeit im Einzelhandel

Auch die Dauerhaftigkeit im Einzelhandel wurde untersucht. Dabei galt als Indikator die Häufigkeit des Betriebs- bzw. Unternehmerwechsels. Gemessen wurde diese in der Zahl der seit 1975 erfolgten Anmeldungen von Fachhandelsbetrieben, die ins Verhältnis gesetzt wurde zum Bestand an Einzelhandelunternehmen im Jahr 2009 (als Persistenzmaß).

In der Gesamtheit zeigt sich, dass auf jeden bestehenden Einzelhandelsbetrieb im Zeitraum der letzten drei Jahrzehnte 3,5 Neuansiedlungen kommen. Das heißt: auf jedes bestehende Einzelhandelsunternehmen kommen mehr als zwei, die den Betrieb aufgenommen hatten, aber - aus welchen Gründen auch immer - wieder eingestellt haben. Am höchsten ist diese mangelnde Dauerhaftigkeit im Sektor des Lebensmitteleinzelhandels, gefolgt vom Textilhandel. Selbst im Bereich der Telekommunikation, einem Sektor der erst seit 15 Jahren besteht, ist eine hohe Fluktuation festzustellen. Die höchste Stabilität weisen der Drogerie- und Kosmetikhandel und der Buchhandel auf.

Persistenz (Dauerhaftigkeit) im Innenstadt-Einzelhandel

Verhältnis der Anzahl der Gewerbeanmeldungen im Fachhandel seit 1975 in Relation zum Bestand im August 2009

Insgesamt	Lebens-mittel	Textilien	Drogerie-waren	Floristik	Haushalts-waren	Papier, Tabak-waren	Schmuck, Geschenke	Leder-waren	technische Waren	Telekomm.	Buch-handel
3,5	4,3	4,0	2,1	3,0	3,3	2,8	4,3	2,7	3,3	2,5	1,5

Quelle: Gewerberegister der Stadt Heppenheim, eig. Berechnungen durch E&P

In der Summe bestätigt sich auch für den Einzelhandel die hohe Fluktuation und die relativ geringe Dauerhaftigkeit – und dies auch in den verschiedenen Einzelhandelssortimenten. Dabei hat es nicht an Versuchen gemangelt, sich in der Innenstadt Heppenheims zu etablieren. Es deutet jedoch einiges darauf hin, dass die Marktchancen, die die Innenstadt Heppenheims bietet, von vielen Kaufleuten überschätzt wurden.

2.7.4.2 Das Segment Dienstleistungsbereich der Innenstadt

Struktur des Dienstleistungsbereichs

Die Dienstleistungsunternehmen der Innenstadt Heppenheims wurden dahingehend untersucht, welcher Art die erbrachte Dienstleistung ist. Unterschieden wurde dabei – wiederum anhand des im Gewerberegister eingetragenen Unternehmenszwecks – nach persönlichen Dienstleistungen im Gesundheits- und Kosmetikbereich, soweit sie nicht wie z.B. Friseure dem Ladenhandwerk zuzurechnen sind, sowie haushaltsbezogenen und unternehmensbezogenen Dienstleistungen.

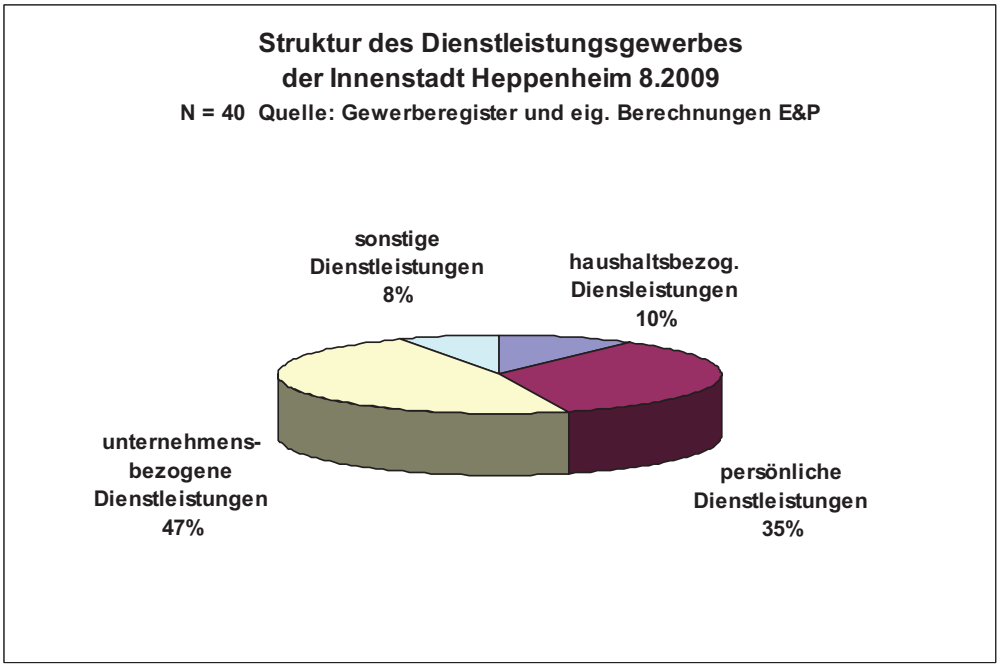
Die Majorität der Dienstleister in der Innenstadt erbringt an Unternehmen gerichtete Dienstleistungen (z.B. in Vermarktung, Personalservice und EDV-Support etc.). Zusammen mit den persönlichen Dienstleistungen machen diese zusammen 83 Prozent aus. Die haushaltsbezogenen und sonstigen Dienstleistungen in der Innenstadt sind unbedeutend.

Struktur ders Dienstleistungsbereichs in der Innenstadt
Dienstleistungsbetriebe nach Art der DL in Anzahl der Betriebe und % August 2009

Insgesamt	haushaltsbezogene Diensleistungen	persönliche Dienstleistungen	unternehmensbezo-gene Dienstleistungen	sonstige Dienstleistungen
40	4	14	19	3
100%	10%	35%	48%	8%

Quelle: Gewerberegister der Stadt Heppenheim, eig. Berechnungen durch E&P

Unternehmensbezogene wie persönliche Dienstleistungen sind beides innenstadtspezifische Funktionen; hinsichtlich ihrer Präsenz in der Innenstadt kann man keinesfalls von Fehlallokationen sprechen. (Anders ist dies zu sehen, wenn diese Dienstleister die Ladengeschossebene einnehmen würden und dies dort zu einer Verdrängung publikumswirksamer Geschäfte führt.)



Dauerhaftigkeit im Dienstleistungsbereich

Auch für den Dienstleistungsbereich wurde die „Persistenz“ am Standort Innenstadt untersucht, also wiederum das Verhältnis der Gewerbeanmeldungen seit 1975 im Verhältnis zum Bestand im August 2009. Relativ dauerhaft sind die Anbieter persönlicher Dienstleistungen am Standort Innenstadt, nicht jedoch die unternehmensbezogenen Dienstleistungen, deren Fluktuation etwa auf dem Niveau des Einzelhandels liegt.

Persistenz (Dauerhaftigkeit) des Dienstleistungsbereichs in der Innenstadt
Verhältnis der Anmeldungen von Dienstleist.Unternehmen seit 1975 in Relation zum Bestand im August 2009

Insgesamt	haushaltsbezogene Diensleistungen	persönliche Dienstleistungen	unternehmensbezogene Dienstleistungen	sonstige Dienstleistungen
3,0	3,0	2,6	3,4	2,3

Quelle: Gewerberegister der Stadt Heppenheim, eig. Berechnungen durch E&P

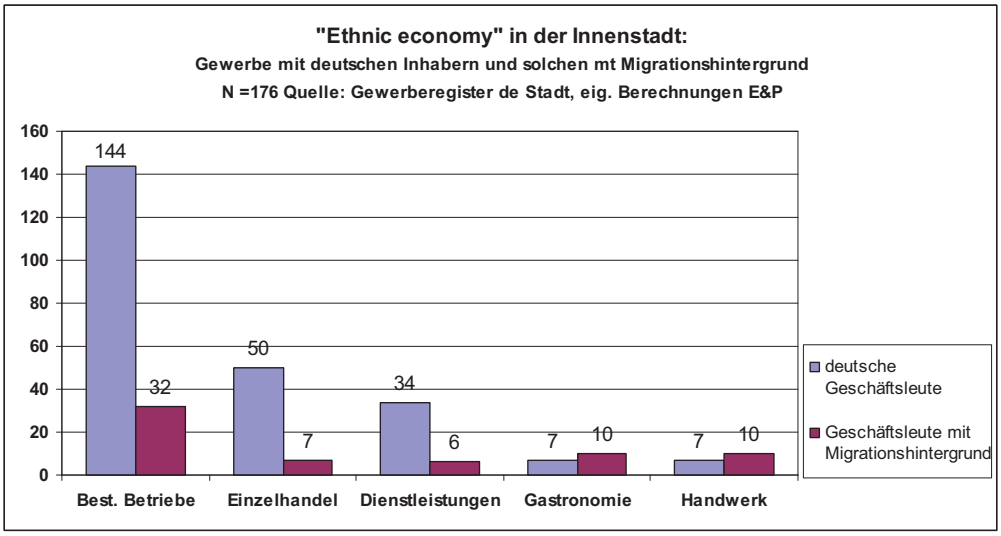
Hinsichtlich der Dauerhaftigkeit und der Standortgebundenheit unterscheiden sich die innenstadtspezifischen Dienstleistungsbereiche der Heppenheimer Innenstadt kaum vom Einzelhandel. Zur hohen Fluktuation im Sektor Handel kommt also auch noch eine hohe Fluktuation speziell im Bereich der in der Heppenheimer Innenstadt erbrachten unternehmensbezogenen Dienstleistungen hinzu.

2.7.5 „Ethnic Economy“

Der Anteil der Geschäfte der Innenstadt, die einen Inhaber mit Migrationshintergrund haben, beträgt zum Zeitpunkt der Untersuchung ein knappes Fünftel. Dieser Wert liegt zwar deutlich über dem Ausländeranteil in Heppenheim (rd. 10 %), ist aber für westdeutsche Innenstädte normal.

Jeweils ein knappes Drittel (n=10) geht einem Geschäft in der Gastronomie oder dem Handwerk nach. In der Gastronomie und im Handwerk der Innenstadt wird sogar die Mehrzahl der Betriebe von Migranten geführt. Beim Handwerk sind es vor allem Änderungsschneidereien und Reparaturdienste, die betrieben werden. Es finden sich darunter aber auch einige Fälle, in denen ein Handwerksberuf in Selbständigkeit ausgeübt wird, zu dem es keines Meisterbriefs bedarf. Es sind dies zuweilen auch Formen der „Ich-AG“ und der Scheinselbständigkeit.

Im Einzelhandel und unter den Dienstleistern sind Inhaber mit Migrationshintergrund vergleichsweise gering vertreten.



Bezüglich der Dauerhaftigkeit (wieder gemessen im o.a. Persistenzmaß des Verhältnisses des bestehenden Gewerbes zu den Gewerbeanmeldungen seit 1975) unterscheiden sich deutsche Gewerbetreibende und solche mit fremdem Pass durchaus: liegt dieses Maß bei deutschen Geschäftsleuten bei 4 (also drei Abmeldungen in Relation auf einen Betrieb aktuellen Gewerbebestand), ist dieser Wert bei Geschäftsleuten mit Migrationshintergrund bei 5,5. Diese höhere Fluktuation bzw. Unbeständigkeit sollte nicht vorschnell auf eine höhere Neigung von Migranten zur „Hit and Run"-Ökonomie zurückgeführt werde. Es ist aus Untersuchungen bekannt, dass die Eigenkapitalausstattung in der Migrationsökonomie häufig schlechter ist, zudem werden überproportional auch Betriebe in Wirtschaftszweigen mit geringer Dauerhaftigkeit betrieben. Dies gilt insbesondere auch für die „Ich-AGs" zur Vermeidung von Arbeitslosigkeit und die Scheinselbständigkeit in den Bauberufen.

2.7.6 Zusammenfassung

In der Summe der strukturellen und räumlichen Aspekte erweist sich die Heppenheimer Innenstadt als gewerblich instabil:

- Seit den 80er Jahren hat sich die Fluktuation des Gewerbes stark beschleunigt und viele Teile des Gewerbes bieten die für Kunden und Gäste in der Stadt wichtige Standortstabilität nicht mehr.
- Zugleich - z.T. auch als Ursache dafür – hat sich das räumliche Muster der Wirtschaft in der Innenstadt von einem klaren Achsenbezug auf die Friedrichstraße in laterale Bereiche verbreitert, ohne dass wesentliche zusätzliche Attraktionen hinzugekommen sind. Eine solche räumliche Verbreiterung der Innenstadt kann bei stagnierender Kundenzahl und Kaufkraft nur zu einem Attraktivitätsverlust und damit einhergehend einer Streuung von Frequenz und Umsätzen in der Fläche führen.
- Die räumlichen Nebenbereiche, die sich konkurrierend zur Friedrichstraße etabliert haben, sind durch Neubauten und damit neuere und modernere Geschäftsräume geprägt. Sie haben dadurch für ansiedlungswilliges Gewerbe Ausstattungsqualitäten, möglicherweise auch Vorteile im Mietpreis, die in den Altbauten der Innenstadt nicht durchweg geboten sind. Sie werden bzw. wurden deshalb trotz Standort- und Frequenznachteilen der Lage von neuen Gewerbebetrieben angemietet. Die hohe Fluktuation in diesen Bereichen deutet jedoch daraufhin, dass die Lageungunst – zumindest für bestimmte Wirtschaftsbereiche – auf die Dauer nicht kompensierbar war.
- Die Friedrichstraße musste hierdurch, besonders in den 90er Jahren, Attraktivitätseinbußen hinnehmen. Mittlerweile scheint aber der Gewerbebestand konsolidiert, wenn auch auf etwas niedrigerem Niveau.
- Der Einzelhandel der Innenstadt hat auch in der Gewerbestatistik nachweisbare Angebotsdefizite. Hierzu liegen Gutachten aus der Marktforschung vor.
- Der Dienstleistungsbereich in der Innenstadt ist von der Zusammensetzung her angemessen zusammengesetzt, weist aber ebenso eine hohe Fluktuation auf. Die geringe Dauerhaftigkeit der Besetzung mit Wirtschaftseinheiten aus dem Handel setzt sich im Sektor Dienstleistung der Innenstadt fort.
- Die Dauerhaftigkeit der Einzelhandelsunternehmen ist eine sehr mäßige. Der Wechsel der Händler und Sortimente in den EG-Ebenen destabilisiert die räumliche Gliederung nach Lokalitäten, die für die Wiedererkennung und Akzeptanz durch das Publikum wichtig ist. Es leitet sich die Folgerung ab, dass die EG-Ebenen-Nutzung einer Steuerung bedarf.
- Flair und Milieu der Innenstadt für ein Einkaufserleben haben durch die Ausdehnung der Geschäftszone in Lateral-Straßen der Innenstadt gelitten. Über ein planerisches Konzept ebenso wie durch ein Citymanagement muss versucht werden, die innenstadtspezifische Nutzungsstruktur und Dichte zurückzugewinnen.

2.8 Die Entwicklung der Heppenheimer Innenstadt in der Sicht des Gewerbes

2.8.1 Vorbemerkung zum Vorgehen und Durchführung

Ziel der Befragung von Geschäftsleuten und Gewerbetreibenden war, durch persönliche Interviews ihre Sicht auf die eigene Geschäftsentwicklung wie auch die Entwicklung der Innenstadt insgesamt zu bekommen. Neben Informationen zum Betrieb und dessen Entwicklung sollten Einschätzungen aus der Lokalen Ökonomie zur Standortsituation und den Qualitäten und Defiziten der Heppenheimer Innenstadt in Erfahrung gebracht werden. Zudem sollten im Sinne einer „aktivierenden Befragung“ auch Ideen und Maßnahmevorschläge aus der lokalen Öffentlichkeit gewonnen werden und zur Mitwirkung im Programm Aktiver Kernbereich Innenstadt angeregt werden.

Angestrebt war eine räumlich und branchenstrukturell ausgewogene Stichprobe von 70 Gesprächen mit Gewerbetreibenden. Die Befragung fand beginnend Anfang August bis zum 3. September 2009 statt. Die Interviews wurden geführt von Dipl.-Ing. Lutz Kaffenberger und Dipl.-Soz. Herbert Eigler fast ausschließlich in den Geschäftsräumen der Befragten. Der Befragung war eine Ankündigung in der örtlichen Presse durch den Magistrat der Kreisstadt Heppenheim vorausgegangen. Dabei wurde auf die Freiwilligkeit der Teilnahme an der Befragung und die Vertraulichkeit in der Behandlung der gewonnenen Daten hingewiesen.

Grundlage der Interviews war ein Interviewleitfaden (Anlage) mit überwiegend hoch standardisierten, „geschlossenen Fragen“[42]. Sofern die Antworten nicht in das im Vorfeld entwickelte Raster von Antwortmöglichkeiten passten, wurden diese stichwortartig notiert und gingen in die Auswertung mit ein. Die Stichprobe wurde noch während der Erhebung auf der Basis der Daten des Gewerberegisters mit Stand 23.8.2009 nachjustiert. Mit den Interviews wurden knapp 30 Prozent der im Untersuchungsgebiet gemeldeten Gewerbebetriebe erfasst.

[42] „Geschlossene Fragen“ sind solche, bei denen die Antwortmöglichkeiten im Vorfeld der Befragung nach Antwortmöglichkeiten vorgegeben werden.

Die räumliche Repräsentativität stellt sich nach Abschluss der Erhebung wie folgt dar:

Befragung von Geschäftsleuten und Gewerbe-treibenden im Aktiven Kernbereich Innenstadt Heppenheim

Räumliche Repräsentativität der Stichprobe

Lage	Interviews Anzahl	Verteilung in der Stichprobe	Gewerbestatistik zum 23.8.2009
Friedrichstraße	25	48%	35%
Lehrstraße	4	8%	16%
Werlestraße	1	2%	3%
Darmstädter Straße	1	2%	3%
Ludwigstraße	5	10%	7%
Wilhelmstraße	9	17%	18%
Parkhofstrasse	3	6%	4%
Graben	1	2%	6%
Zwerchgasse	3	6%	8%
Gesamt	**52**	**100%**	**100%**

Die Stichprobe umfasst 30 % der 176 in 8.2008 registrierten Gewerbebetriebe im Aktiven Kernbereich Innenstadt von Heppenheim..

E&P 12.10.2009

Die räumliche Repräsentativität ist annähernd gegeben. Dass die Friedrichstraße etwas zu stark und die Lehrstraße und Graben etwas unterrepräsentiert sind, liegt an der Art der dort vertretenen Gewerbebetriebe. Generell war ein Zugang zu den Geschäftsleuten im Dienstleistungsbereich schwieriger zu finden als bei Händlern und in der Gastronomie. Dies zeigt auch die Überprüfung der branchenstrukturellen Repräsentativität.

Befragung von Geschäftsleuten und Gewerbe-treibenden im Aktiven Kernbereich Innenstadt Heppenheim

Branchen-Repräsentativität der Stichprobe

Branche	Interviews Anzahl	Verteilung in der Stichprobe	Gewerbestatistik zum 23.8.2009
Einzelhandel	24	47%	40%
Handwerk	4	8%	3%
Gastronomie/Hotellerie	4	8%	10%
Dienstleistung	5	10%	23%
Gesundheit	4	8%	5%
Banken, Versicherungen	3	4%	3%
Sonstige	8	16%	16%
Gesamt	**52**	**100%**	**100%**

E&P 12.10.2009

Da keine Referenzdaten zu den Betriebsgrößen vorliegen, ist eine Überprüfung der Repräsentativität diesbezüglich nicht möglich. Insgesamt ist die gezogene Stichprobe gemessen am Gewerberegister relativ ausgewogen mit einer leichten Überrepräsentation des Einzelhandels zu Lasten des Dienstleistungsbereichs. Die Gründe hierfür sind die gleichen wie bei der leichten räumlichen Verzerrung, nämlich die Schwierigkeit, Interviewpartner anzutreffen. Da unter den registrierten Dienstleistern jedoch eine Reihe sind, die ihr Gewerbe nebenberuflich ausüben, ist die Stichprobe nicht massiv verzerrt. Hinzunehmen war des Weiteren, dass in den Filialbetrieben großer Ketten oft kein autorisierter Ansprechpartner für ein Interview zu gewinnen war.

Gravierender ist das Fehlen von Freiberuflern in der Stichprobe. Da diese im Gewerberegister nicht eingetragen sind, drückt sich dieses im Abgleich von Stichprobe und Gewerberegister nicht aus. Zugleich ist die Tätigkeit von Rechtsanwälten, Steuerberatern, Ärzten und Architekten usw. in der Innenstadt umfangreich vertreten. Sie einzubeziehen war Ziel der Befragung. Allerdings wurden die Anfragen nach einem Interviewtermin negativ beschieden.

Die Befragung von Geschäftsleuten wurde im Einvernehmen mit der Stadt Anfang September beendet, ohne dass die Zielgröße von 70 Interviews vollständig erreicht wurde. Maßgeblich war hierfür, dass es zunehmend schwerer wurde, auskunftsbereite Interviewpartner zu gewinnen. Der Anteil von 29 Prozent Befragter an der Grundgesamtheit der Geschäftsleute ist jedoch für eine freiwillige Befragung (zudem mit einer nicht unbeträchtlichen Dauer von ca einer halben Stunde) weit über den in diesem Feld üblichen Maß.

2.8.2 Strukturdaten des Gewerbes in der Heppenheimer Innenstadt

2.8.2.1 Rechtsform und Betriebsgrößen

Inhabergeführte Unternehmen dominieren in der Innenstadt Heppenheims in der Stichprobe bei Weitem, und die Gesamtheit unterscheidet sich dabei nicht vom Einzelhandel, der gesondert ausgezählt wurde.

Rechtsform der Betriebe und Geschäfte der Innenstadt				
Rechtsform	Stichprobe gesamt		davon Einzelhandel	
	Anzahl	%	Anzahl	%
Einzelunternehmen	44	85%	25	86%
Personengesellschaft	1	2%	1	3%
GmbH	3	6%	-	-
AG	1	2%	1	3%
Körperschaft öff. Rechts	1	2%	-	-
ohne Angabe	2	4%	2	7%
Gesamt	52	100%	29	100%

E&P 12.10.2009

Gleichförmig zu den überwiegend inhabergeführten Gewerbebetrieben ist auch die hohe rechtliche Selbständigkeit der befragten Geschäfte. Bei drei Vierteln der Befragten handelt es sich um die einzige Betriebsstätte und bei weiteren 12 % ist der Betrieb in der Innenstadt der Hauptsitz. Die Geschäftsentwicklung ist in diesen Fällen auf das Engste mit der Innenstadtentwicklung verknüpft. Von beiden Momenten aus, hoher Anteil inhabergeführter Unternehmen und Schwerpunkt der Unternehmenstätigkeit in der Innenstadt, zeigt sich eine hohe Bedeutung der Standortentwicklung der Innenstadt für die wirtschaftliche Existenz.

Selbständigkeit der befragten Gewerbebetriebe und Verflechtungen		
	Anzahl	%
Einzige Betriebsstätte	38	75%
unselbständige Betriebsstätte	6	12%
selbständige Betriebsstätte mit Filiale	4	8%
Selbstst. Betriebsstätte ohne Filialen	2	4%
ohne Angabe	1	2%
Gesamt	51	100%

E&P 12.10.2009

Von 39 der Befragten war Auskunft über die Zahl der Mitarbeiter zu erhalten. Die Betriebsgrößenstruktur geht erwartungsgemäß hin zu „Klein- und Familienbetrieb“; rund 70 % der befragten Unternehmen sind dem zuzuordnen.

Befragte Betriebe nach Betriebsgrößenklasse Betriebsgrößenklasse nach Zahl der Mitarbeiter inkl Betriebsinhaber				
Arbeitsplätze im Betrieb (inkl. Inhaber)	**Betriebe insgesamt**		**davon Einzelhandel**	
	abs.	**%**	**abs.**	**%**
1 Arbeitsplatz	6	15%	4	18%
2 bis 5 Arb.plätze	25	64%	18	82%
6 bis 10 Arb.plätze	4	10%	0	0%
11 bis 15 Arb.plätze	1	3%	0	0%
über 15 Arb.plätze	3	8%	0	0%
gesamt	**39**	**100%**	**22**	**100%**

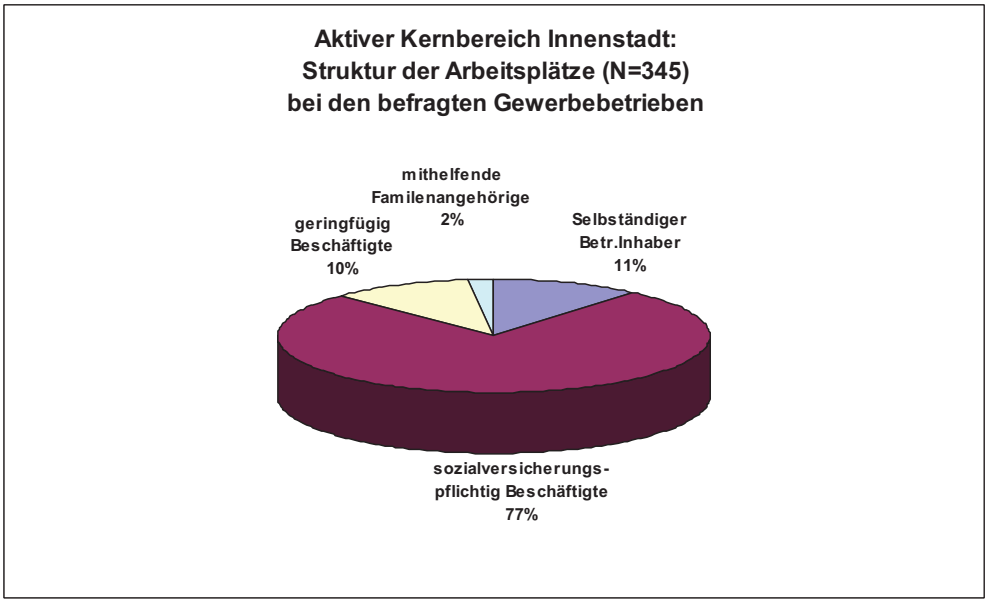
E&P 12.10.2009

Bei den von uns befragen Unternehmen ermittelt sich so eine Zahl von 345 Arbeitsplätzen, davon 265 sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse. Das erscheint zunächst nicht allzu viel. Zu berücksichtigen ist, dass nur für ca. 40 % der Unternehmen der Innenstadt Daten vorliegen. Hinzukommen die in der Innenstadt Dienstansässigen der großen Arbeitgeber Stadt (ca. 120 Mitarbeiter insgesamt.) und Landratsamt (ca 600 Mitarbeiter insgesamt) sowie die freien Berufe und deren Beschäftigte. Dies berücksichtigt, wird man der Innenstadt Heppenheims weiterhin eine große Bedeutung als „Arbeitsplatz“ in Heppenheim zumessen, auch wenn bei den Befragten die Beschäftigtenzahl stagnierte (+3 Arbeitsplätze im letzten Jahr).

Beschäftigte in den befragten Betrieben nach Stellung im Beruf Betriebsbefragung 9.2009	
Selbständiger Betr.Inhaber	39
sv.-pflichtig Beschäftigte	265
geringfügig Beschäftigte	36
mithelfende fam.Angehörige	7
Arbeitsplätze insgesamt	**345**
Betriebe	39
durchschn. Arbeitsplätze/Betrieb	**9 Arb.plätze/Betrieb**

E&P 12.10.2009

Bei der gegebenen kleinbetrieblichen Struktur und dem hohen Anteil von Einzelhandel und Gastronomie im Untersuchungsgebiet und in der Stichprobe war ein hoher Anteil von geringfügig Beschäftigten und mithelfenden Familienangehörigen unter den Beschäftigten zu erwarten. Dem ist aber nicht so. Nach der Stichprobe sind 77 % der über die Befragung erfassten Arbeitsplätze solche von sozialversicherungspflichtig Beschäftigten.



Neben der Bedeutung als Arbeitsplatz hat die Innenstadt auch eine große Bedeutung als Ausbildungsplatz. Ein rundes Drittel der befragten Betriebe ist zur Ausbildung zugelassen; allerdings ist der tatsächliche Umfang an betrieblicher Ausbildung mit derzeit 19 Azubis relativ gering, zumal diese in einigen wenigen Unternehmen stattfindet. In den Interviews wurde für diese Zurückhaltung bei der Ausbildung die allgemeine wirtschaftliche Situation angeführt.

2.8.2.2 Geschäftsfeldentwicklung und Absicht betrieblicher Veränderungen

Im Unternehmenszweck sind die Betriebe der Befragten überaus stabil. Auf die Frage, ob in den letzten drei Jahren neue Geschäftsfelder hinzugekommen seien, bejaht dies nur eine kleine Minderheit von drei Fällen. In zwei Fällen ist es dabei zweifelhaft, ob es tatsächlich eine Geschäftsfelderweiterung ist oder nicht nur eine Sortimentserweiterung.

Geschäftsfeldänderung der letzten drei Jahre in den befragten Betrieben

Neue Geschäftsfelder?	**abs.**	**%**
ja	3	6%
nein	49	94%
gesamt	**52**	**100%**

E&P 12.10.2009

Die Frage, ob gravierende betriebliche Änderungen konkret geplant sind, ergab in der Mehrheit ein unverändertes Fortführen des Betriebes. Für 77 % aller Betriebe und für 86 % der Einzelhandelsunternehmen steht keine Änderung an. Diese Einhelligkeit als ein positives Signal zu werten, täuscht: die Zahl der Nennungen, die auf einen positiven Betriebsverlauf und eine richtige Standortentscheidung schließen lassen (geplante Betriebserweiterung) ,

ist gegenüber der Zahl beabsichtigter Betriebsschließungen, -verkleinerungen und –verlagerungen in der deutlichen Minderzahl.

Absicht betrieblicher Veränderung:

Von den Befragten mitgeteilte konkrete Absichten zu einer betrieblichen Änderung

Art der beabsichtigten betriebl. Änderung	Insgesamt		davon Einzelhandel		übrige Gewerbe-betriebe (ohne EH)	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%
keine Änderungen	40	77%	25	86%	15	65%
zu erweitern	3	6%	2	7%	1	4%
zu verkleinern	1	2%	0	0%	1	4%
zu schließen	5	10%	1	3%	4	17%
zu verlagern	2	4%	1	3%	1	4%
zu übergeben	1	2%	0	0%	1	4%
gesamt	**52**	**100%**	**29**	**100%**	**23**	**100%**

E&P 12.10.2009

Es fällt dabei auf, dass der Einzelhandel nach diesen Ergebnissen stabiler und standortgebundener ist als das Innenstadtgewerbe insgesamt, wenn man davon ausgeht, dass auch die Betriebserweiterungen als positive Indikatoren zu verbuchen sind.

2.8.2.3 Eigentums- und Größenstrukturen der Gewerbeeinheiten

Der größte Teil der Laden- und Büroräume der Befragten ist angemietet (71 %). Die Frage der Gestaltung der Mietverhältnisse ist also von großer Bedeutung für die Gewerbetreibenden in der Innenstadt.

Geschäftsräume in Anmietung und Eigentum

Die Geschäftsräume sind	Anzahl	%
angemietet	37	71%
im Eigentum	15	29%
Gesamt	52	100%

E&P 12.10.2009

Befragt wurden die Gewerbetreibenden auch nach der Größe der genutzten Geschäftsräume. Dabei zeigt sich, dass bei den gewerblichen Mietern eine Mehrheit mittelgroße Büro- und Ladeneinheiten angemietet hat und die sehr kleinen Laden- und Büroeinheiten überwiegend im Eigentum der Gewerbetreibenden sind.

Größenstrukturen der Geschäftsräume in der Innenstadt			
Nutzfläche der Betriebseinheiten	**alle Befragten**		**davon Mieter**
	Anzahl	%	%
bis 25 qm	9	20%	0%
25 bis 50 qm	6	13%	25%
50 bis 100 qm	12	26%	25%
100 bis 200 qm	11	24%	35%
über 200 qm	8	17%	15%
Gesamt	46	100%	100%

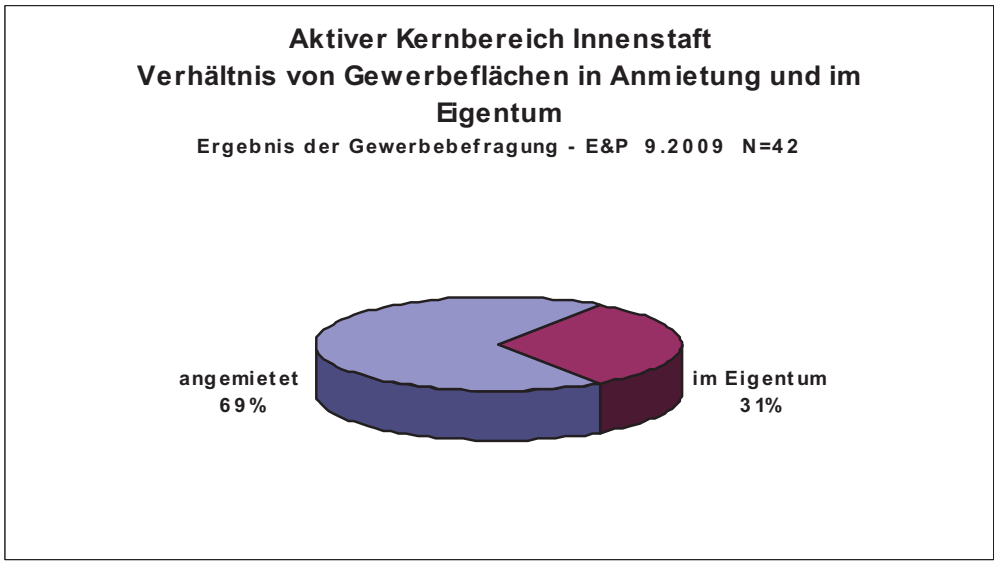
E&P 12.10.2009

In der Befragung der Gewerbetreibenden wurden auswertbar rd. 6.600 qm Gewerbefläche erfasst, davon etwa 3.700 qm Einzelhandelsfläche. (Die Flächenangaben verstehen sich immer als Gesamtfläche, inkl. Büro- und Lagerflächen). Auffällig ist, dass sowohl bei den Gewerbemietern wie den Gewerbetreibenden mit Flächen im Eigentum kaum zugehörige Stellplätze vorhanden sind. Dies erklärt die Vehemenz, mit der die Stellplatzfrage in der Vergangenheit diskutiert wurde. Bei der Frage des Parkens geht es also nicht allein um Kundenparkplätze, sondern auch um nicht vorhandene Parkplätze für die Geschäftsleute und ihre Beschäftigten.

Gewerbeflächen im Sample: Mietflächen und Flächen im Eigentum Ergebnis der Befragung von Gewerbetreibenden - E&P 9.2009						
Die Gewerbeflächen sind	insgesamt		davon Einzelhandel		davon übriges Gewerbe	
angemietet	4.571 qm	8 Stellplätze	2.181 qm	2 Stellplätze	2.390 qm	6 Stellplätze
im Eigentum	2.070 qm	7 Stellplätze	1.300 qm	7 Stellplätze	1.300 qm	0 Stellplätze
insgesamt	6.641 qm	15 Stellplätze	3.481 qm	9 Stellplätze	3.690 qm	6 Stellplätze
durschnittl. Gewerbefläche	**158 qm**		**151 qm**		**194 qm**	
Anzahl der auswertbaren Antwo	n= 42		n= 23		n= 19	

E&P 19.10.2009

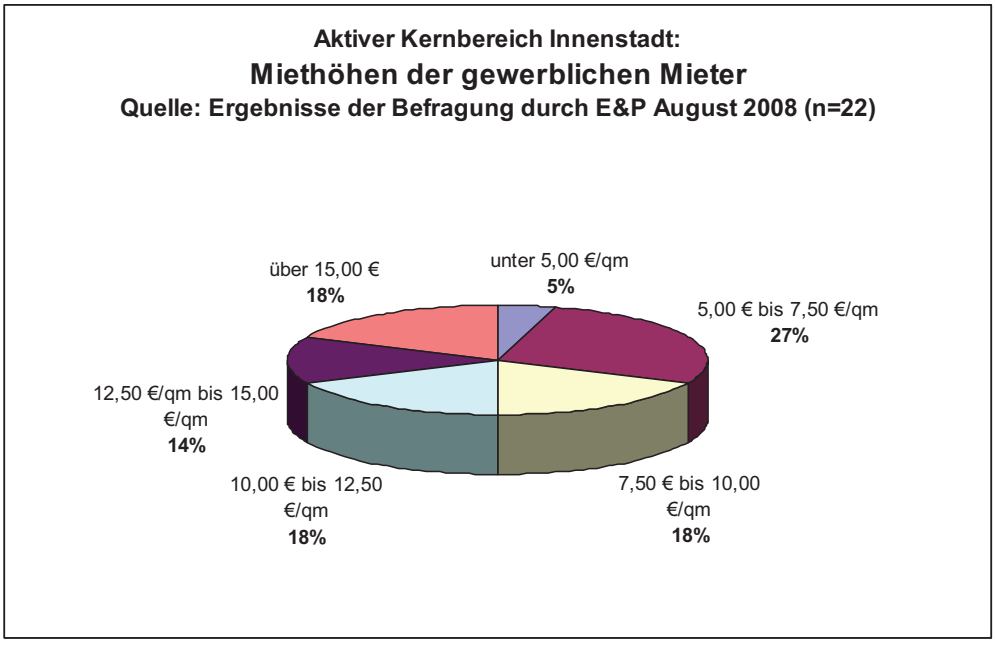
Von den über die Befragung erfassten Gewerbeflächen sind mehr als zwei Drittel angemietet. Dies heißt dass für die örtlichen Grundeigentümer die Gewerbevermietung von starker Bedeutung ist.



2.8.2.4 Miethöhen für Gewerbeflächen

Die Auswertungen zu den Miethöhen in der Innenstadt müssen unter einen methodischen Vorbehalt gestellt werden. Zwar war die Miethöhe den meisten Befragten bewusst, aber durch die unterschiedlich großen Neben-, Lager- und Kellerräume können die angegebenen Werte zur Miethöhe nicht als „Mietspiegel“ gelesen werden.

Die eine Hälfte der befragten Geschäftsleute hat eine Nettokaltmiete von unter 10,00 €/qm, die andere Hälfte der Befragten eine Miethöhe über 10 € netto. Dieses Bild verzerrt etwas insofern, als die Miethöhen sehr weit gespreizt sind. Der höchste Wert, der genannt wurde, ist ein Betrag von 29 €/qm, und Miethöhen um die 20 € sind keine Ausnahmen.



Der „Mietspiegel“[43] der IHK benennt aktuell für die Gesamtstadt Heppenheim 7,50 €/qm (netto, kalt) für Ladenflächen und 6,75 €/qm (netto, kalt) für Büroflächen als mittlere Miethöhe. Die hier ermittelten Miethöhen liegen damit höher als der Mietspiegel für die Gesamtstadt. Als Grund dafür kann man die innenstädtische Vorzugslage heranziehen. In der Beurteilung der Innenstadtmieten ist jedoch zu berücksichtigen, dass nicht alle Gewerbeeinheiten auch einem mittleren Modernisierungs- und Ausstattungsstandard entsprechen.

Es kann auch in der Innenstadt nicht davon gesprochen werden, dass die Miethöhen im Einzelhandel generell höher sind als im „sonstigen Gewerbe“. Unter der Marge von 10 €/qm bleiben im Einzelhandel immerhin 60 % der befragten Mieter. Allerdings werden vom Einzelhandel auch die Spitzenmieten bezahlt. Dies jedoch nicht klaglos. Eine Mehrzahl derer, die über 15 €/qm Miete zahlen, hat die Absicht den Betrieb zu schließen oder zu verlagern. Eine Miethöhe von 15 €/qm ist also nicht nur ein Spitzenwert, sondern in der Tendenz nicht dauerhaft haltbar oder gar steigerungsfähig.

2.8.2.5 Kooperationen und wirtschaftliche Netze

Es wurde der Frage nachgegangen, inwieweit das Gewerbe der Innenstadt geprägt ist durch innere Wirtschaftskreisläufe und Verflechtungen und ein etwaiges Bestehen von Wertschöpfungsketten. Herangezogen wurden dabei als Indikatoren der Bezug von Waren und Dienstleistungen zur Erreichung des Betriebsziels und die Einschaltung von Dienstleistern für Overhead-Aufgaben.

Die Heppenheimer Innenstadt hat nach den Befragungsergebnissen keinerlei zirkuläre oder sich selbst stützende Wirtschaftskreisläufe. Der Warenbezug kommt durchweg direkt vom Hersteller oder über Großmärkte, und der Sitz der Lieferunternehmen ist nur ausnahmsweise in der Stadt und Region.[44]

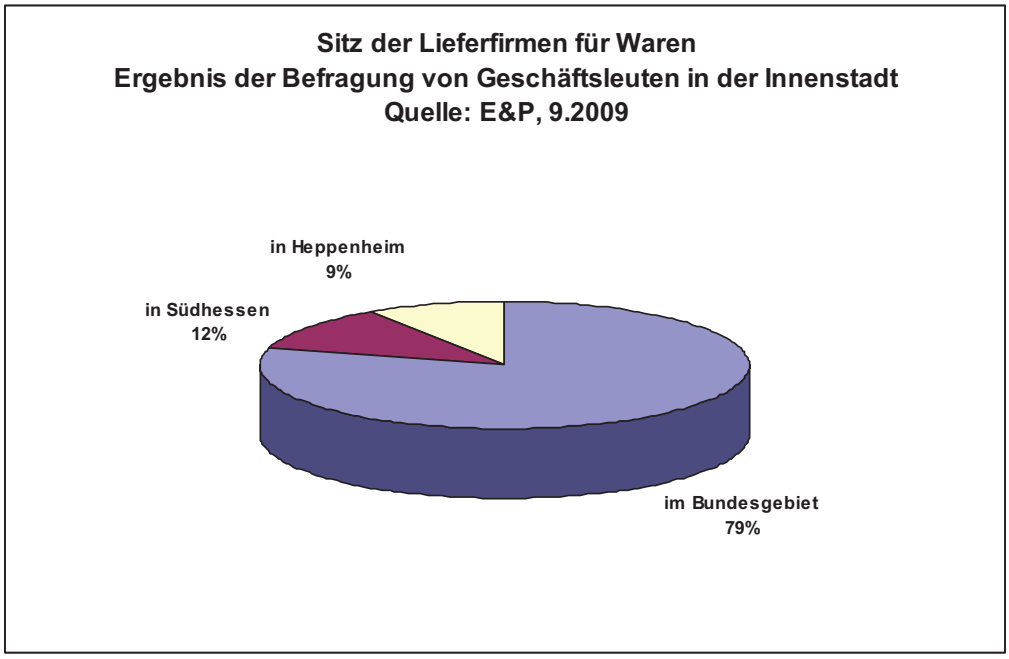
Lieferbeziehungen: Warenbezug in Verfolgung des Betriebsziels - Ergebnis der Befragung 9.2009

Bezugsquelle	Nennungen
direkt vom Hersteller	35
Großhandel Großmarkt	29
Einkaufsorganisation	3
persönliche Verbindungen/Einkaufsnet.	0
über eine Einkaufsgemeinschaft	0
Nennungen insgesamt	**67**

E&P 12.10.2009

[43] IHK Darmstadt, Gemeindestreckbriefe, Darmstadt 2009 entnommen am 12.11.2009 http://www.darmstadt.ihk24.de/produktmarken/standortpolitik/Standortmarketing/anhaengsel/090928-Mietpreisspiegel.pdf

[44] In den Gesprächen mit den Geschäftsleuten ergab sich zudem, dass individuelle Kooperationen und Absprachen zum Angebot, Einkauf und Präsentation ausgesprochen selten sind. Das Netzwerk der Geschäftsleute besteht ganz wesentlich in der Mitgliedschaft in der Wirtschaftsvereinigung (bzw. früher in der Werbegemeinschaft).



Auch die Auftragsvergabe der befragten Unternehmer in der Heppenheimer Innenstadt an Dienstleister ist sehr zurückhaltend. Die größte Zahl der Nennungen für die Einschaltung externer Dienstleister haben Steuerberater und Buchhalter; sie sind gewissermaßen die unverzichtbaren Helfer für Angelegenheiten, die sich aufgrund der Komplexität der Erledigung durch den Unternehmer entziehen. Weit von dieser Einschaltquote entfernt sind EDV-Dienstleister, Reinigungsdienste und noch geringer Fachleute für die Werbung.

Eingeschaltete Diensleister zur Erreichung des Unternehmensziels - Ergebnis der Befragung 9.2009	
Buchhaltung, Steuerberater	28
EDV-Dienstleister	8
Reinigungsdienste	8
Werbefachleute, Druckerreien	4
Personalberater/Serviceagenturen	0
sonstiges	0
Nennungen insgesamt	**48**

E&P 12.10.2009

Dass bei den überwiegend kleinen Betriebsgrößen viel im „do it yourself“ und durch eigenes Personal geschieht, ist nicht verwunderlich, der Umfang jedoch schon.

2.8.2.6 Kundenbeziehungen

Kern für jede Geschäftsentwicklung ist die Frage, an welche Zielgruppe sich ein Angebot adressiert und wo und wie diese Zielgruppe erreicht wird. Für Innenstädte gilt, dass sie normalerweise von Laufkundschaft geprägt sind und die Angebotswerbung zum einen über das Standortimage und die dort

gegebene Angebotsdichte selbst verläuft („da gibt es alles“), zum andern über das unternehmensindividuelle Aufmerksam-Machen durch Anpreisung und Sonderangebote. Die Innenstadtlagen der Großstädte haben diese Mischung eines an ein anonymes Publikum gerichteten Angebots mit Warenhäusern als Frequenzträgern und dem individuellen Fachhandelsangeboten. Ihr Einzugsbereich richtet sich nach Umfang und Qualität des Angebots.

Für eine Kleinstadt wie Heppenheim mit den konkurrierenden Standorten für Handel und Dienstleistungen in den benachbarten Kommunen ist diese Zentralität für eine anonyme Zielgruppe naturgemäß schwieriger zu erreichen. Bei der Untersuchung war deshalb der Frage nachzugehen, inwieweit die Kundschaft in der Innenstadt von den Innenstadtbewohnern selbst gestellt wird und welchen Kunden-Einzugsbereich die Innenstadt hat.

Bei der Formulierung der Frage nach der Herkunft der Kunden stand die Hypothese im Hintergrund, dass derzeit die Innenstadt insbesondere von Kunden der Kernstadt frequentiert wird. Die Ergebnisse der Befragung bestätigen dies in keiner Weise. Von den Befragten geben 60 % an, dass ihre Kunden aus der Region kommen oder gar überregionaler Herkunft sind. In der Kernstadt Heppenheims verorten gar nur 10 % der Befragten ihre Kundschaft.

Für den Einzelhandel sollte man erwarten, dass aufgrund der Konkurrenz zu den Nachbarstädten der Anteil der Kundschaft aus der Region ein geringerer ist. Aber in der Sicht der Händler ergibt sich auch hier ein anderes Bild: mehr noch als die Geschäftsleute insgesamt verorten die Einzelhändler ihr Publikum mit 68 % regional und überregional und nicht vor Ort.

Kundenbeziehung: hauptsächliche Herkunft der Kunden
Ergebnis der Befragung von Gewerbetreibenden - E&P 9.2009

Wohnort der Kunden	Betriebe insgesamt		davon Einzelhandel	
	abs.	%	abs.	%
in der Kernstadt	5	10%	2	7%
in Heppenheim insges.	15	30%	7	25%
in der Region	26	52%	17	61%
überregional	4	8%	2	7%
insgesamt	**50**	**100%**	**28**	**100%**

E&P 12.10.2009

Berücksichtigt man zugleich, dass der tourismusspezifische Handel in Heppenheim unausgeprägt ist, also kein Souvenir- und Andenkenhandel das Bild verfälscht, erscheint dies ein wichtiges Ergebnis: zumindest in der gegenwärtigen Struktur des Gewerbes ist die Zentralität der Innenstadt in den Konturen noch feststellbar.

Bei der Frage, wie die Kunden die Innenstadt erreichen, ergeben sich zwischen Handel und übriger Wirtschaft kaum Unterschiede. Der öffentliche Nahverkehr spielt kaum eine Rolle, und auch zu Fuß oder per Rad erreichen die Kunden die Innenstadt eher nicht. Erwartungsgemäß dominieren der Zugang mit dem PKW und die Antworten, die einen Mix feststellen.

Kundenbeziehung: hauptsächliches Verkehrsmittel der Kunden
Ergebnis der Befragung von Gewerbetreibenden - E&P 9.2009

hauptsächl. Verkehrsmittel der Kunden	Betriebe insgesamt		davon Einzelhandel	
	abs.	%	abs.	%
zu Fuß	9	19%	4	16%
mit PKW	13	28%	9	36%
mit öffentl. Verkehrsmitte	1	2%	0	0%
teils/teils	24	51%	12	48%
insgesamt	**47**	**100%**	**25**	**100%**

E&P 12.10.2009

Die Geschäftsleute wurden gefragt, welche Art von Kundenbeziehung nach ihrer Einschätzung hauptsächlich bestimmend ist. Hier gilt die o.a. skizzierte Beobachtung, dass mit steigender Zentralität der Anteil der Stammkundschaft zurücktritt gegenüber der Laufkundschaft. Folgt man dieser These von zunehmender Laufkundschaft bei wachsender Zentralität, dann besitzt die Heppenheimer Innenstadt eine sehr geringe Zentralität: zwei Drittel der Befragten schildern ihr Geschäft als eines mit vorwiegend Stammkunden, und es macht dabei keinen Unterschied, ob man Händler, Gastronomen oder Dienstleister befragt. Laufkundschaft und wechselnde Kundschaft machen nach diesen Ergebnissen nur ein Fünftel aus.

Dies ist beachtenswert hinsichtlich der vielzitierten hohen Frequenz an Touristen und Besuchern von Festveranstaltungen und Innenstadtevents. Touristen und Besucher sind geradezu „klassische Laufkundschaft“, in Einkauf und Gastronomie gleichermaßen dem Konsum von örtlichen Spezialitäten zugeneigt und in der Suche nach dem Besonderen nicht zwingend preis- und qualitätsbewusst. In Heppenheims Innenstadt sind die Touristen und Besucher in der Einschätzung der Geschäftsleute unwesentlich am Geschäftsumsatz beteiligt.

Kundenbeziehung: Einschätzung der bestehenden Kundschaft
Ergebnis der Befragung von Gewerbetreibenden - E&P 9.2009

Art der Kundenbeziehung	Betriebe insgesamt		davon Einzelhandel	
	abs.	%	abs.	%
Stammkundschaft	34	69%	19	68%
Laufkundschaft	2	4%	0	0%
Fachkundschaft	1	2%	0	0%
Kundenbeziehung im Aufbau	4	8%	3	11%
wechselnde Kundschaft	8	16%	6	21%
insgesamt	**49**	**100%**	**28**	**100%**

E&P 12.10.2009

Aus den Daten leiten sich einige übergreifende Thesen hinsichtlich der lokalen Ökonomie für eine Zustandsbeschreibung ab:

- Aus der Herkunft der Kunden ergibt sich, dass die Innenstadt eine räumliche Zentralität in die Region hinein hat.
- Hinsichtlich dieses Kundenkreises, der von weiter her anfährt, sind die Innenstadtangebote bislang so attraktiv, dass sich eine Stammkundschaft herausgebildet hat.
- Die Kundschaft aus der Kernstadt findet zur Innenstadt keine Bindung oder kein Angebot; das „Platzgeschäft“ wird minder bewertet.
- Touristen und Besucher der Stadtfeste spielen in der lokalen Ökonomie der Innenstadt kaum eine Rolle – zumindest in der Sicht der Geschäftsleute. Dies gilt auch für die in der Innenstadt Beschäftigten.

Folgt man diesen Thesen, die sich aus den Befragungsergebnissen ableiten, lassen sich aber auch Umkehrschlüsse ziehen:

- Die Geschäfts- und Warenwelt der Innenstadt überzeugt zwar „Fremde“, hat aber die Kernstadtbewohner als Zielgruppe noch nicht entdeckt oder sich erschlossen.
- Was Touristen und Besucher angeht, wurde in den Experteninterviews schon zum Ausdruck gebracht, dass ein Transfer vom Besuch in der Stadt zum Konsum nicht gelungen ist. (In den Interviews wurde zudem kritisch angemerkt, dass das Maß an Festivitäten z.T. den „normalen Geschäftsgang“ stört.)
- Schließlich fällt noch auf, dass ein sich an Touristen richtendes Kaufangebot mit Heppenheimer oder regionalen Spezialitäten eigentlich nicht besteht.

2.8.2.7 Die Wettbewerbssituation des Gewerbes in der Innenstadt

Befragt wurden die Geschäftsleute auch zur Wettbewerbssituation aus ihrer betrieblichen Sicht. Bei der Formulierung der Frage wurde dabei versucht, mit keinem Stichwort auf die erhitzte standortpolitische Diskussion zu geben, sondern strukturelle Einschätzungen der Gewerbetreibenden in Erfahrung zu bringen. Die Fragen waren dabei gegliedert nach Konkurrenten im unmittelbar angrenzenden Stadtgebiet, solchen im Stadtgebiet Heppenheim insgesamt (implizit der Standort Tiergartenstraße), die Konkurrenz zu Nachbarstädten und Oberzentren (Mannheim, Heidelberg, Darmstadt) und schließlich der Versand- und Internethandel als neue, nicht lokalisierbare Form.

Um mit Letzterem zu beginnen: die Konkurrenz Internet wird unabhängig vom ausgeübten Gewerbe von rd. einem Fünftel als stärkste Konkurrenz gesehen, beim Einzelhandel naturgemäß etwas höher. Die Hälfte der Einzelhändler sieht jedoch die innerstädtische Konkurrenz als die stärkste, und dies etwa gleich verteilt auf angrenzende Stadtgebietszonen und das Gewerbegebiet Tiergartenstraße. Die Konkurrenz zu den Nachbarstädten und Oberzentren ist zwar von einem Drittel benannt, steht aber vergleichsweise zurück.

Im übrigen Gewerbe verhält es sich allerdings ganz anders: hier entfallen 58 % der Nennungen auf das angrenzende Stadtgebiet als Sitz der stärksten Konkurrenz. Die Nachbarstädte (implizit wurde da natürlich die Assoziation zu Bensheim, Weinheim und Viernheim nahe gelegt) werden weniger häufig genannt als bei den Händlern, und die Oberzentren spielen gar keine Rolle.

Wettbewerbsituation des Gewerbes in der Innenstadt Konkurrenz der Innenstadtwirtschaft mit Anbietern an anderen Standorten Ergebnis der Befragung von Gewerbetreibenden - E&P 9.2009						
Wo sitzen die härtesten Konkurrenten?	**Betriebe insgesamt**		**davon Einzelhandel**		**übriges Gewerbe (ohne EH)**	
	abs.	**%**	**abs.**	**%**	**abs.**	**%**
im angrenzenden Stadtgebiet	14	36%	7	26%	7	58%
Stadtgebiet Heppenheim	8	21%	6	22%	2	17%
in Nachbarstädten	6	15%	5	19%	1	8%
in den Oberzentren	3	8%	3	11%	0	0%
Internethandel, Versandhäuser	8	21%	6	22%	2	17%
insgesamt	**39**	**100%**	**27**	**100%**	**12**	**100%**

E&P 12.10.2009

Aus dieser Diskrepanz kann man mit aller Vorsicht den Schluss ziehen, dass Einzelhändler der Innenstadt zwar die Konkurrenz zu Handel in der Stadt und außerhalb bewusst ist, zugleich aber der Standort Innenstadt in der Lagequalität verteidigt wird. Das „übrige“ Gewerbe dagegen sieht sich stark von Entwicklungen in angrenzenden Zonen mit womöglich geringeren Standortkosten und besserer Erreichbarkeit bedroht.

2.8.2.8 Werbeaktivitäten der Gewerbetreibenden

Der Umfang der von der Stadt und der Werbegemeinschaft betriebenen Standortwerbung mit Weinfesten, Autoschauen, Halloween, „Innenstadt-Frühstück“ usw. ist bekannt, und besonders hervorzuheben ist die als vorbildlich preisgekrönte Initiative „Ab in die Mitte“.

Zu diesen PR-Maßnahmen für den Standort Innenstadt kommen hinzu vereinzelte Werbemaßnahmen zur Verankerung des Geschäftslokals in der Öffentlichkeit. Eine Buchhandlung veranstaltet z.B. Autoren-Lesungen in den Geschäftsräumen, für die mit Werbebändern am Eingang der Fußgängerzone in die Öffentlichkeit hinein geworben wird; eine Händlerin wirbt über das örtliche Kino (und bezeichnet diese Form als kostengünstig und effektiver als über andere Medien). Diese Formen werden hier erwähnt, weil sie zwar unspezifisch hinsichtlich der Kundenzielgruppen sind, aber sowohl das Geschäftslokal wie die Innenstadt als Standort in einer breiten Öffentlichkeit verankern.

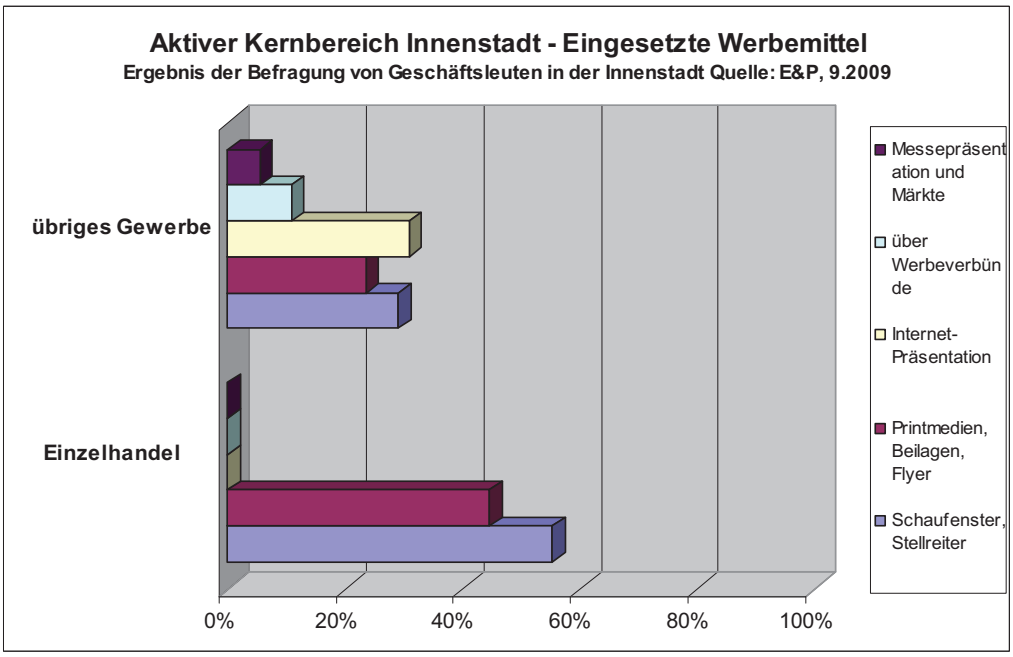
Bei der Befragung der Gewerbetreibenden ging es darum, neben diesen Bekanntheit und Image fördernden Maßnahmen zum Standort Innenstadt auch die individuellen, direkt auf Umsatzsteigerung gerichteten Werbemaßnahmen in Erfahrung zu bringen. Differenziert wurde wieder zwischen dem Einzelhandel und dem übrigen Gewerbe.

Werbemaßnahmen des Gewerbes in der Innenstadt
Ergebnis der Befragung von Gewerbetreibenden - E&P 9.2009

genutzte Werbemittel Mehrfachnennunen möglich	Nennungen insgesamt	davon Einzelhandel	 übriges Gewerbe
Schaufenster, Stellreiter	42	26	16
Printmedien, Beilagen, Flyer	34	21	13
Internet-Präsentation	17	0	17
über Werbeverbünde	6	0	6
Messepräsentation und Märkte	3	0	3
Nennungen gesamt	**102**	**47**	**55**

E&P 19.10.2009

Die meisten Nennungen der Werbemittel entfielen auf das Schaufenster als Werbemittel, gefolgt von der Werbung über Printmedien[45]. Sehr unterschiedlich ist dabei das Herangehen zwischen Einzelhandel und dem „übrigen Gewerbe“: der Einzelhandel setzt sehr viel stärker auf Schaufensterwerbung und verzichtet sowohl auf die neuen Medien wie auf Werbeverbünde und Messen. Insgesamt ist festzustellen, dass die Palette von Werbemitteln im Einzelhandel recht eingeschränkt ist, während das „übrige Gewerbe“ eher von einem Pluralismus der eingesetzten Werbemitteln gekennzeichnet ist.



Insgesamt waren die beiläufigen Äußerungen bei den Interviews hinsichtlich der Wirksamkeit von Werbung verhalten. Dies gilt speziell für Anzeigenwerbung über die Lokalpresse, der eine geringe Wirksamkeit zugeschrieben wird.

[45] Zur Effizienz von Anzeigenwerbung in der lokalen Presse äußern die Geschäftsleute am Rande der Interviews häufig negativ.

2.8.3 Geschäftsentwicklung und Geschäftszufriedenheit

2.8.3.1 Die Entwicklung der Kundenfrequenz

Bei der Frage nach der Entwicklung der Kundenfrequenz in den letzten Jahren, verteilten sich die Antworten annähernd gleich auf „konstant", „gestiegen", „gesunken", mit leichter Tendenz zu positiven Einschätzungen. Eine akute krisenhafte Entwicklung kann man aus den Befragungsergebnissen nicht erkennen. Jedoch muss man dabei gerade in einem Gebiet wie der Innenstadt mit hoher gewerblicher Fluktuation berücksichtigen, dass diese Einschätzungen nur die noch aktiven Geschäftsinhaber erfassen. Solche, die aufgrund schlechter Geschäftsentwicklung aufgegeben haben, wären nur über eine Nachbefragung erreichbar.

Zugleich zeigt sich ein differenziertes Bild, wenn man nach Gewerbegruppen untersucht. Der Einzelhandel beurteilt die Kundenfrequenz deutlich besser als das übrige Gewerbe. Hier klagt keiner der Befragten über gesunkene Kundenströme, und die Einzelhändler der Friedrichstraße in der Stichprobe sehen sogar zu zwei Dritteln einen höheren Kundenandrang. Für den Einzelhandel bestätigt dies die Lagegunst der Friedrichstraße.

Entwicklung der Kundenfrequenz in der Innenstadt
Ergebnis der Befragung von Gewerbetreibenden - E&P 9.2009

Umsatzentwicklung der letzten Jahre	Nennungen		davon		
	insgesamt	%	Einzelhandel %	EH Fried.str. %	übriges Gewerbe
konstant	15	33%	44%	38%	32%
gestiegen	16	36%	56%	63%	30%
gesunken	14	31%	0%	0%	38%
Insgesamt	**45**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

E&P 19.10.2009

Im „übrigen Gewerbe" (ohne Einzelhandel) ist der Blick auf die Kundenfrequenz deutlich eingetrübter. Knapp 40 % der Befragten nennen hier einen gesunkenen Zulauf. Die Friedrichstraße ist für das „übrige Gewerbe" dabei kein Standortvorteil, der sich in günstigerer Entwicklung der Kundenfrequenz ausdrückt – im Gegenteil. Knapp 60 % der „übrigen" Gewerbetreibenden der Friedrichstraße stellen hier einen Rückgang fest. Für die Gastronomie ist ein negatives Bild festzuhalten: keiner der befragen Gastronomen verzeichnet ein Plus an Gästen, die Hälfte verzeichnet einen Rückgang. Auffälligerweise betreiben diese ihre Gaststätte alle in der Friedrichstraße.

Dieses Ergebnis stimmt in den Grundzügen überein mit den Befunden der Auswertung der Gewerbestatistik, die für den Handel speziell in der Friedrichstraße ein gewisses Maß an Konsolidierung feststellte und eine höhere Anfälligkeit und Fluktuation in den sonstigen Branchen und Lagen.

2.8.3.2 Umsatzzufriedenheit

Umsatzzufriedenheit allgemein

Kundenfrequenz bedeutet nicht zugleich Umsatz und Gewinn. Dies wurde schon in den Interviews selbst von den Befragten zum Ausdruck gebracht, die auf geringere Umsätze beim einzelnen Kunden und in der Summe hinwiesen, und auf geringere Handelsspannen und Umsatzrenditen als Ausdruck allgemeiner wirtschaftlicher Entwicklungen. Gefragt wurden deshalb auch nach der Umsatzzufriedenheit (auf der „Notenskala“ von 1 bis 6).

Umsatzzufriedenheit der Geschäftsleute in der Innenstadt

Mittelwerte der Umsatzzufriedenheit auf der Skala 1 (sehr gut) bis 6 (sehr schlecht) nach Branchen und für Geschäfte und Betriebe in der Friedrichstraße

Befragungsergebnis von Gewerbetreibenden - E&P 9.2009

Branche	Mittelwert	
	insgesamt	davon Friedr.str.
Einzelhandel	2,8	2,8
Gesundheit	3,4	4,0
Handwerk	3,5	3,0
Dienstleistung	2,6	2,0
Gastro/Hotellerie	3,2	3,5
Banken, Versicherung	1,5	-
Soziale Dienste	2,0	-
Gesamt	**2,9**	**3,0**

E&P 19.10.2009

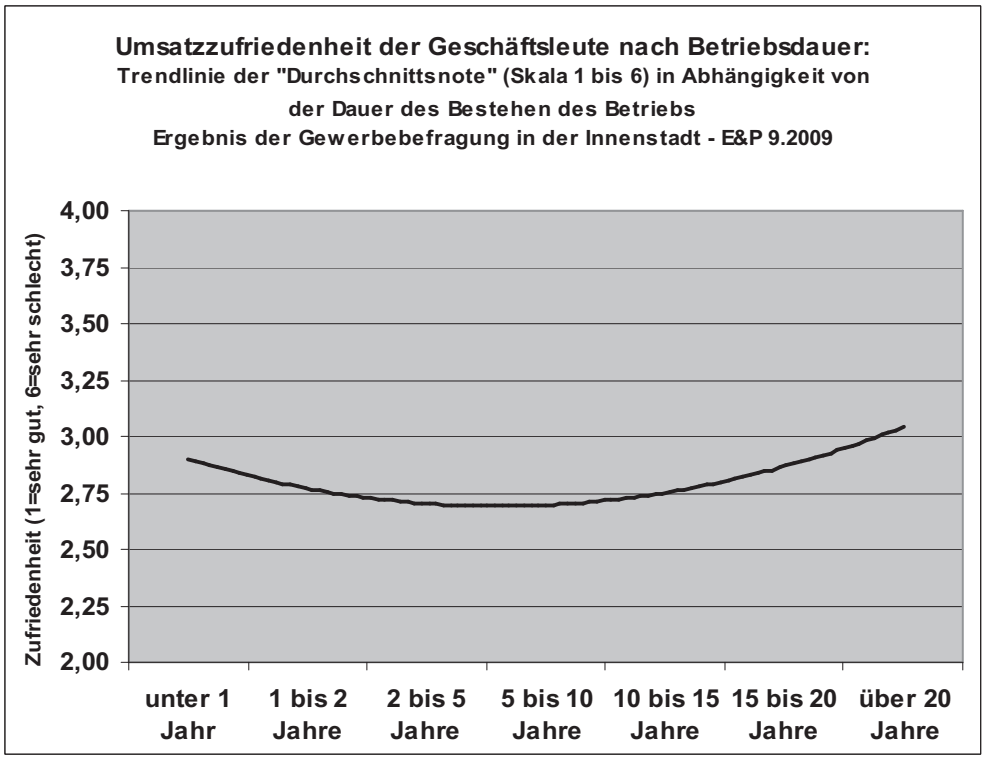
Auch wenn diese Durchschnittsnote für kein Numerus-clausus-Fach reichen würde, zeigt das Ergebnis über alle Befragten mit der „Note“ von 2,9 ein leicht positives Bild der Umsatzentwicklung.[46]

Knapp besser als „befriedigend“ ist bei Geschäftsleuten aller Erfahrung nach eine relativ positive Beurteilung. Bei der Betrachtung nach Branchen zeigt sich, dass aber das Handwerk und dem Gesundheitsbereich zuzuordnenden Wirtschaftszweige deutlich schlechtere Einschätzungen abgeben und ebenso die Gastronomen. Die Zufriedenheit ist der in der Friedrichstraße ansässigen Geschäftsleute ist noch einmal geringer. Dies auf die Lage zurückzuführen wäre wohl kurzschlüssig. Es spricht einiges für die These, dass gerade Gesundheitswesen und Gastronomie als die Wirtschaftszweige, die bevorzugt die 1a-Lagen suchen, in hohem Maß in der Konkurrenz stehen. Folgt man dieser These, drückt sich in den „schlechten Noten“ dieser Zweige auch eine strukturelle Entwicklung aus (Gesundheitsreformen, wachsende Konkurrenz, „Rauchverbot“…, um einige Stichworte zu nennen).

[46] Der Modalwert (Wert der häufigsten Nennung) liegt bei 3, ebenso der Medianwert (der Wert, bei dem sich die Stichprobe hälftig teilt in Werte darunter und darüber.) Die Berechnung der „Schiefe“, also inwieweit der Mittelwert verzerrt wird, zeigt mit 0,6 eine rechtsschiefe Verteilung. Das bedeutet, dass in der Stichprobe eine größere Zahl von positiven Nennungen vorhanden ist, allerdings die etwas geringere Anzahl Unzufriedener die Geschäftsentwicklung umso negativer beurteilt.

Aufmerksam zu machen ist aber auch auf einige Nebenaspekte, die bei der kleinen Stichprobe und Zellenbesetzung ihre Bedeutung erst im Kontext der Strukturdaten aus der Auszählung des Gewerberegisters erhalten. Hinsichtlich der Umsatzentwicklung gibt es im Einzelhandel keine Unterschiede zwischen Läden in der Friedrichstraße und dem sonstigen Gebiet, während Dienstleister in der Friedrichstraße sich zufriedener äußern als außerhalb. Dies deckt sich mit der Gewerberegisterauszählung, die für den Handel eine generelle Konsolidierungstendenz feststellte und eine besonders hohe Volatilität der Dienstleistungsunternehmen in der Peripherie der Innenstadt (also Lehrstraße insbesondere).

Hinsichtlich der Umsatzzufriedenheit wurde untersucht, inwieweit die Streuung der Betriebszufriedenheit in Abhängigkeit steht zur Dauer des Bestehens des Betriebs. Hypothese war, dass der Umsatz umso befriedigender eingeschätzt wird, je länger der Betrieb an diesem Standort besteht. Diese wäre der Ausdruck einer Etablierung am Standort. Diesen linearen Zusammenhang bestätigen die Ergebnisse nicht. Zwar wächst die Umsatzzufriedenheit in den ersten 10 Jahren des Bestehens an, um dann jedoch wieder einer verstärkten Unzufriedenheit zu weichen.



Es ist also keineswegs so, dass die Unzufriedenheit mit der Umsatzentwicklung eine ist, die sich mit der Dauer der Etablierung und dem Aufbau stabiler Kundenbeziehungen legt. Für die „Geschäftsatmosphäre“ sind nun beide Gruppen besonders bedeutsam, indem die am Standort neuen Unternehmen Träger von Ideen und Initiativen sind und die länger eingesessenen Geschäfte die stetige Fortentwicklung repräsentieren. Die sehr verhaltene Sicht auf den Geschäftsverlauf in beiden Gruppen ist Ausdruck eines ungünstigen Geschäftsklimas.

2.8.3.3 Geschäftszufriedenheit in Abhängigkeit von Miethöhe und Lage

Die Abhängigkeit der Umsatzzufriedenheit wurde auch hinsichtlich der geleisteten Mietzahlungen untersucht. Nun ist die Umsatzentwicklung zunächst unabhängig von der vereinbarten Miethöhe; niedrigere Mieten erhöhen nicht den Umsatz ebenso wie höhere ihn steigern. Zugleich geht die vereinbarte Miethöhe in das wirtschaftliche Ergebnis ein, und bei einer negativen Umsatzentwicklung schmälert sich der Betriebsgewinn. Die Umsatzzufriedenheit in Abhängigkeit von der relativen Miete (gemessen als Kaltmiete/qm Gewerbefläche) gibt also indirekt Auskunft über das Betriebsergebnis.

Mit der ersten Frage zum Mietniveau in der Heppenheimer Innenstadt sollte herausgefunden werden, ob sich Mieter von Gewerbeflächen unterscheiden von Gewerbetreibenden in eigenen Gewerbeflächen. Wenn es hierin keinen Unterschied gibt, würden sich in den Antworten zur Umsatzzufriedenheit die unterschiedliche wirtschaftliche Situation des Gewerbes selbst und in zweiter Linie etwaige Lageunterschiede darstellen.

Die Ergebnisse der Befragung zeigen aber sehr deutliche Unterschiede in der Umsatzzufriedenheit von Mietern und Eignern von Gewerbeflächen. Gewerbetreibende in eigenen Gewerbe- und Ladenflächen sind eindeutig zufriedener; der Wert von 2,45 (also genau zwischen „gut“ und „befriedigend“) ist deutlich über dem von Mietern mit 3,03. (Die Streuung um diesen Mittelwert ist in beiden Gruppen annähernd gleich, das heißt, dass eine Verzerrung durch „sonstige Umstände“ unwahrscheinlich ist.) Die Sicht auf den wirtschaftlichen Erfolg hängt also stark davon ab, ob ein Geschäft in Miete oder in eigenen Räumlichkeiten betrieben wird. Diese Abhängigkeit ist deutlich größer als die von der Betriebsdauer.

Umsatzzufriedenheit der Geschäftsleute in der Innenstadt

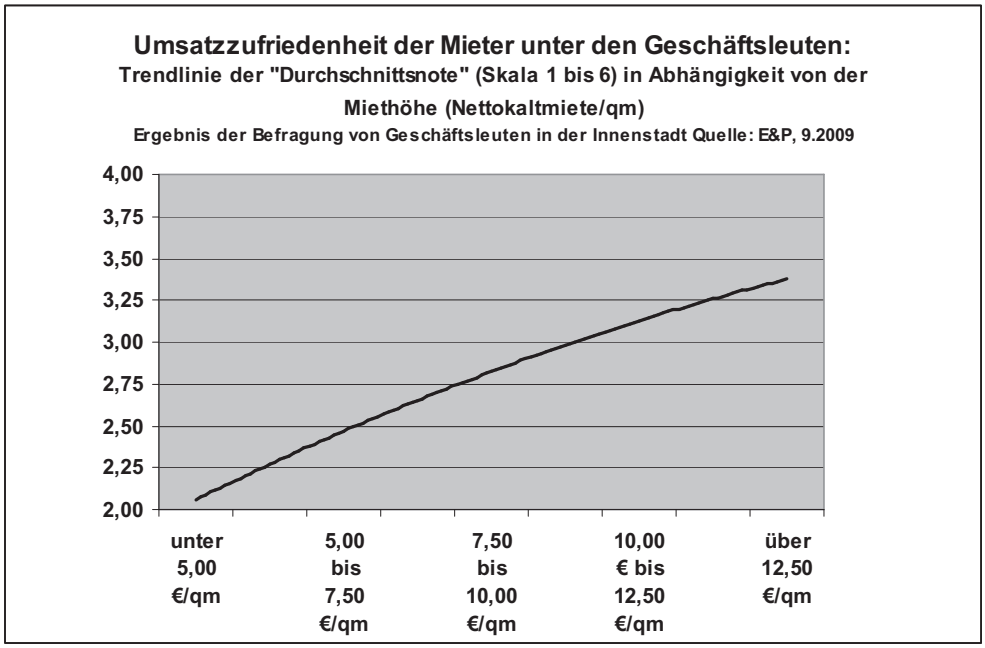
Mittelwerte der Umsatzzufriedenheit von Eigentümern und Mietern von Gewerbeflächen auf der Skala 1 (sehr gut) bis 6 (sehr schlecht)

Befragungsergebnis von Gewerbetreibenden - E&P 9.2009

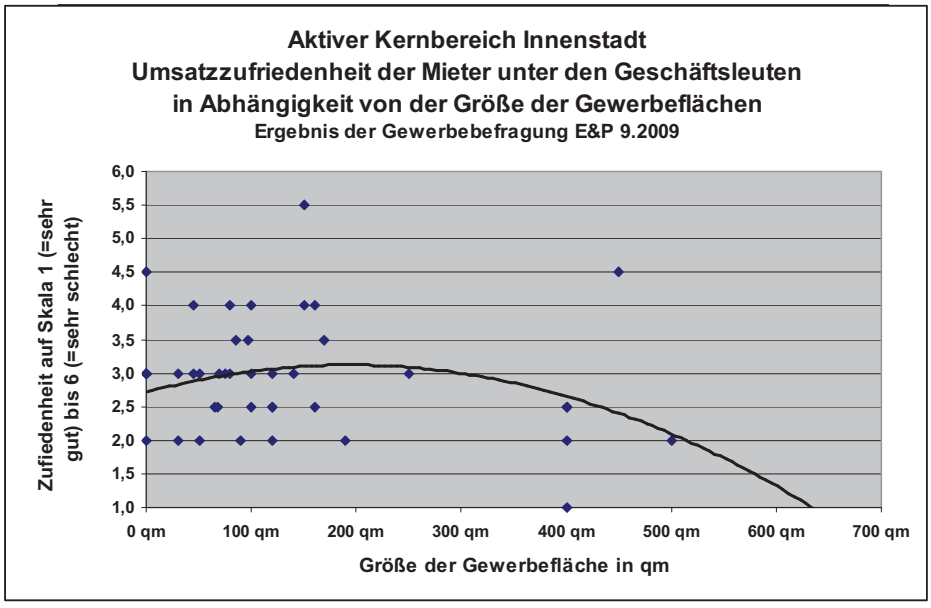
Die Geschäftsräume sind:	Anzahl	Note "Mittelwert"	Standard-abweichung
angemietet	33	3,03	0,93
im Eigentum	11	2,45	0,91
insgesamt	**44**	**2,89**	**0,95**

E&P 19.10.2009

Die sich weiter daran anschließende Frage ist, inwieweit die relative Miethöhe (also die Nettokaltmiete/qm) die Zufriedenheit mit der Geschäftsentwicklung beeinflusst.



Die Auswertung der Einzelergebnisse zu einer Trendlinie zeigt schlagend, dass die Unzufriedenheit mit der Umsatzentwicklung geradezu linear mit der relativen Miethöhe ansteigt. Banal gesagt: hohe Mieten sind ein wesentlicher Quell der Frustration der Geschäftsleute, und die Miethöhe von 10 €/qm, die bei den Befragten der „Half-Split-Wert“[47] ist, bezeichnet auch genau den Punkt, bei dem die Unzufriedenheit mit der Geschäftsentwicklung einsetzt..



Die höchste Unzufriedenheit zeigen dabei aber nicht die Mieter von großen Gewerbeeinheiten. Diese sind in der Innenstadt selten, so dass anzunehmen wäre, dass aus der nachfrageorientierten Situation insbesondere flächenin-

[47] „Half-Split“-Wert ist der Wert, in den sich ein Sample bei einem bestimmten Merkmal hälftig teilt. Im Fall der Heppenheimer Innenstadt ist dies die Miethöhe von 10 €/qm (siehe auch oben im Abschnitt Mitethöhen).

tensive Gewerbemieter unzufrieden wären. Das Gegenteil ist der Fall. Es sind insbesondere die Mieter kleiner Gewerbeeinheiten, die mit der Umsatzentwicklung unzufrieden sind. Die Streuung (sog. „Standardabweichung“) ist dabei außerordentlich gering, das heißt: die Unzufriedenheit ist ganz wesentlich die von Mietern kleiner Gewerbeeinheiten. Die nachfolgende Abbildung zeigt die Trendlinie:

Es wurde versucht eine räumliche Rangordnung herzustellen. Grundlage war dabei die Zufriedenheit mit der Umsatzentwicklung, die die dort ansässigen Geschäftsleute äußerten. Unabhängig davon, ob die Unterschiedlichkeit der Zufriedenheit allein auf die Lage in der Innenstadt zurückzuführen ist oder auch auf die Branchenstruktur[48], ergibt dieses ranking ein plausibles Bild, das sich mit anderen Ergebnissen aus der Auswertung des Gewerberegisters deckt.

Überdurchschnittlich zufrieden sind die Geschäftsleute der Werlestraße, am Parkhof und in der Wilhelmstraße. Schlusslichter sind Ludwigstraße und vor allem Zwerchgasse und Lehrstraße. Dieses ranking deckt sich mit den früheren Ausführungen, die die Lehrstraße als ein gescheitertes Projekt für die Bildung eines Nebenzentrums in der Innenstadt beurteilt hatten.

Ranking der Umsatzzufriedenheit der Geschäftsleute in der Innenstadt nach Standorten

Mittelwerte der Umsatzzufriedenheit auf der Skala 1 (sehr gut) bis 6 (sehr schlecht) nach Betreibsstandorten

Postalische Adresse	Note "Mittelwert"
Werlestraße	2,00
Parkhofstraße	2,33
Wilhelmstraße	2,89
Darmstädter Straße	3,00
Graben	3,00
Friedrichstraße	3,03
Ludwigstraße	3,13
Zwerchgasse	3,17
Lehrstraße	3,17

E&P 19.10.2009

[48] Zu den gegenüber einem solchen „ranking“ grundsätzlich angebrachten Vorbehalten kommt hier hinzu, dass aufgrund der kleinen Stichprobe außer der Lage (nach in der postalischen Anschrift) nicht andere Variablen wie z.B. die Brachenstruktur in ihrem Einfluss „kontrolliert“ werden konnten.

2.8.4 Aktivitäten für eine verbesserte Geschäftsentwicklung

Die Frage, wie die Geschäftsleute auf die Umsatzentwicklung und Kundenfrequenz reagieren, ergibt im Ergebnis ein sehr konventionelles Bild von Maßnahmen. Im Mittelpunkt steht ein verstärktes „Aufmerksam-Machen“ mit den Mitteln der Werbung. Der Anteil dieser Aktivitäten ist ähnlich hoch in der Gesamtheit der Befragten und egal ob es sich um den Einzelhandel oder Unternehmen mit schlechter Umsatzentwicklung handelt. Gefolgt werden diese verstärkten Werbemaßnahmen in der Zahl der Nennungen von Anstrengungen in der Ladengestaltung und Warenpräsentation.

Preisnachlässe und Sonderangebote und Sortimentsanpassungen und –umstellungen werden nachrangig genannt. Das heißt, dass die Unternehmen sich insgesamt „richtig aufgestellt“ glauben, sowohl was die Waren- und Produktpalette angeht wie auch in der Preisgestaltung. Auch hier ist in den gebildeten Gruppen eine annähernd gleichförmige Verteilung erkennbar. Allenfalls Unternehmen, die eine überdurchschnittlich schlechte betriebliche Entwicklung haben, fallen durch einen höheren Anteil der Angebotsanpassung heraus. Sie sind es auch, bei denen die Bereitschaft zu kooperativen Werbeinitiativen höher ist.

Aktivitäten zur besseren Geschäftsentwicklung

Maßnahmen zur Verbesserung der betrieblichen Entwicklung

Ergebnis der Befragung von Gewerbetreibenden - E&P 9.2009

von den Geschäftsleuten ergriffene Maßnahmen zur Umsatzwntwicklung	insgesamt	davon	
		Betriebe mit schlechter Umsatz entwicklung	Einzelhandel
verstärkte Werbung	44%	43%	48%
Sonderangebote, Preisnachlässe	9%	7%	10%
Sortimentsanpassung und -umstellung	9%	14%	10%
Ladengestaltung, Warenpräsentation	28%	21%	29%
gem Werbeinitiativen mit and Nachbarn	9%	14%	5%
insgesamt	100%	100%	100%

E&P 19.10.2009

2.8.5 Der Standort Innenstadt in der Sicht der Geschäftsleute

2.8.5.1 Stärken und Qualitäten

Befragt, ob der Standort Innenstadt für das ausgeübte Gewerbe der richtige ist, hat nur eine Minderheit der befragten Geschäftsleute daran Zweifel. Dieses Ergebnis ändert sich auch nicht bei einer Differenzierung nach Handel und Unternehmen mit schlechter Umsatzentwicklung. Die beiden Ablehnungen, die der Standort Innenstadt erfährt, handelt es sich um solche, bei denen eine Betriebsverlagerung bzw. –aufgabe aus Gründen nicht uneinvernehmlicher Verhandlungen zur Verlängerung des Gewerbemietvertrags erfolgt. Es sind also keine, bei denen die Standort- und Lagequalität der Innenstadt grundsätzlich in Zweifel gezogen wird, sondern bei denen die privat-

rechtliche Auseinandersetzung zu Miethöhe und Laufzeit des Mietvertrags die Sicht auf den Standort Innenstadt eintrübt.

Beurteilung des Standorts Innenstadt

Eignung des Standorts aus betrieblicher Sicht

Ergebnis der Befragung von Gewerbetreibenden - E&P 9.2009

"Ist der Standort Innenstadt ist Ihren Betrieb der richtige?"	insgesamt		davon %uale Verteilung	
	absolut	%	Betriebe mit schlechter Umsatz entwicklung	Einzelhandel
Ja	41	85%	85%	89%
teile/teils	5	10%	10%	11%
Nein	2	4%	4%	0%
Insgesamt	48	100%	100%	100%

Weil der Standort Innenstadt uneingeschränkt als Bestlage anerkannt ist, stellt sich die Frage, worin die Lagequalitäten vornehmlich gesehen werden. Für die Standortqualitäten der Innenstadt in der Sicht der Geschäftsleute wurde ein „Ranking" vorgenommen, bei der im Mittelpunkt zunächst die Häufigkeit stand, mit der eine bestimmte Qualität der Innenstadt genannt wurde. Lage und Publikumsfrequenz wurden dabei am häufigsten genannt. Das Stellplatzangebot und die Nähe zu den Kundenzielgruppen erfahren dabei auch eine positive Wertung. Die anderen Merkmale – Lage zur Altstadt, bauliche Qualitäten, Mix von Einkauf und Freizeit - sind demgegenüber nachrangig.

Aus dem Bild fällt das Merkmal „günstige Miet- und Pachtverhältnisse". Als „Qualität" wurde es zwar relativ häufig genannt, zugleich aber im Durchschnitt aller Befragten sehr negativ bewertet. Das bedeutet, dass diese „Qualität" inkonsistent gesehen wird und es sehr unterschiedliche Meinungen unter den Befragten hierzu gibt.

Innenstadtqualitäten: "Ranking" der Qualitäten durch die Geschäftsleute

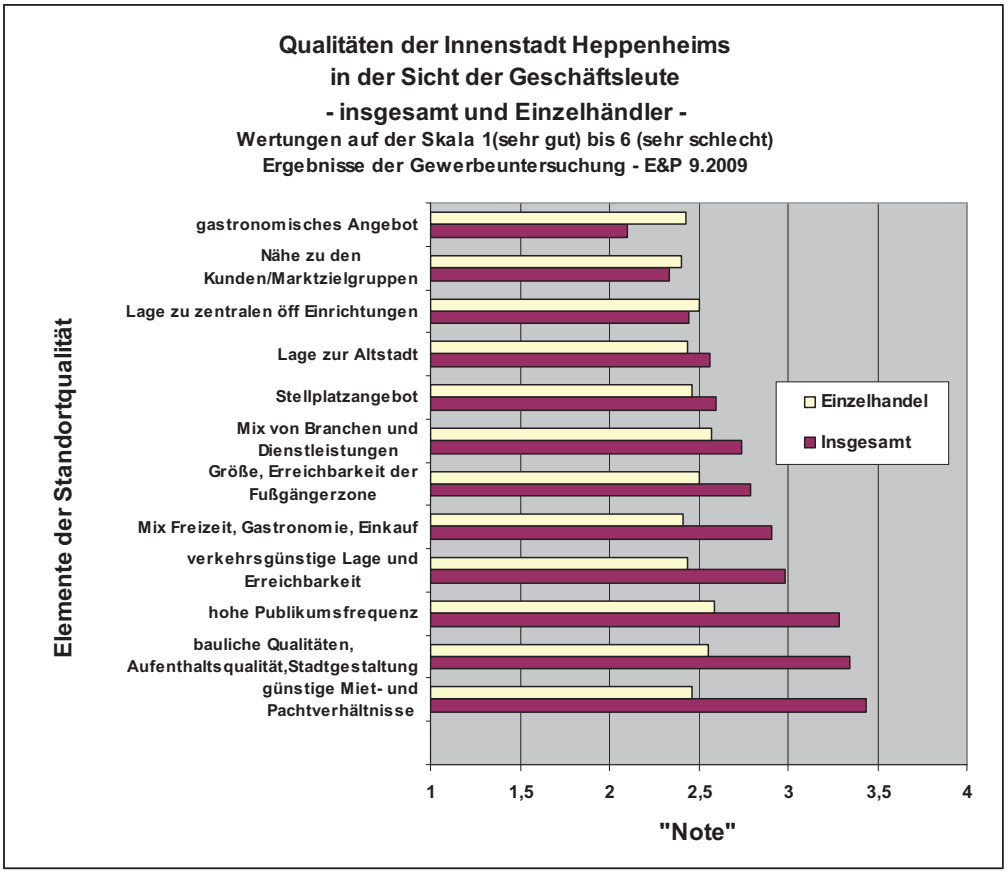
Zahl der Nennungen von Standortelementen und ihre Benotung als Qulitäten auf der Skala 1 (sehr gut) bis 6 (sehr schlecht)

Ergebnis der Befragung von Gewerbetreibenden - E&P 9.2009

Ranking der Qualitäten der Innenstadt und "Noten" für Elemente des Standorts	Rang des Elements (Zahl der Nennungen)	"Note" für das Element
Nähe zu den Kunden/Marktzielgruppen	25	2,34
Stellplatzangebot	22	2,60
verkehrsgünstige Lage und Erreichbarkeit	22	2,98
hohe Publikumsfrequenz	18	3,29
günstige Miet- und Pachtverhältnisse	18	3,44
Größe, Erreichbarkeit der Fußgängerzone	14	2,79
bauliche Qualitäten, Aufenthaltsqualität,Stadtgestaltu	14	3,34
Mix von Branchen und Dienstleistungen	13	2,74
Mix Freizeit, Gastronomie, Einkauf	13	2,91
Lage zur Altstadt	12	2,57
gastronomisches Angebot	10	2,10
Lage zu zentralen öff Einrichtungen	10	2,44

E&P 19.10.2009

Nachgegangen wurde der Frage, welche Bewertung diese Elemente (unabhängig von der Zahl der Nennungen) erfahren. Nachfolgendes Diagramm hat die verschiedenen Qualitäten nach der „Note“ geordnet, wobei die positivsten Werte in der Sicht auf die Innenstadt bei der Gesamtheit der Befragten „oben“ stehen. Zugleich wurde die Bewertung, die dieses Merkmal unter den Einzelhändlern erfährt, kontrastierend gegenüber der Gesamtheit der Befragten dargestellt.



Das „Ranking“ stellt sich dann, wenn man nach der Wertigkeit der einzelnen die Innenstadt bestimmenden Qualitäten fragt, ganz anders dar als in der Zahl der spontanen Nennungen. Das gastronomische Angebot steht dann ganz oben und auch die Lage zu den öffentlichen Einrichtungen (und unverändert die Nähe zu den Marktgruppen). Publikumsfrequenz, bauliche Qualitäten und die Miet- und Pachtverhältnisse erfahren „schlechte Noten“.

Weiter zeigt sich, dass der Einzelhandel zum Teil sehr abweichende Positionen gegenüber den sich in der Gesamtheit ergebenden Wertungen einnimmt. Am eklatantesten ist dies bei der Aufenthaltsqualität und den „günstigen Miet- und Pachtverhältnissen“. Diese beurteilt der Einzelhandel positiver als die Gesamtheit.

2.8.5.2 Schwächen und Defizite

An oberster Stelle beim „Ranking“ der Schwächen und Defizite der Innenstadt steht der Branchenmix. Sowohl in der Gesamtheit wie auch im Einzelhandel steht der Branchenmix an erster oder zweiter Stelle. Das Fehlen von Frequenzträgern und Defizite der Stadtraumgestaltung wie das Thema „öffentliche Ordnung“ folgen dem. Entgegen der Erwartung wurden gering gewichtet baustrukturelle Schwächen und Probleme der Anlieferung.

Defizite der Innenstadt: "Ranking" der Schwächen durch die Geschäftsleute

Spontane Nennungen Defiziten und Schächen in der Reihung der Häufigkeiten

Ergebnis der Befragung von Gewerbetreibenden - E&P 9.2009

Ranking der Schwächen und Defizite in der Innenstadt	Nennungen insgesamt	davon Einzelhandel	davon sonstige Gesch.leute
Branchenmix	19	12	7
Verkehr, Errreichbarkeit, Parken	17	9	8
fehlende Frequenzträger	16	11	5
Defizite der Stadtraumgestaltung	14	7	7
Sauberkeit, öffentliche Ordnung	11	4	7
Bekanntheit, Image als Geschäftszone	7	5	2
Miethöhe und Mietvertragsgestaltung	7	3	4
soziales Umfeld	4	2	2
Anlieferung	2	1	1
Baustruktur	2	2	0
Insgesamt	**99**	**56**	**43**

E&P 19.10.2009

Im mittleren Rang liegen „Bekanntheit“ und „Imagedefizite“ sowie die Miethöhen- und Mietvertragsproblematik. Bei den Gewerbetreibenden, die die Miethöhe als eine Schwäche angemerkt haben, handelt es sich durchweg um Mieter. Die Sensibilität für dieses Problemfeld ist ganz offensichtlich durch die Rechtsstellung zur Gewerbeimmobilie geleitet. Dies erklärt auch die Diskrepanz zwischen der Häufigkeit der Nennungen und den Wertungen bei den o.a. „Qualitäten der Innenstadt“.

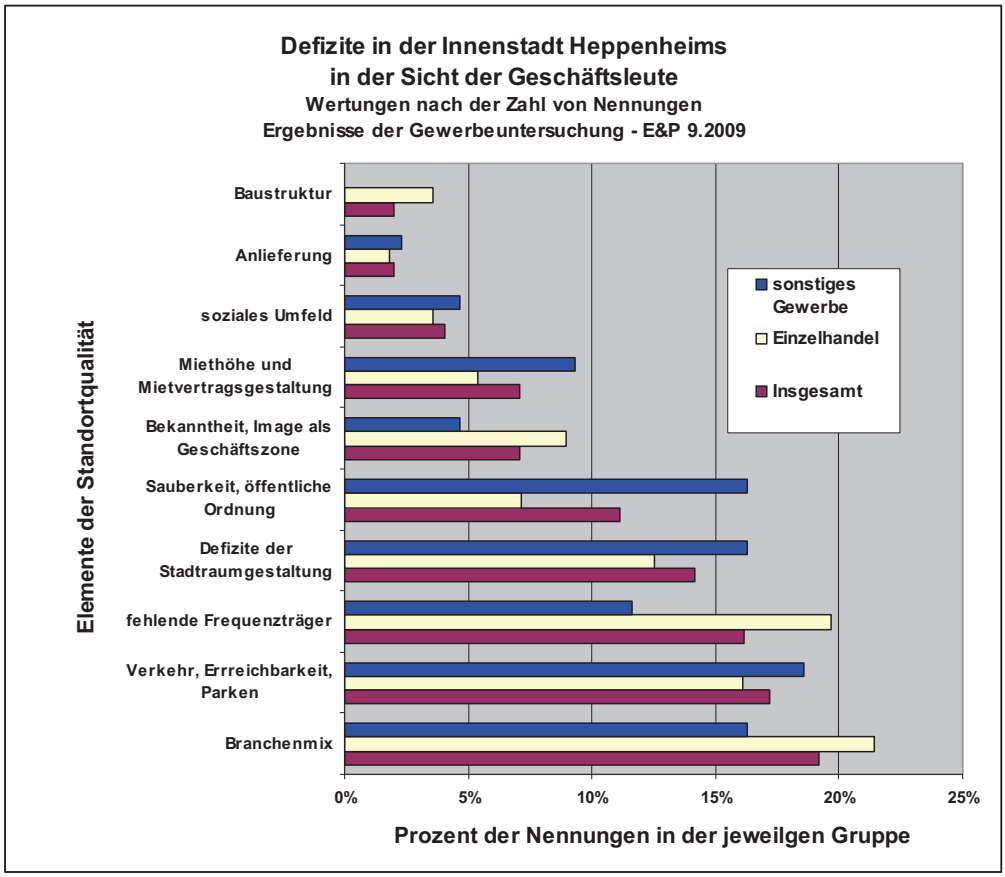
Die Auswertung der spontanen Nennungen zu den Schwächen und Defiziten der Innenstadt (es sollten keine Antwortvorgaben gemacht werden) zeigt, dass die Befragten als Gruppe von Geschäftsleuten in sich nicht homogen ist. Am eklatantesten sind die Unterschiede bei der Einschätzung von öffentlicher Ordnung und Sauberkeit und hinsichtlich des fehlenden Frequenzträgers. Branchenmix, Frequenzträger und Image werden bei den Einzelhändlern deutlich höher bewertet als in der übrigen Geschäftswelt.

Bezüglich des Items „Verkehr- und Erreichbarkeit“ verwundert es auf den ersten Blick, dass dieses sowohl als Stärke wie als Schwäche der Innenstadt gesehen wird. Dabei muss man zum einen berücksichtigen, dass Verkehr und Parken Punkte sind, auf die Gewerbetreibende generell und geradezu reflexhaft anspringen, es also eine hohe Empfindlichkeit für dieses Thema gibt. In Heppenheim hat dieser Themenbereich ja eine stadtpolitische Vorgeschichte[49], die diese Empfindlichkeit noch verstärken mag.

Zum andern aber, und dies ist ein Spezifikum für Heppenheims Innenstadt, wurden für Verkehr und Parken von den Geschäftsleuten im Gespräch vor allem benannt, dass sie selbst und ihre Mitarbeiter Probleme hätten, zu parken. Dies liegt zum einen daran, dass auch dort, wo auf der Liegenschaft, auf der sich die Gewerbeflächen befinden, die Stellplätze oft auch dann nicht an die Gewerbemieter vermietet werden, wenn welche vorhanden sind. Zum

[49] Die Ablehnung einem Großbauprojekt in der Innenstadt hatte die Befürchtung des Verlusts von Parkplätzen zum Kerngegenstand. Diese Ablehnung war stark von den Geschäftsleuten der Innenstadt getragen und ist 1996 in ein erfolgreiches Bürgerbegehren gemündet, von dem sich auch die PINI (Parkplatzinitiative Innenstadt) politisch organisierte und in einer Nachfolgervertretung im Kommunalparlament vertreten ist.

anderen geht aus den Interviews auch hervor, dass manche Gewerbemieter sich aus Kostengründen grundsätzlich scheuen, Stellplätze anzumieten. Dies gilt auch für die öffentlichen Stellplätze, die die Stadt zur Anmietung anbietet.



2.8.5.3 Maßnahmenvorschläge aus dem Kreis der Gewerbetreibenden

Die Frage nach Maßnahmenvorschlägen aus dem Kreis der Geschäftsleute und Gewerbetreibenden wurde gestellt, um Ideen und Vorstellungen der unmittelbar am Geschehen Beteiligten in Erfahrung zu bringen. Neben vorgegebenen Antwortmöglichkeiten wurde auch eine „offene Frage“ gestellt in der Hoffnung, darüber hinaus auch zusätzliche und neue Überlegungen und Ideen zu erfahren. Dieser Ansatz der Befragung erhielt regen Zuspruch; in 47 diesbezüglich auswertbaren Interviews wurden 106 Maßnahmevorschläge gemacht.

Im Ergebnis zeigt sich, dass die vorformulierten Antwortmöglichkeiten das gesamte Spektrum von Maßnahmevorschlägen abdeckten. Darin äußert sich weniger die Qualität und der Umfang der antizipierten Antwortmöglichkeiten, als vielmehr, dass im Kreis der Innenstadtgeschäftsleute und auch im Kreis der Zukunftswerkstatt schon in hohem Umfang Maßnahmevorschläge eruiert und diskutiert worden waren. Erwähnenswert ist ein Hinweis, der Maßnahmen für eine „altengerechte Stadt“ vorschlägt sowie einige weitere, die explizit das Schaffen von Aufenthaltsbereichen und Sitzgelegenheiten nennen.

Auch bei dieser Auswertung wurde ein „Ranking“ versucht nach der Häufigkeit der auf jede Antwortmöglichkeit entfallenden Äußerungen. Die mit wei-

tem Abstand höchste Präferenz bei den Maßnahmevorschlägen hat unter dem Stichwort „Frequenzträger“ die Ansiedlung eines Lebensmitteleinzelhandels und die Wiedernutzung der Metzendorf-Immobilie durch einen Publikumsmagneten.

Maßnahmevorschläge der Geschäftsleute für die Innenstadt
Nennungen in der Reihung ihrer Häufigkeiten
Ergebnis der Befragung von Gewerbetreibenden - E&P 9.2009

Maßnahmenvorschlag	Rang (insgesamt)	insgesamt	davon: Einzelhandel	davon: übriges Gewerbe
Frequenzträger (Lebensmittel-EH, "Metzendorf")	**1**	44	26	18
Citymanagement	**2**	14	9	5
Nachvermietungs- und Leerstandsmanagment	**3**	11	6	5
Maßnahmen zur Neugestaltung des öffentl. Raum	**4**	10	6	4
Wegebeziehungen	**5**	7	4	3
Leitsystem/Ausschilderungen	**6**	7	5	2
Qualitätsoffensive, Sortimentsverbesserung	**7**	6	5	1
Imagekampagne, Innenstadtmarketing	**8**	4	4	0
gemeinsame Werbeinitiativen, Werbeplattform	**9**	2	1	1
Märkte, Messen, events in der Innenstadt	**10**	1	1	0
Insgesamt		106	67	39

E&P 19.10.2009

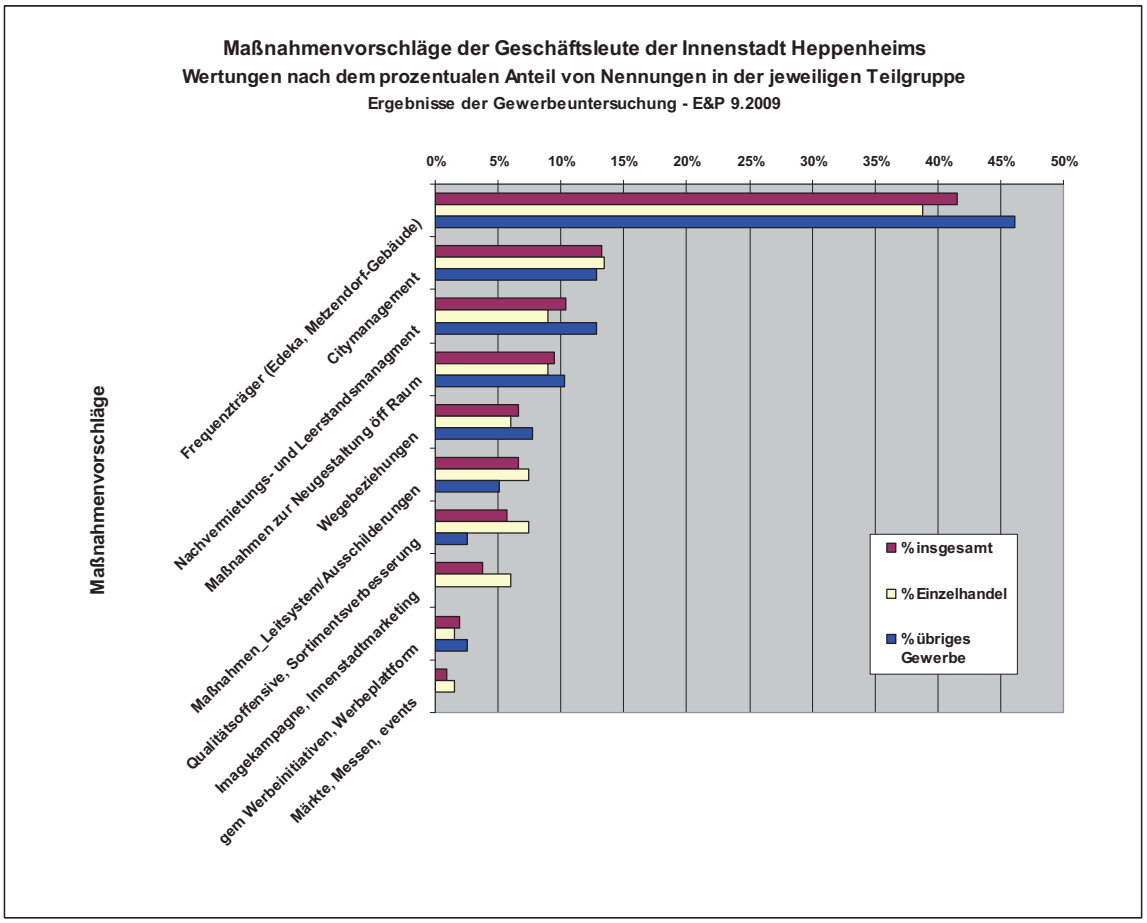
Am anderen Ende der Skala steht ein „Mehr“ an Märkten, Messen und Events in der Innenstadt, das nur ein einziger der Befragten als Maßnahme vorschlägt. Die Ansicht, dass ein „Mehr“ gegenüber den bisherigen Innenstadtfestivitäten keine Verbesserung der Entwicklungsbedingungen bewirken würde, ist offensichtlich einhellig. Auch die Frage des Images der Innenstadt ist nur für eine Minderheit ein Ansatzpunkt.

Überraschend ist, wie wenige der Befragten sich zu gemeinsamen Werbeinitiativen bekennen.

Im Rang auf einem Mittelplatz (mit der Zustimmung von etwa einem Drittel der Befragten) liegt die Zustimmung zu einem Citymanagement, gefolgt von Nachvermietungs- und Leerstandsmanagement.[50] Auf dem gleichen Niveau liegen in der Präferenz der Befragten Maßnahmen zur besseren Gestaltung des öffentlichen Raums.

Die Rangreihe der Maßnahmenansätze in den gebildeten Teilgruppen ist äußerst stabil, so dass von einem konsistenten Meinungsbild hinsichtlich der Maßnahmenansätze auszugehen ist. Lediglich eine Qualitätsoffensive befürworten Einzelhändler stärker als die Gesamtheit; das Leerstands- und Mietmanagement wiederum hat bei den „übrigen Gewerbetreibenden“ einen leicht höheren Stellenwert.

[50] Dies steht auch im Zusammenhang mit verschiedentlich in den Interviews geäußerten Klagen, dass sich Mietrechtsprobleme zunehmend nur noch über anwaltliche Auseinandersetzungen mit den von Eigentümern eingesetzten Verwaltern klären lassen und nicht mehr im direkten Kontakt.



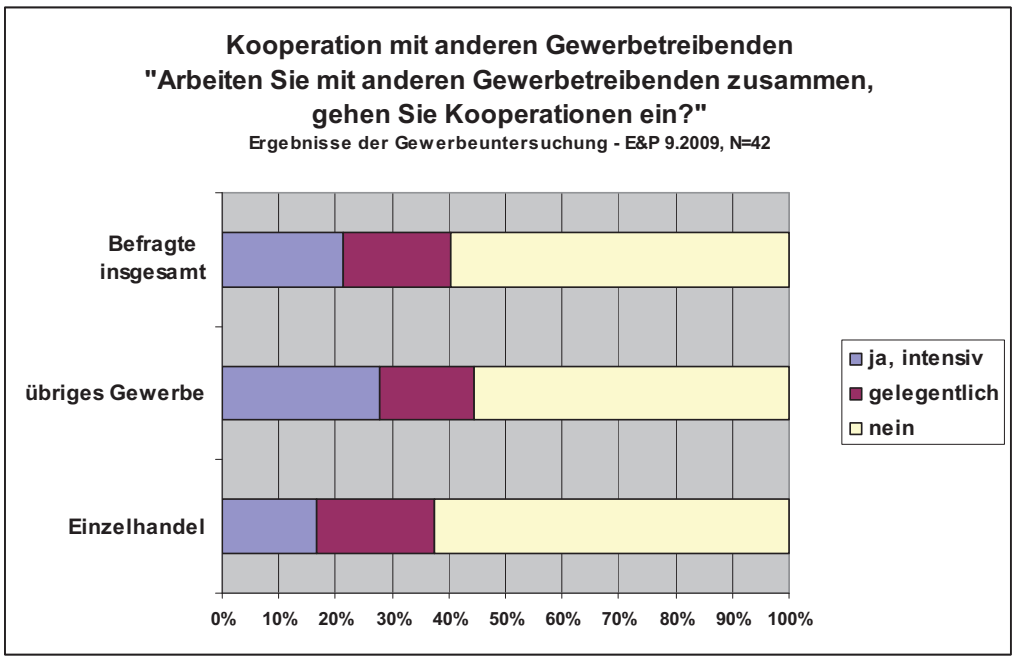
In der Summe heißt dies, dass die Gewerbetreibenden in der Innenstadt in den Maßnahmeüberlegungen eher einer „Container-Strategie“[51] zuneigen, mit der durch die Bewältigung hinlänglich bekannter großer Aufgaben eine neue Dynamik in der Innenstadt entfacht wird. Die Zurückhaltung, die sich in den Maßnahmevorschlägen bei den im Wirkungskreis der Geschäftswelt angesiedelten Maßnahmen äußert, ist nicht zu übersehen. Hinsichtlich der Attraktivitätssteigerung der Innenstadt durch Events und eine Imagekampagne ist dies nachvollziehbar. Hinsichtlich einer Qualitätsoffensive steht diese jedoch im Widerspruch zu den gerade auch aus dem Einzelhandel geäußerten Meinungen, dass ein wirtschaftliches Bestehen der Innenstadt nur durch Merkmale der Qualität und der Atmosphäre zu erreichen ist.

[51] Mit „Container-Strategie“ werden solche städtebauliche Maßnahmenansätze bezeichnet, in denen eine Problemlösung durch Großprojekten („Leuchtturmprojekte“) bewirkt werden soll, in der Erwartung, dass dadurch auch andere defizitäre Bereiche einen Entwicklungsimpuls erhalten.

2.8.6 Soziale Organisation der Gewerbetreibenden

2.8.6.1 Organisationsgrad und Zusammenarbeit

Befragt wurden die Geschäftsleute auch danach, ob sie Kooperationen mit anderen Geschäftsleuten eingehen oder sonst wie mit ihnen zusammenarbeiten. Dies betätigten etwa gut ein Fünftel mit „ja, intensiv“. Gelegentliche Kooperationen gehen weitere 20 % ein. Über 60 % der Befragten verneinten die Frage nach einer Zusammenarbeit.



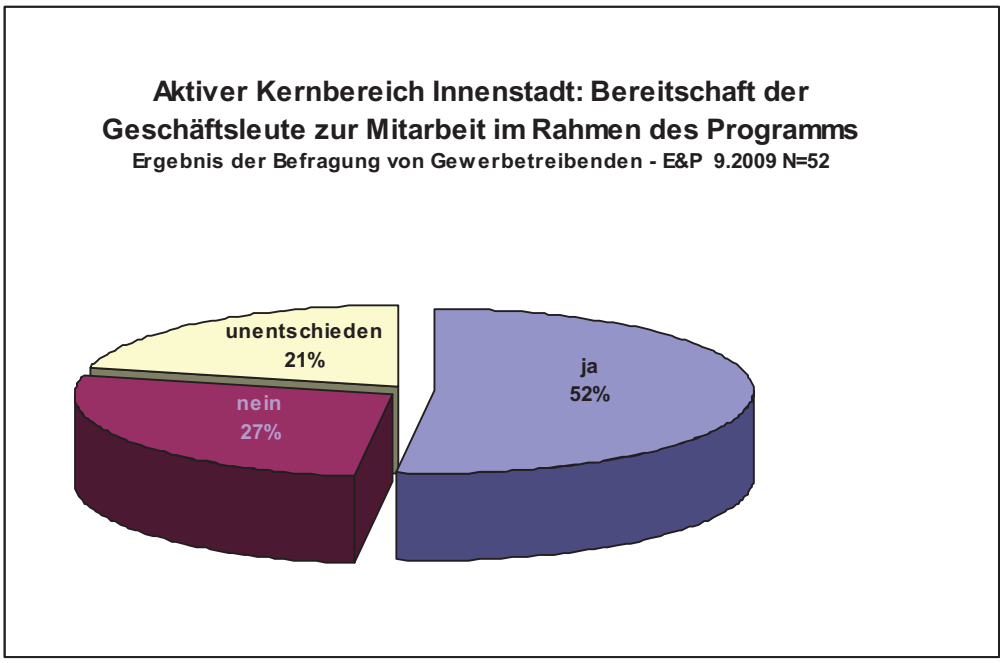
Die Frage nach der Zusammenarbeit sollte sich auf die geschäftliche Kooperation beziehen, war aber nicht trennscharf genug formuliert zur gemeinsamen Interessenvertretung und der Beteiligung an gemeinsamen Innenstadtinitiativen wie „Ab in die Mitte“ und der „Zukunftswerkstatt“ in 2006.

Nirgendwo beteiligt, weder in der Interessensvertretung noch an einer Innenstadtinitiative, haben sich gemäß der Befragungsergebnisse 41 %. Dieser Wert bleibt hinter dem zurück, was aus anderen Quellen etwa zur Werbegemeinschaft bzw. Wirtschaftsvereinigung bekannt ist. (Der Organisationsgrad der Innenstadtgewerbetreibenden liegt n.u.K. bei über 70 %). Dennoch: ein Engagement von 60 %, wie es sich in der Stichprobe darstellt, ist ein sehr hoher Grad an Interessensvertretung und Initiative.

Das nächst Bemerkenswerte ist, dass über die reine Interessensvertretung als Geschäftsinhaber hinaus eine sehr hohe Beteiligung an den Innenstadtinitiativen und „Mehrfachaktivitäten“ zu verzeichnen sind..

2.8.6.2 Mitwirkungsbereitschaft im „Aktiven Kernbereich“

Befragt wurden natürlich die Gewerbetreibenden auch, ob sie bereit wären zu einer Mitarbeit im Programm „Aktiver Kernbereich Innenstadt“. Schließlich hätten die bisherigen Bemühungen um die Innenstadtentwicklung – und sei es aus rein geschäftlichem Interesse – dazu führen können, dass sich eine Ermüdung eingestellt hätte. Das Ergebnis zeigt jedoch eine Mehrheit, die auch im Programm „Aktive Kernbereiche“ sich einbringen möchte, ein Fünftel der Befragten ist jedoch noch unentschieden. Manche machen ihr Engagement auch davon abhängig, dass sich die Stadt Heppenheim selbst stark in die Programmausgestaltung einbringt.



Dieses hohe Maß an (zunächst nur deklamatorischer) Bereitschaft für eine Mitwirkung im Aktiven Kernbereich ist aus mehreren Gründen bemerkenswert:

- Zum einen wurde in den Interviews z.T. sehr deutlich der Missmut über „die Stadt" – als Gesamtmeinung über Verwaltung und die letzten Magistrate – zum Ausdruck gebracht, die sich nicht genügend um die Innenstadt gekümmert habe und wo die Forderung selbst nach kleinen Maßnahmen wie Fassadenbegrünung ansatzlos verhallt oder wie im Fall der „transparenten Abfalltüten" für die Abfallkörbe zu viel des Nachhakens bis zur Umsetzung bedurft habe. Diese Kritik erstreckt sich auch auf die „Zukunftswerkstatt" in 2006, die ohne greifbares Resultat geblieben sei.
- Ein zweiter Punkt, weswegen auf die offensichtlich vorhandene Mitwirkungsbereitschaft als Potenzial für die Vorbereitung und Durchführung der Maßnahmen im „Aktiven Kernbereich" hinzuweisen, ist, dass zu dem Zeitpunkt, zu dem die Interviews geführt wurden (September 2009), bei der Mehrheit der Befragten de facto keine Information über das Programm und den Programmansatz vorlag. Wohl hatte es dazu eine ausführliche Pressemittelung durch den Magistrat der Stadt gegeben; die Information in der Tagespresse war jedoch bei den Befragten überwiegend nicht angekommen.[52]

In der Summe der Ergebnisse zum Organisationsgrad und der Bereitschaft für Initiativen ist festzustellen, dass die „Aktivierung lokaler Akteure" im „Aktiven Kernbereich Innenstadt" bereits von Anfang an gegeben ist – zumindest im Kreis der Geschäftsleute.

[52] Dies hat eine der Befragten zu dem Kommentar hingerissen: „Die Heppenheimer lesen nicht." Sie habe dies schon bei ihren Werbeaktionen erkannt und die daraufhin die Werbung über die Printmedien aufgegeben.

2.8.7 Zusammenfassung und Wertung der Ergebnisse

Für die Entwicklung des Integrierten Handlungskonzepts „Aktiver Kernbereich Innenstadt“ zeigen die Befragungsergebnisse ein hohes Maß an Reflexion über die Innenstadtentwicklung allgemein und der zur Stadtentwicklung Heppenheims im Besonderen. Der Informationsaustausch in stadtentwicklungspolitischer Perspektive funktioniert unter den Geschäftsleuten der Innenstadt.

- Das Maß an Interesse und Engagement zur Innenstadtentwicklung ist unter den befragten Geschäftsleuten beträchtlich. Die daraus resultierenden Initiativen insbesondere der Wirtschaftsvereinigung bzw. der Werbegemeinschaft richteten sich in der Vergangenheit jedoch vor allem auf werbende Maßnahmen zur Bekanntheit und dem Image der Innenstadt und die Abwehr von drohenden Einwirkungen.
- Hinter diesen Bemühungen bleiben die unmittelbar örtlichen und direkt auf das eigene geschäftliche Interesse abzielenden Aktivitäten eher zurück: ein Gutteil der Befragten ist zurückhaltend hinsichtlich einer eigenen Positionierung und Werbetätigkeit. Kooperationen unter den Gewerbetreibenden kommen selten vor, wie insgesamt die wirtschaftliche Vernetzung mit Unternehmen im Gebiet und der Region gering ist. Sowohl die horizontale Kooperation wie die vertikale sind wenig ausgeprägt, die Wertschöpfungsketten haben kein identifizierbares räumliches Profil.
- Die Schwächen und Mängel der Innenstadt sind aus der alltäglichen Erfahrung einerseits, den allgemein bekannten Untersuchungen und Gutachten andererseits fest im Bewusststein der Gewerbetreibenden verankert. Dies hat auch erhebliche Nachteile, indem sich die Erwartung nun auf die Lösung dieser Probleme durch „die Stadt“ richtet. Dies verbaut einerseits den Weg zu neuen Strategien des Handelns der Interessensvertretung Werbegemeinschaft bzw. Wirtschaftsvereinigung. Zum andern verstärkt sich der Unmut in dem Maße, wie „die Stadt“ die Lösung der Probleme nicht erreicht.
- Es stellt sich heraus, dass die Geschäftsleute keine durchgängige konsistente Meinung zu Prioritäten entwickelt haben. Exemplarisch kann dies gezeigt werden an der Haltung zum Problem der Gewerbemieten und des Nachvermietungs- und Leerstandsmanagements: es gibt hier innerhalb der Gewerbetreibenden geradezu konträre Auffassungen zur Relevanz des Problems, je nachdem, ob es sich um einen Gewerbemieter oder um einen Eigentümer von Gewerbeflächen handelt. Divergierende Ansichten bestehen auch zwischen dem Handel und dem übrigen Gewerbe z.B. hinsichtlich der Defizite (städtebauliche Defizite, Sauberkeit).
- An diesen Beispielen kann auch verdeutlicht werden, dass das allseits beklagte Problem des defizitären Branchenmix’ schwer in den Griff zu bekommen ist, wenn das Verhältnis von Grundeigentümern und Gewerbetreibenden nicht grundsätzlich in die Bewusstheit einer gegenseitigen Bedingtheit kommt. Die Aufklärung darüber, dass gute Vermietungschancen dauerhaft nur dann Bestehen, wenn gute Geschäftsbedingungen insgesamt bestehen und hierzu auch die Hausbesitzer beitragen müssen, kann nur dann erfolgen, wenn alle Gewerbetreibenden der Innenstadt mit einer Stimme sprechen und die Stadt diese Position mit

den ihr gebotenen Mitteln unterstützt. Hier sollte sich eine Arbeitsgruppe damit befassen, wie ein „Citymanagement“ zu organisieren wäre.

- Als Folge des andauernden Blicks auf die seit Jahren leerstehende Metzendorf-Immobilie kann man auch interpretieren, dass bei der Mehrheit der Befragten den städtebaulichen Mängeln der Innenstadt eine geringe Bedeutung zugemessen wird. Fehlendes Flair wird zwar beklagt, aber eine Priorität, die in einem städtebaulichen Konzept zu bearbeiten wäre, ist nicht feststellbar. Es stellt sich als Aufgabe, die städtebauliche Gestalt als potenzielles Attraktivitätsmerkmal und Mittel zur Kaufkraftbindung ins Bewusstsein zu rufen. Dass es eine sehr differenziert argumentierende Minderheit gibt, ist eine gute Voraussetzung, ein städtebauliches Innenstadtkonzept dialogisch zu entwickeln.
- Geringer als erwartet sehen sich die Gewerbetreibenden durch das Gewerbegebiet Tiergartenstraße und die städtische Gewerbeflächenpolitik bedroht. „Tiergartenstraße“ und „Kaufland“ sind zwar allgemein Reizthemen; als einziger Grund für die negative Innenstadtentwicklung werden sie jedoch nicht gesehen. Eine Kontroverse der Geschäftsleute zu Magistrat und Verwaltung erwächst daraus, dass hinter der städtischen Politik Verknüpfungen von Vorhaben gesehen werden, die zu Lasten des Standorts Innenstadt gehen. Die aktuelle Beschlusslage zu „Kaufland“ wird deshalb weniger als endgültig gesehen denn als ein zeitlich befristetes „Trostpflästerchen“. Es fehlt hier an Vertrauen in die Stadtpolitik.
- Kleine Geschäftsstrukturen, viele inhabergeführter Geschäfte: diese sind zum einen positiv, stellen andrerseits hinsichtlich eines „Änderungsmanagements“ eine Schwierigkeit dar. Positiv ist zu sehen, dass die Verknüpfung von Geschäftsentwicklung und persönlichem Geschick bei inhabergeführten Geschäften ein Potenzial von Energien und Unternehmergeist ist, das in engen persönlichen Kundenkontakt und umfassende Beratung münden kann. Kleine Geschäfte stellen aber in Substanz und Volumen auch eine Schwierigkeit dar, als Risiken nicht gestreut werden können, vor Neuerungen zurückgeschreckt wird oder Risiken (z.B. Kreditaufnahmen wegen persönliche Haftung) gescheut werden. Kleine Geschäftsstrukturen sind weiter ein echtes Erschwernis z.B. bei der Regelung einheitlicher Ladenöffnungszeiten. Hinzu kommen die gegebenen Schwierigkeiten der Geschäftsübergabe an Nachfolger bei kleinen Unternehmen, wodurch tendenziell der Lebenszyklus der Ladengeschäfte mit der Biographie des Ladeninhabers verknüpft ist.
- „Scheuklappen“ in der Sicht auf die Innenstadtentwicklung: die Fragmentierung zwischen Händlern und Gastronomen einerseits, Dienstleistern und Gesundheitssektor andrerseits lässt nicht ins Blickfeld kommen, dass das zweite Standbein der Innenstadt (nach dem Einzelhandel) längst das Gesundheitswesen ist: Apotheken, Ärzte, Therapeuten. U.U. bringen Patienten mehr Frequenz und Umsatz als die Laufkundschaft und Tagestouristen53, vor allem: diese Kundschaft aus der Koppelung von Arztbesuch und beiläufigem Einkauf ist standorttreu.

[53] Die Zahl der Tagestouristen wird vom Amt für Stadtmarketing mit 860.000 Tagesgästen jährlich und einem Brutto-Umsatz von 2,5 Mio € angegeben (Kreisstadt Heppenheim, Der Magistrat, Schreiben des FB 3 vom 21.10.2009). Die Angaben zum Umsatz durch Tagesgäste müssen noch verifiziert werden.

- Als „Platzgeschäft“ wird im Einzelhandel der Anteil des Umsatzes bezeichnet, der aus der lokalen Kundschaft kommt. Im Fall der Heppenheimer Innenstadt müsste man zum Kreis potenzieller Kunden für das „Platzgeschäft“ die öffentliche Verwaltung und die Kunden aus dem innerstädtischen Dienstleistern hinzurechnen. Landratsamt und Stadtverwaltung werden aber von den Einzelhändlern oft als „Beamtenkasernen“ bezeichnet, „die nur Innenstadtplatz wegnehmen“. Insbesondere der Handel scheint nicht zu erkennen, dass hier ein erheblicher täglicher Kundenkreis liegt. Unsere Schätzung geht dahin, dass in der Innenstadt etwa 15 bis 20 % aller Arbeitsplätze in Heppenheim liegen. Das sind bis zu 2.000 potenzielle Kunden werktäglich. Voraussetzung dafür, diesen Kundenkreis zu erschließen, ist, dass man auf diesen orientiert anbietet. Vor allem heißt es, die Ladengeschäfte nicht ausgerechnet zu der Mittagspause der Beschäftigten zu schließen.

Zuletzt noch kurz zur „Zufriedenheit“ mit der Geschäftsentwicklung und dem „Geschäftsklima“, wie sie sich aus den Untersuchungsergebnissen darstellen. Sie ist in den Werten nicht so schlecht, gemessen an der allgemeinen Stimmung unter den Innenstadtgeschäftsleuten wie an Ergebnissen aus anderen Untersuchungen. Zum einen scheint die Kundenfrequenz nicht so steil abzufallen wie anderswo; im Einzelhandel scheint sie auch mehr oder weniger stabil. Zum andern ist die Umsatzbewertung mit der “Note 2,9“ besser als befriedigend[54]. Diese Durchschnittsnote verstellt aber den Blick auf

- die Probleme der Mieter unter den Geschäftsleuten
- das Problem vor allem kleinerer (innovativer?) Gewerbemieter
- das Problem in unterschiedlichen räumlichen Lagen und Branchen und
- dass lang ansässige Unternehmen kaum Wachstum verspüren.

Diese vier Probleme trüben die Stimmung insgesamt ein und lähmen darüber oft auch die individuellen Initiativen.

Die Zusammenfassung der Befragungsergebnisse zeigt, dass über den landläufig bekannten Schwächen der Heppenheimer Innenstadt es eine Reihe von Problemen wie auch Optionen gibt, die praktisch oder im Bewusstsein der Geschäftswelt in den Hintergrund getreten sind. Zu diesen Schwächen gehört einerseits die konservative Haltung bei individuellen geschäftsbezogenen Werbeaktivitäten, die zurücktreten gegenüber den Werbemaßnahmen zugunsten des Standorts Innenstadt durch die Heppenheimer Wirtschaftsvereinigung bzw. Werbegemeinschaft Innenstadt.

Eine weitere Schwäche liegt sicher darin, dass unzureichend auf das Kundenpotenzial der in der Innenstadt Beschäftigten reagiert wird. Ähnlich verhält es sich mit einem tourismusspezifischen Angebot. Auf beide Zielgruppen wäre über das Sortiment hinaus mit einer bei den Ladenöffnungszeiten beginnenden Kundenorientierung zu reagieren.

Schließlich zeigt sich noch eine Uneinigkeit unter den Geschäftsleuten in der Haltung zu Fragen der Stadtgestaltung, Wegebeziehungen, Werbeaktivitäten

Unverkennbar ist jedoch, dass die lokale Ökonomie der Innenstadt – abgesehen von der Gastronomie – ein tourismusspezifisches Angebot nicht bereit hält,

[54] Man müsste ja auch noch einen methodischen „bias“, also eine Verschiebung der Werte in Abzug bringen: „wer nicht klagt ist weder Rechtsanwalt noch Kaufmann.“

und im Bewusstsein der Bedeutung von städtebaulichem Ambiente und Sauberkeit in der Innenstadt. Zu diesen Fragen, in denen es keine einheitliche Position gibt, gehört auch das Verhältnis zu den Gewerbevermietern. Eine gemeinsame Position der lokalen Wirtschaft und das Eintreten in die Verhandlung mit Grundeigentümern gehen über die Frage der Miethöhe und Mietvertragsgestaltung hinaus. Die Notwendigkeit der Steuerung zugunsten eines besseren Branchenmix' und eines „City-Managements", wie sie von der Mehrheit befürwortet werden, aber ebenso für werterhaltende Investitionen in den Gebäudebestand kann durch die Interessensvertretung der Geschäftsleute erfolgversprechender gegenüber Grundeigentümern vermittelt werden als durch die Stadt.

3 Leitbilder und Ziele des IHK

Die Titel der Programme „Aktive Kernbereiche in Hessen“ bzw. das leitende Bund-Länderprogramm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ umgehen es, die Stoßrichtung und das Ziel der Förderung klar zu benennen: es ist die Rettung der „europäischen Stadt“ und des städtischen Lebens als einer Gesellschafts- und Kulturform.

Diese historische europäische Stadt

- **als Raumform,**
- **als politisches Institution**,
- **als Lebensweise**

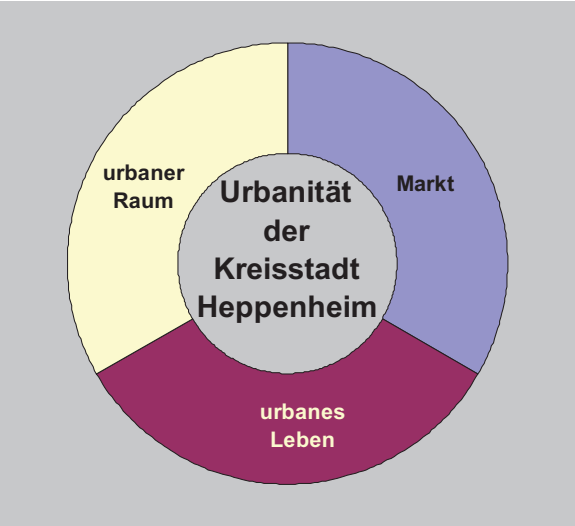
ist durch Megatrends im Umbruch begriffen. Diese Megatrends liegen in der Auflösung der verdichteten Raumstrukturen („Stadt geht in die Fläche“), der Globalisierung der Wirtschaft, dem demographischen Wandel und der Auflösung von traditionellen sozialen (Familien-)Strukturen zugunsten einer fortschreitenden Individualisierung. Damit geht einher die Enträumlichung des Lebens in der Form, dass Beruf, Konsum, Freizeit und Erholung sich immer weniger in einem Ort fokussieren, sondern die Region oder – wenn es um Urlaub geht – annähernd die halbe Welt umfassen.

Das Ziel des Erhalts städtischer Lebensform, das der Entwicklung des Integrierten Handlungskonzepts für den Aktiven Kernbereich Innenstadt zugrunde gelegt wird, ist weniger Ausdruck einer Nostalgie, sondern bezieht sich auf das allgemeinste Kennzeichen von Stadt: die Kommunikation. Sei es in der Funktion der Stadt als Marktplatz, sei es in der Stadt als Treffpunkt, sei es das Wohnen in der Stadt: immer geht es um eine Form der Kommunikation. **Von „Stadt“ zu sprechen ist, wenn diese drei Formen der Kommunikation verdichtet in einem Raum stattfinden** und dieser es zugleich zulässt, zwischen diesen Kommunikationsformen zu wählen und zu wechseln.

Leitlinie für das Integrierte Handlungskonzept für die Heppenheimer Innenstadt ist es deshalb, die Innenstadt für das städtische Leben und die Optionen des städtischen Lebens zu revitalisieren. Revitalisieren heißt dabei, die Möglichkeiten der freien Wahl zwischen der Rolle als Käufer (oder Verkäufer), des Museumsbesuchers, des Flaneurs oder der des Bewohners der Innenstadt.

Wenn es also um **Alleinstellungsmerkmale** geht, die es im Rahmen des Aktiven Kernbereichs zurück zu gewinnen gilt, sind es also zuallererst nicht solche, die sich gegenüber konkurrierenden Städten der Nachbarschaft absetzen. Es sind vielmehr die Alleinstellungsmerkmale gegenüber der eingeschränkten Kommunikation als Merkmal des Dorflebens und des suburbanen Wohnens (als Megatrend).

Urbane Öffentlichkeit und urbanes Leben sind dabei in der **Maßstäblichkeit eines Mittelzentrums mit 26.000 Einwohnern** zu bestimmen. Nicht die Angebotsvielfalt und Anonymität der Großstadt ist die Messlatte, aber auch nicht die wohlige Vertrautheit und Enge des Dorfes. Es geht hierbei auch nicht um das Spektakuläre in Kultur und Unterhaltung, ebenso wenig aber um bloße „Versorgung“ (egal ob mit Waren des täglichen Bedarfs oder der Freizeitgestaltung). Wenn von „Citylight-Effekten“[55] gesprochen wird, durch die eine Anziehungskraft des Ähnlichen zum Vorhandenen ins Zentrum erfolgt, sind auch nicht die Glanzlichter des Broadways gemeint. Es geht um die **Komplettheit der Funktionen** und **angemessene Vielfalt des Angebots** von Waren, Dienstleistungen, Kultur, Freizeit und Geselligkeit.



[55] „Citylight effect“ ist ein Begriff des Nobelpreisträgers für Wirtschaftswissenschaft Joseph Stiglitz und bezeichnet das von ihm entwickelte Modell zur Erklärung dafür, dass es selbst bei gleichen Faktorkosten auf gleichen Warenmärkten zum Austausch kommt. Nach der klassischen Lehre der Faktorkosten müsste nämlich der Handel bei gleichen Faktorkosten zum Erliegen kommen, was er nachweislich nicht tut.

3.1 Oberziele und Leitbilddiskussion

Bei allen analysierten Schwächen und Konkurrenzen gab es in der Zieldiskussion in der Lokalen Partnerschaft Einigkeit, die Position eines Zentrums Heppenheim nicht zugunsten der Großtrends bezüglich Einkaufs- und Freizeitverhalten, Mobilität und Wohnwünschen aufzugeben. Vielmehr war es erklärtes Ziel, in Qualität und Breite der städtischen Funktionen die Besonderheit eines städtischen Zentrums wiederherzustellen und so die Konkurrenzfähigkeit zu den anderen Stadtteilen zu stabilisieren.

Die Erarbeitung des Leitbilds für das Integrierte Handlungskonzept setzte am Ziel der Wiedergewinnung städtischer Öffentlichkeit, von Komplettheit und Dichte an. Ausgehend vom Ergebnis eines Brainstormings[56] mit der Leitthese „Stadt als kybernetisches System“ wurde als Oberziel die Wiedergewinnung des Alleinstellungsmerkmals **„Urbane Innenstadt“** bestimmt.

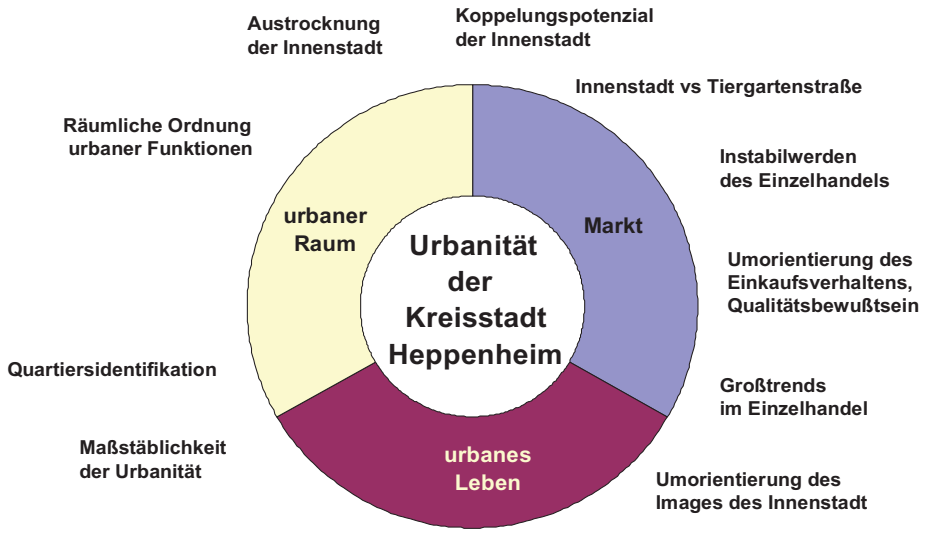
In dieses Oberziel gehen ein sowohl eine **städtische Öffentlichkeit** als

- Waren- und dienstleistungsvermittelter Kommunikation (Handel, öffentliche und private Dienstleistungen, Unternehmensdienstleistungen, soziale Dienste). Leitbild ist hierfür das **„Kaufhaus Innenstadt“** und die Konzentration aller mittelzentrumsspezifischen öffentlichen und privaten Dienstleistungsfunktionen in der Innenstadt
- Soziale und kulturelle Teilhabe an öffentlichem Leben und Kultur. Die Überschrift hierfür ist **„Treffpunkt Innenstadt“** und sowohl durch die Wahlmöglichkeit zwischen verschiedenen Formen der Begegnung und Aktivitäten sowie der Interaktion wie auch die Option auf den Rückzug in das Private.
- Die dritte Komponente des öffentlichen Raums ist schließlich der **„städtische Erlebnisraum Innenstadt“** als Ergänzung zum verdichteten und im unmittelbaren Wohnumfeld beeinträchtigten Wohnen in der Innenstadt. Als Erlebnisraum ist die Innenstadt auch Attraktion für die Bevölkerung aus dörflichen oder reinen Wohngebieten der Stadt und die Besucher Heppenheims.

Wenn hier von einem Alleinstellungsmerkmal „Urbanität der Innenstadt“ gesprochen wird, so gilt dies zunächst einmal zu konkurrierenden innerstädtischen Standorten des Handels, der Dienstleistungen und des Wohnens. Als Gesamtheit sind diese Elemente von urbanem Leben, urbanem Raum und urbanem Markt nirgendwo sonst in der Kreisstadt vorfindlich, auch wenn die Innenstadt Störung und Schwächungen hat. Aufgabe ist es, diese Schwächen und **Störungen des kybernetischen Systems** der Innenstadt zu beseitigen.

[56] Brainstorming mit zur Leitbildentwicklung (Vorbereitung durch Dr. Naumann, FB Stadtplanung und Bauen) am 4.12.2009. TN: Kreisstadt Heppenheim, Herr Dr. Naumann, Herr Eigler, Frau Bormann.

Innenstadt als kybernetisches System von Zusammenhängen und Wechselwirkungen



Viele Bausteine sind zu einer ganzheitlichen Zukunftsperspektive zusammenfügen

Als Alleinstellungsmerkmal in der Region kann diese Komplettheit von Heppenheims Aktivem Kern nur gelten als Unterscheidung zur (gestörten) Urbanität von Mittelzentren im hessischen Ried und des Vorderen Odenwalds. Wie in der Untersuchung im Rahmen des IHK belegt, sind insbesondere in den westlich gelegenen Mittelzentren die Voraussetzungen nicht vorhanden, eine ähnlich qualitätvolle Urbanität im Kernbereich zu entwickeln wie dies durch Abbau von Schwächen in Heppenheim möglich ist.

Als Alleinstellungsmerkmal gegenüber den überwiegend größeren Mittelzentren entlang der Bergstraße kann das Urbanitätsmoment von Markt, Treffpunkt und Öffentlichkeit nicht uneingeschränkt gelten. Zu ähnlich sind sich die Mittelzentren an der Perlenkette der Mittelzentren entlang der Bergstraße, sowohl historisch wie auch in den aktuellen Qualitäten. Im Gegenteil, Heppenheim muss hierbei als anerkannte „Stadt der Feste“ Schwächen im Sektor mittelzentrumsspezifischen Innenstadthandels, des Wohnens und des Wohnumfeldes abbauen und die zentrumsspezifischen Potenziale öffentlicher Dienstleistung und aus dem Gesundheitswesen besser integrieren.

Für alle integralen Bestandteile des Aktiven Kernbereichs – so auch die Diskussion in der Lokalen Partnerschaft - gilt es die Maßstäblichkeit einer Kreisstadt von 26.000 Einwohnern zu wahren und die Qualitäten bis ins Detail stetig weiterzuentwickeln.

Entwicklungsziele Innenstadt Heppenheim

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH

Die Innenstadt soll Heppenheims Zentrum bleiben

Urbanität der Kreisstadt

Funktionsvielfalt und Kopplungspotenzial

Erlebnisraum Innenstadt

deutliche Alleinstellungsmerkmale der Innenstadt in der Stadt

Handlungsfelder	Wohnen	Infrastruktur öffentl. Verwaltung	Handel private Dienstleistung	Kultur / Freizeit	Stadtgestalt	Verkehr
Ziele	qualitätvolles "innerstädtisches Wohnen" als besondere Lebensform	Konzentration von Arbeitsplätzen (und Kunden) in der weiteren Innenstadt	verbesserte Wettbewerbschancen, deutliches "Plus" gegenüber den Großmärkten der Peripherie	"Kulturraum" Innenstadt und "Treffpunkt" Innenstadt	Klärung der Räume, Innenstadt als Äquivalent zur Altstadt	Focus "Zentrum" optimale Fußwegebeziehungen, Klärung der Räume
Grundlagen	Bewohnergruppen Wohnfolgeerfordernisse	Gesamtstädtisches Konzept für die Standorte (Stadtentwicklung)	vollständige Angebotsbreite Qualität statt Quantität Fachkunde Standortqualitäten Aufenthaltsqualitäten	kulturelle Angebote Aufenthaltsqualität Erholungsbereiche	eigene Wertigkeit gestalterische Highlights	der Kunde ist Autofahrer Auffindbarkeit Parkplätze Konzept Fußwege

Oberziele

3.2 Entwicklungsziele

Bevölkerungsstruktur und Wohnen

Entwicklungsziel ist die Stabilisierung der Bevölkerung in Zahl und demographischem Aufbau. Der sozial selektiven Abwanderung und das Ausbleiben eines dauerhaften Zuzugs in der Innenstadt hat als einen Ansatzpunkt die Verbesserung der Wohn- und Wohnumfeldsituation. In der Konkurrenz des Wohnstandorts Innenstadt gegenüber suburbanen Wohnstandorten in der Stadt und der Region sind die Schwächen (fehlende privaten Grün- und qualitätvolle Aufenthaltsflächen, Störungen in der Wohnnutzung) zu beseitigen.

Den Bevölkerungsverlusten des Aktiven Kernbereichs ist entgegenzuwirken durch eine quantitative und qualitative Ergänzung des Wohnungsangebots Zielgruppen können sowohl Singles und junge Haushalte sein, die die Qualitäten eines Lebens in der Innenstadt schätzen. Dort, wo es möglich ist, sollte auch das Marktsegment solcher Familien berücksichtigt werden, die das Wohnen im Geschosswohnungsbau aus Gründen des Lebensstils oder aufgrund begrenzter finanzieller Möglichkeiten schätzen.

Bei der Schaffung zusätzlichen Wohnraums ist zu beachten, dass hierbei ein in Preis und Qualität für Dauermieter attraktiver Wohnraum entsteht. Dabei ist die öffentliche Förderung für den zu schaffenden Wohnraum in Erwägung zu ziehen und das Wohnen von mehreren Generationen unter einem Dach.

Die Innenstadt ist bereits jetzt attraktiv für das Wohnen von Senioren, die das öffentliche Leben der Innenstadt schätzen und denen ein zur Wohnung zugehöriger Garten eher Last als Qualität ist. Diese Wohnungsmarktgruppe wird sich in den nächsten Jahren durch die altersstrukturelle Entwicklung noch vergrößern. Das Ziel altengerechten, selbständigen Wohnens ist bei Modernisierung und Neubau zu berücksichtigen.

Um eine solche soziale Mischung zu erhalten und fortzuentwickeln, ist die Angebotsbreite von Wohnungen nach Größe, Ausstattung, Preis und Wohnumfeldqualität Voraussetzung. In der Innenstadt sind einige Wohnungen aus der Sozialbindung heraus gefallen. Die Schaffung von zusätzlichem Wohnraum im öffentlich geförderten Wohnungsbau ist deshalb zu prüfen.

Sicherzustellen sind die Wohnfolgeeinrichtungen, was vor allem die derzeitigen Defizite speziell im Lebensmitteleinzelhandel, bei den Freiflächen und im ÖPNV betrifft.

Kommunikation und Partizipation

Die Innenstadt ist derzeit geprägt von einer durch Wohneigentum an die Innenstadt gebundenen, stabilen Bevölkerungsgruppe Älterer und einer mobilen Mieterbevölkerung. Die nachbarschaftlichen und kommunikativen Bezüge zwischen beiden Gruppen zu stärken, ist ein Ziel im Handlungsfeld Kommunikation und Beteiligung.

Elemente für diese Stärkung der Kommunikation sind neben Gaststätten, Veranstaltungen und dem bestehenden Seniorentreff vor allem die Aufenthaltsmöglichkeiten im halböffentlichen und öffentlichen Raum sowie die kul-

turellen Angebote. Gerade unter dem Aspekt des Anwachsens des Anteils Älterer sind intergenerative Begegnungsmöglichkeiten von Bedeutung. Es können dies Freizeitangebote sein (z.B. ein intergenerativer Treff mit Internet-Café), Aufenthaltsmöglichkeiten auf öffentlichen Grünflächen und Plätzen und ebenso kulturelle Angebote.

57

Diese Begegnungsmöglichkeiten sind auch interkulturell auszurichten, da wie gezeigt der Anteil der Heppenheimer mit fremden Pass in der Innenstadt deutlich angewachsen ist.

Soziale und kulturelle Infrastruktur und Verwaltung

Oberziel für die Heppenheimer Innenstadt ist, den Vorteil des großen **Kopplungspotenzial**s gegenüber den anderen Stadtteilen (vor allem dem Gewerbegebiet Tiergartenstraße) auszubauen und so - zusammen mit der Altstadt - ein Alleinstellungsmerkmal in der Stadt deutlich werden zu lassen.

Ebenso wie das Einzelhandelsangebot und die Angebote für Freizeit und Tourismus betrifft dies für die Heppenheimer die Verwaltung und die kulturelle und soziale Infrastruktur.

Ein Großteil der Verwaltung von Stadt und Kreis befinden sich bereits hier. Ziel ist, diese und neue Verwaltungsbereiche in Zukunft gesamtstädtisch in der Innenstadt zu halten und zu konzentrieren, sei es auch in den an das Untersuchungsgebiet angrenzenden Bereichen.

Dasselbe gilt für soziale und kulturelle Infrastruktur, die – sofern sie nicht explizit einem Wohngebiet zugedacht sind, sondern gesamtstädtisches Ange-

57 Vor“bild“ für den Graben: Stühle im Jardin du Luxembourg in Paris

bot sein sollen, Platz finden können - in einem der Neubauten oder durch Umnutzung und Sanierung aufgewerteten Leestandsetagen.

Lokale Ökonomie

Ziel für die lokale Ökonomie ist die Wiedergewinnung eines innenstadtspezifischen Angebots an Waren, öffentlichen und privaten Dienstleistungen und des Gesundheitswesens und die Verknüpfung dieser Bereich zu einem „Kaufhaus Innenstadt".

Dieses Kaufhaus Innenstadt setzt sich gegenüber nicht integrierten, monofunktionalen Standorten ab durch die Dichte und Vernetzung der Angebote. In dieses Merkmal des Innenstadtspezifischen gehen ein als Ziel

- die Komplettheit im Sortiment
- die Vielfalt der Angebote
- die sich in Qualität von Ware und Präsentation, Kundenorientierung und Service absetzende Händlerleistung.

Ziel des „Kaufhauses Innenstadt" ist die Unverwechselbarkeit in Angebot und Ambiente und **über die Geschäftsbeziehung hinausreichend die Koppelung von Erlebnisqualitäten der Innenstadt und Altstadt in Freizeit und Kultur**.

Damit kann sich der Waren- und Dienstleistungsmarkt der Innenstadt gegenüber der Konkurrenz auf der „grünen Wiese" abheben. Eine der Voraussetzung hierfür ist, die Erdgeschossebenen und Schaufenster für publikumswirksame Angebote zu nutzen, um die Angebotsvielfalt, die die „Center" qua Namen versprechen, im „Kaufhaus Innenstadt" als Gesamtheit vorzuzeigen.

Ein weiteres Element hierfür ist die erheblich stärkere Präsentation von Spezialitäten und Heppenheim- und regionsspezifischen Produkten. Nur auf diesem Wege kann es gelingen, die Kaufkraft der heimischen Bevölkerung besser am Standort Innenstadt zu binden und das bislang unausgeschöpfte Potenzial der vielen (Tages-)Touristen als Kunden in der Innenstadt zu gewinnen.

Zu dieser Qualität des Innenstadtangebots gehört auch, in der Gastronomie ein breiteres Publikum speziell im Segment gehobener kulinarischer Ansprüche anzusprechen.

Tourismus

Heppenheim hat mit seiner Altstadt und der Einbettung in den Landschaftsraum das Potenzial, über die Bustouristen aus der Region hinaus auch internationale Gäste zu interessieren. Die Nähe zu Heidelberg, Frankfurt und dem Rheintal begünstigt hier Vernetzungen im Rahmen eines regionalen Tourismuskonzepts. Dieses könnte zum Gegenstand haben Baukultur, Weinbaukultur und Kulturlandschaft. Das Alleinstellungsmerkmal Heppenheims könnte eben darin liegen, dass es der massentouristischen Überlaufenheit der deutschen Zentren im internationalen Tourismus („Visit Heidelberg, Neuschwanstein, Dresden within three days"…) die Behaglichkeit und Beschaulichkeit einer alten Kleinstadt gegenüberstellt, vielleicht sogar ver-

bunden mit speziellen Lernangeboten (Sprachkurse, Weinseminare, Kochkurse usw.) und kulturellen Programmen in der Region.

Voraussetzung hierfür ist jedoch neben einem entsprechenden Marketing, dass Gastronomie und Hotellerie einem nationalen und internationalen Publikum etwas zu bieten haben bis hin zum Service in Wegweisungen und Speisekarten in fremden Sprachen.

Die Touristen, die sich für Heppenheim interessieren, steigen in Untersuchungsgebiet aus ihren Pkws und aus den Bussen und laufen durch die Straßen des Zentrums zur Altstadt. In der Vergangenheit wurde nicht viel Augenmerk auf die Touristen im Zentrum gerichtet (außer in der Altstadt selber), da es sich in den meisten Fällen nur um kurze Besuche in der Stadt handelt und an so einem Etappenziel statistisch nicht viel Geld ausgegeben wird. Vom Gesamteindruck, den diese Besucher von der Stadt mitnehmen, ist aber abhängig, ob sie bei Gelegenheit wiederkommen oder ihren Aufenthalt verlängern. So ist es Ziel, diese Gruppe von Kunden durch gestalterische Verbesserungen die Angeboterweiterung für den „Markt Innenstadt“ hinzuzugewinnen.

Baustruktur und Stadtgestalt

Von der Altstadt mit ihrer gelungenen Sanierung profitiert auch das Zentrum, aber hier sollte ein Äquivalent geschaffen werden, sowohl aus der aus der innerstädtischen Nutzung, aber auch aus etwas mehr Gestaltqualität bildet. In Ergänzung des „Markts“ Innenstadt ist eine **qualitätvolle Gestaltung** des Stadtraums ein wichtiger Beitrag zum Erfolg des „Erlebnisraums“. Die Bestandsanalyse hat eine Anzahl auch gestalterischer Schwächen dieses Zentrums aufgezeigt, deren Beseitigung (neben den Angeboten für Kultur und Freizeit) ein wichtiger Schritt in Richtung **mehr Urbanität und Identifikation** ist.

Neben der Verbesserung der Gestaltung geht es in Heppenheim auch um die **Klärung der Räume**. Private Bereiche auf der einen Seite und öffentlicher Kommunikationsraum müssen deutlich unterscheidbar sein, um die Funktionen Wohnen und Einzelhandel vereinbaren zu können. Verkehrsräume und Aufenthaltsräume haben so unterschiedliche Voraussetzungen, dass sie in engen Straßen kaum nebeneinander funktionieren. Funktionsbereiche der Einzelhandelsfunktion können nicht gleichermaßen öffentliche Marktfunktionen haben.

Straßen und Verkehr

In Bezug auf die Erschließungssituation gibt es im Untersuchungsgebiet keine großen Defizite; es gilt eher neu zu organisieren und zu ergänzen. Aus der gesamtstädtischen Betrachtung ist vor allem der Fokus mehr auf die Innenstadt zu richten (Beschilderung und Parkplatzausweisung) als auf Gewerbegebiete und -betriebe.

Da das Untersuchungsgebiet nur ein Teil der Innenstadt ist, im Norden und im Westen aber von stark befahrenen Bundesstraßen begrenzt wird, ist ein wichtiges Ziel, vor allem aus diesen Richtungen die Fuß- und Radwegeverbindungen zu verbessern.

4 SWOT-Analyse

4.1 Heppenheim in der Region - SWOT-Analyse der Gesamtstadt

Die SWOT-Analyse für die Gesamtstadt Heppenheim ergibt ein überwiegend von Stärken und Potenzialen gezeichnetes Bild. Die Stärken liegen in der Lage, der Verkehrs- und Bildungsinfrastruktur, der Beschäftigungssituation, dem hochqualifizierten Humankapital, den Bindungen von Bevölkerung und Beschäftigten an die Stadt und Region sowie den Wohn- und Freizeitqualitäten in Heppenheim und den sich von dort aus in beiden Metropolregionen erschließenden. Insbesondere ist als Stärke die hohe Arbeitsplatzzentralität zu sehen, die Heppenheim einnimmt. Diese ist insbesondere zu betonen, als der Sektor Wirtschaft ausdifferenziert ist und deshalb geringeren strukturellen Gefährdungen ausgesetzt ist.

Nicht zuletzt sind die Funktionen einer Kreisstadt Komponenten einer **stabilen Entwicklung** und Wahrnehmung von ausbaufähigen Zentrumsfunktionen.

Bei diesem überwiegend positiven Bild für die Gesamtstadtsituation ist aber auch zu berücksichtigen, dass Heppenheim als nach der Einwohnerzahl kleinstes Bergstraßenmittelzentrum in starker Konkurrenz steht. Die für die Wirtschaft in den infrastrukturellen Qualitäten kaum unterscheidbaren Kommunen im westlichen Südhessen und nördlichen Baden bewirken eine hohe Standortunabhängigkeit der Privatwirtschaft in der Region. Hinsichtlich dieser Standortfaktoren hat keines der Mittelzentren an der Bergstraße ein Alleinstellungsmerkmal, und bei ohnedies gegebener hoher Mobilität folgen die Beschäftigten den sich auf dem regionalen Arbeitsmarkt bietenden Gelegenheit und Chancen. Den räumlichen Mustern der hohen Berufsmobilität wiederum folgen die des Konsums und der Freizeitgestaltung nach.

Unverkennbar ist jedoch, dass sich in den letzten Jahren im Gefüge der Mittelzentren an der Bergstraße als Ergebnis von Stadtpolitiken, dem Wirken der Regionalplanung und privaten Standortentscheidungen Profilierungen ergeben haben, die in der Konkurrenz zu Standortattributen um Unternehmen und Kaufkraft geworden sind und die als **Imagefaktoren** dem Mittelzentren zugeschrieben werden. Ein Beispiel hierfür ist Viernheim als „Einkaufsstadt“ (auch wenn genau besehen hinter diesem Attribut nur das Rhein-Neckar-Zentrum steht) und Bensheim als „wirtschaftsfreundliche Stadt“ (z.B. durch das ranking der der IHK Darmstadt der Mittelzentren). Ob berechtigt oder nicht, solche Imagefaktoren sind ein Moment in der Entwicklungsdynamik, weil sie Standortentscheidungen in Wirtschaft und Gesellschaft beeinflussen.

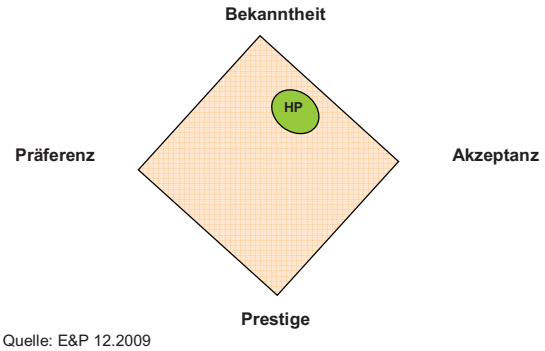
Die Kreisstadt Heppenheim hat innerhalb eines solchen Wettbewerbs **Defizite im Stadtimage**. „Weinstadt“, „Zentrum öffentlicher Verwaltung“ aber auch „Stadt der Feste“ sind Prädikate, die in einem Stadtmarketing zwar Bekanntheit vermitteln; sie sind aber nicht zwingend prestigeträchtig. Man kann zur Sinnhaftigkeit eines Stadtmarketing über Prädikate, Labels und Marken durchaus geteilter Auffassung[58] sein, ebenso beim Bemühen von echten o-

[58] Vgl. hierzu die sehr kritischen Anmerkungen von Albrecht Göschel, Stadt und Region im Umbruch, SRL-Tagung, 10. Oktober 2006,

der vermeintlichen Alleinstellungsmerkmalen von Städten in der Stadtmarketing-Konkurrenz. Jedoch sind diese Prädikate ein Moment in der Interkommunalen Konkurrenz vor allem dann, wenn sich weder in den harten, infrastrukturellen Standortfaktoren noch in den „weichen Standortfaktoren“ Niveauunterschiede finden.

Über das Image und Prestige verblassen die tatsächlichen Stärken der Kreisstadt Heppenheim – seien es die der Arbeitsplatzausstattung, der Wirtschaftsleistung oder Wohn- und Freizeitqualitäten. Man könnte von einer „Statusinkonistenz“[59] sprechen. Und ähnlich wie bei individuellen Statusinkonsistenz dies zu Frustration und Unzufriedenheit führt, tut sie dies auch bei Kommunen im interkommunalen Wettbewerb[60].

Das magische Viereck eines Stadtimages
Versuch der Verortung des Images der Kreisstadt Heppenheim zwischen Bekanntheit, Akzeptanz, Prestige und Präferenz



Quelle: E&P 12.2009

Das nebenstehende Diagramm will zeigen, dass ein Image ganz unterschiedliche Komponenten hat und ein Imageproblem unterschiedliche Formen haben kann. In einer vereinfachten (Fremd-)Sicht[61] könnte man die Stadt Heppenheim im Kreis der Bergstraßenmittelzentren beschreiben als eine hochbekannte, akzeptierte Stadt, jedoch mit relativ geringem Prestige und Präferenz.

http://www.petrakellystiftung.de/fileadmin/user_upload/newsartikel/PDF_Dokus/Impulsreferat_Goeschel.pdf .
Sie beziehen sich auf die Selbststilisierungen oder landesfürstlich verliehenen Prädikaten von Städten in der interkommunalen Konkurrenz als “Wissenschaftsstadt” (DA; HD, UL, Straubing), Gesundheitsstadt (Fürth, E, B, MS, Bad Nauheim), „Medizinstadt“ (Erlangen) usw.. Göschel sieht unter den Bedingungen schrumpfender Bevölkerung und stagnierenden wirtschaftlichen Wachstums die Gefahr, dass sich die Kommunen kannibalistisch zerfleischen. Er nennt dies Reaktionen auf eine in Bevölkerung und Wirtschaft schrumpfende Gesellschaft „Revisionskonzepte des wohlfahrtsstaatlichen Konsenses“. Sie liegen tendenziell immer dann vor, wenn sich eine Kommune oder Region als „Unternehmen in der kommunalen oder regionalen Konkurrenz versteht, sich also verhält wie ein privatwirtschaftliches Unternehmen, das in seinem Markt- und Konkurrenzverhalten auf die Schädigung des Konkurrenten bis zu seiner Eliminierung sinnt oder diese doch billigend in Kauf nimmt.“

[59] Statusinkonsistenz bezeichnet in den Sozialwissenschaften die Situation, wenn bei Personen oder Personengruppen Einkommen, Ansehen/Bildung und soziale Ehre unterschiedlich hoch sind. Ein Beispiel hierfür wäre der „arbeitslose Akademiker“, ein anderes der Profi-Fußballer, der „reiche Gebrauchtwagenhändler“ – oder, im Zuge der Finanzmarktkrise des letzten Jahres – der „Investmentbanker“ (dessen „soziale Ehre“ eingebrochen ist).. Statusinkonsistenz gilt in den Gesellschaftswissenschaften als eine Quelle von Frustration, Stress und Desintegration, insofern die Betroffenen versuchen, die Diskrepanzen der Komponenten des sozialen Status aufzulösen.

[60] Ein Beispiel hierfür wäre die Stadt Frankfurt, deren Image bis in die 80er Jahre von der Gleichsetzung „Frankfurt = Bankfurt = Krankfurt“ geprägt war. Gegen dieses Imagedefizit richteten sich verschiedene Initiativen aus Stadtplanung und Stadtkultur, um beginnend mit dem Wiederaufbau der Alten Oper, Stadtsanierungsmaßnahmen, dem Bau von Museen und der Museumsuferzeile, der Rückgewinnung des Flusses in das Stadtgeschehen usw. eine neue Identität zu schaffen. Sie waren in der Summe erfolgreich.

[61] Fremdsicht und Selbstsicht müssen nicht übereinstimmen. Aus verschiedenen Materialien zum Wirtschaftsstandort Heppenheim geht hervor, dass die Selbstsicht der Heppenheimer (Bevölkerung, Wirtschaft) eine viel kritischere ist als die der Besucher, Kunden und Passanten.

4.2 SWOT-Analyse des Aktiven Kernbereichs Innenstadt

4.2.1 Erarbeitung der SWOT-Analyse in der Lokalen Partnerschaft

Der SWOT-Analyse für den Aktiven Kernbereich Innenstadt wurden als Input für die Diskussion und Wertung in der Lokalen Partnerschaft strukturierte Materialen eingebracht. Sie zeigen neben einigen Stärken eine Reihe von Schwächen und Risiken auf:

- Zuerst sind hier die langjährigen Schwächen der Heppenheimer Innenstadt in der Entwicklung der lokalen Wirtschaft zu nennen. Sie bestehen in defizitärem Branchenmix und Angebotsbreite, geringer Kunden- und Kaufkraftbindung und einer sich in hoher Fluktuation äußernden Instabilität von Betrieben, vor allem aber auch fehlenden Koppelungen innerhalb des Handels, zur Gastronomie, zu den unternehmensbezogenen und öffentlichen Dienstleistungen und der Ausschöpfung der Potenziale aus dem (Tages-)Tourismus.
- Zu diesen Schwächen kommen solche aus diskontinuierlicher Bauentwicklung und Gestaltungsmängeln, die einen die Innenstadt (im Gegensatz zur Altstadt) als städtischen Raum ohne Flair wahrnehmen lassen. Verschiedene Situationen in der Innenstadt sind grob missständlich (z.B. das Metzendorf-Gebäude, der Leerstand in der Starkenburg-Passage auch in den gewerblich genutzten Obergeschossen) und strahlen stark negativ aus. Zusammen mit einem sehr eigenbrötlerischem Handeln von Grundeigentümern liegen hierin schwere, aber behebbare Schwächen der Innenstadt.
- Auf die Innenstadt wirken als Risiken Großtrends mit dem Zug zur „grünen Wiese“ – sowohl im Handel wie bei der Wohnbevölkerung. Diese Großtrends sind „von innen heraus“, mit den Mitteln der Innenstadt, der Stadt und des Programms Aktive Kernbereiche nicht umkehrbar.
- Dem sind die spezifischen Qualitäten, die die Innenstadt hat oder wiedergewinnen kann, entgegenzusetzen. Sie liegen in der Diversität z.B. beim Wohnen und die Wahlmöglichkeiten der Stadträume.

4.2.2 Risikofaktoren und Potenziale

In der Analyse der Stärken und Schwächen des Aktiven Kernbereichs Innenstadt und der Potenziale und Risiken aus dem Umfeld wurden aus den vorangegangenen Untersuchungen folgende wesentliche Faktoren identifiziert.

- **Innere Schwächen**
  - **städtebaulich**

u. a. geringe Aufenthaltsqualitäten, Leerstände, mangelhafter Erhaltungszustand, Defizite in der Nahversorgung, Gestaltungsmängel, fehlende Wohnumfeldqualitäten und Freizeitangebote

  - **gewerblich und immobilienwirtschaftlich**

Defizite in Branchenmix und Angebot, Imagedefizite als Einkaufsstandort, fehlende Repräsentanz in der Stadtpolitik, fehlendes Mietmanagement

- **Innere Stärken**
    - **städtebaulich**

Altstadt als „Aushängeschild“, hoher Wohnanteil, Innenstadt als „Treffpunkt“. Leerstände als Potenzial für Nutzungsergänzungen, hohe Zahl von Tagestouristen

    - **gewerbliche und immobilienwirtschaftlich**

Öffentliche Zentralfunktionen und Gesundheitswesen als „weitere Standbeine“, Funktionsmischung, Veranstaltungen und Events, Engagement und Initiativen lokaler Akteure

- **Risiken aus der Umwelt für die Innenstadt**

Einkaufszentren in Region und Stadt, Standortkonkurrenzen, Großtrends aus der Änderung und der Polarisierung des Konsumverhaltens, Sogkraft der Oberzentren, Großtrends im Wohnverhalten

- **Chancen aus der Umwelt für die Innenstadt**

Positives Image der Stadt und der Region, Lage-, Verkehrsgunst und wirtschaftliche Stärke der Region, Standortqualitäten für innovative Unternehmen und die Freizeit- und Naherholungsqualität

Zusammen mit den Materialien aus den vorangegangenen Untersuchungen wurden in der Lokalen Partnerschaft diese die Innenstadtentwicklung bestimmenden Faktoren diskutiert, gewertet und gewichtet[62]. Ziel dessen war, einen Konsens zu erzielen über die wesentlichen Faktoren der Innenstadtentwicklung und daraus – der Methodik der SWOT-Analyse folgend – einen **Strategietyp** zu bestimmen. Sowohl in der quantitativen Betrachtung in einer Auszählung der für die Innenstadtentwicklung maßgeblichen Faktoren wie in der Wertung ergab sich eine **Dominanz der inneren Schwächen**. In diesen inneren Schwächen wurden auch die Gründe gesehen, dass die Stärken und Potenziale in der Innenstadtentwicklung der Vergangenheit nicht zum Tragen kommen konnten.

Die auf die Innenstadt einwirkenden Risiken wurden als Großtrends der Zentralisierung und des Verbraucherverhaltens angesehen, gegen die mit den vorhandenen Mitteln keine erfolgreiche Verteidigungsstrategie bestehen könnte.

Aus dieser mit den Mitgliedern der Lokalen Partnerschaft entwickelten SWOT-Analyse ergab sich eine Übereinstimmung, dass der den Aktiven Kernbereich Innenstadt leitende Strategietyp davon bestimmt sein sollte, die **vorhandenen inneren Schwächen zu beseitigen**, um dadurch erst die Potenziale aus dem Umfeld nutzen zu können.

[62] In der Diskussion wurden dabei verschiedene Einflussfaktoren als ambivalent bezeichnet, also sowohl als Schwäche wie auch Stärke. Beispiele hierfür sind das Fehlen eines Frequenzträgers in der Innenstadt und großer Gewerbeflächen. An beiden Beispielen wurde diskutiert, dass dies auch eine Chance für eine kleinteilige Entwicklung sein könne, die Qualitäten, Flair und Service in den Mittelpunkt stellt und genau hierdurch ein Alleinstellungsmerkmal gewinnt („Lustkauf“ statt „Muss-Kauf“).

Kreisstadt Heppenheim - Aktiver Kernbereich Innenstadt
SWOT-Analyse: Stärken/Schwächen/Chancen/Risiken

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH

Sitzung der Lokalen Partnerschaft am 27.11.2009

TO-Punkt SWOT-Analyse

Ergebnis der Befragung der Lokalen Partner zu Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken der Innenstadtentwicklung

Innere Stärken:	84 Nennungen
Innere Schwächen:	113 Nennungen
Entwicklungschancen:	42 Nennungen
Entwicklungsrisiken:	37 Nennungen

Interne Analyse - innere Stärken und Schwächen der Innenstadt

Innere Stärken

städtebauliche Stärken
Altstadt als "Aushängeschild" der Innenstadt
Innenstadt als Treffpunkt
hoher Anteil des Wohnens in der Innenstadt
Leerstände als Raum für ergänzende Nutzungen
nachbarschaftliche Nähe, "sich Kennen"

gewerbliche + immobilienwirtsch.Stärken
Gesundheitswesen als "zweites Rückgrat"
Zentrumsfunktionen, zentralörtliche Einrichtungen
Feste/Events in der Innenstadt/Altstadt, Tourismus
hoher Anteil inhabergeführter Läden
Mischung von Funktionen
Initiativen und Engagement lokaler Akteure

Innere Schwächen

städtebauliche Schwächen
wenig Aufenthaltsflächen ohne Konsumdruck
Leerstände, z.T. mangelhafter Erhaltungszustand
Defizite der Nahversorgung
verhärtete Verhandlungen bei Schlüsselgrd.stücken
fehlende Integration Altstadt - Innenstadt
Gestaltungsdefizite der Innenstadt
fehlende Wohnumfeldqualität (Grün)...
kaum Freizeitangebote (Kultur, Sport, Kinderspiel ...)

gewerbliche + immobilienwirtsch. Schwächen
langjährige Leerstände
Defizite im Branchenmix und Angebot
fehlende Repräsentanz in der Stadtpolitik
Imagedefizite als Einkaufs"zentrum"
Defizite im Mietmanagement bei Gewerbeflächen
z.T. hohe Gewerbemieten

externe Analyse - Umgebungseinflüsse

Entwicklungschancen

Positives Image von HP und Bergstraße
Lage- und Verkehrsgunst
wirtschaftliche Stärke der Region
Standortqualitäten für innov. Unternehmen
Freizeit und Naherholungsqualität
soziale Stabilität und Branchenvielfalt

Strategietyp
Chancen ergreifen

Strategietyp
Schwächen eliminieren

Entwicklungsrisiken

Einkaufszentren in Region und der Stadt
"Entwicklungsbrei" - Standortkonkurrenz
Änderungen des Konsumverhaltens
Sogkraft der Oberzentren
Polarisierung des Konsums
Knappheit an Entwicklungsflächen

Strategietyp
Risiken durch Stärken abwehren

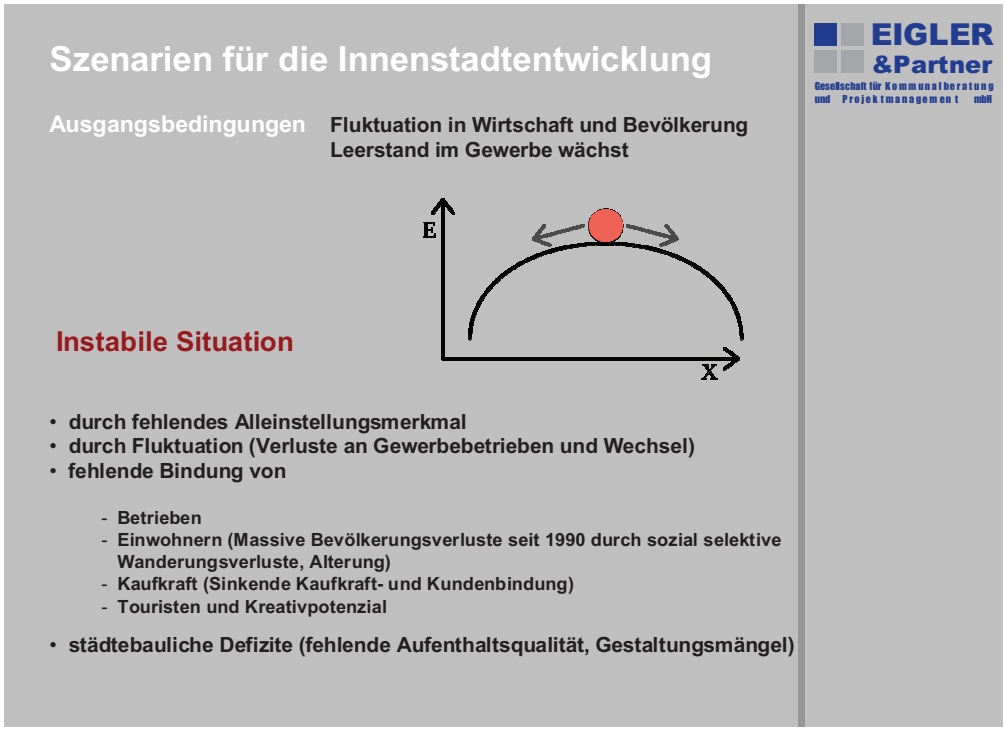
Strategietyp
Verteidigungsstrategien

Daraus folgt als **Konsequenz für alle Strategieüberlegungen**, dass es nicht darum gehen kann, die Innenstadtentwicklung konkurrierend zu den Vorstadtsiedlungen und nicht integrierten Einkaufszentren zu konzipieren, sondern unter Aktivierung der inneren Stärken und Potenziale und des Abbaus von Schwächen die Diversität und Unterscheidbarkeit als andere, besondere Qualität der Innenstadt herauszustellen. Es ist also primär der **Strategietypus des „Schwächen eliminieren“,** der für die Innenstadt angezeigt ist.

In der Wertung zeigte sich zudem, dass die städtebaulichen Schwächen genauso hoch eingeschätzt wurden wie die im Feld der lokalen Ökonomie und der örtlichen Immobilienwirtschaft liegenden. Ein Handlungskonzept sollte deshalb beide Felder gleichgewichtig bearbeiten.

4.2.3 Szenarien der Entwicklung und Strategien

Ausgangspunkt für die Entwicklung eines Szenarios[63] einer wünschenswerten und realisierbaren Zukunft war die Beschreibung der Innenstadt als einer **instabilen Situation**. Die Instabilität resultiert aus fehlenden Alleinstellungsmerkmalen in der Konkurrenz zu anderen Innenstädten, der Fluktuation und Unbeständigkeit in der Wirtschaft und der fehlenden Bindungen an das Gebiet bei Betrieben und Bevölkerung.



[63] Die Szenariotechnik war in der Lokalen Partnerschaft aus der „Zukunftswerkstatt“ aus 2006 bekannt. In Erinnerung gebracht wurde einleitend der Unterschied zwischen einem „Zukunftswunschbild“ und einem „Szenario“ als einem in Abwägung aller Voraussetzungen aus der SWOT-Analyse realisierbarem Leitbild.

In der Erarbeitung eines Vorzugsszenarios wurden in der Diskussion drei Szenarien vorgestellt, die unmittelbar auf den Ergebnissen der SWOT-Analyse aufbauten. Ausgehend von einem Konsens für eine Strategie „Schwächen beseitigen“, stellte sich die Aufgabe, dies in ein Handlungskonzept zu überführen.

- Das **Szenario 1 „Schlittenfahrt“** beschreibt dabei eine Entwicklung, bei der im Wesentlichen eine nur von Marktteilnehmern und Marktkräften gesteuerte Entwicklung ohne eine stringente planerische und politische Steuerung einsetzt. Dieses Szenario einer Unentschiedenheit führt – so die übereinstimmende Auffassung – notwendigerweise zum weiteren Niedergang der Heppenheimer Innenstadt. Das Szenario „Schlepplift“ beschreibt eine mögliche „Container-Strategie“, bei der darauf gesetzt wird, durch einige wenige aufwändige Großprojekte (Einzelhandelsansiedlung, Suche nach Frequenzträgern für die Vermietung der Metzendorf-Immobilie) Impulse zu setzen, in deren Kielwasser sich gleichermaßen die übrigen Entwicklungsprobleme ohne weiteres steuerndes Zutun lösen. Dieses Szenario hat einen Schwerpunkt in den Maßnahmen zur Stärkung der lokalen Ökonomie.

Szenario 1: „Schlittenfahrt“

EIGLER &Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH

Initiative / Maßnahme:	**keine „Laisser faire“**
Unmittelbare Folgen:	**weiterer Qualitätsverlust im Handel Rückzug lokaler Wirtschaft auf Insellagen Konzentration des Einzelhandels in der Tiergartenstraße Abwanderung Dienstleistungen (OG-Nutzungen) Umwandlung von Büros in Kleinwohnungen**
Weitere Folgen:	**Desinvestition in die Immobilien Zuzug „anspruchsloser“, mobiler Bevölkerungsgruppen Veränderung der sozialen Struktur, Mobilität und Anonymität Engagement für Stadtteil erlischt**
Folgen für die Stadt:	**Heppenheims urbaner Kern schmilzt ab auf „Altstadt-Museum“ Verlust an zentralörtlicher Bedeutung Wirtschaftliche Verluste Imageverluste Wachsender Unmut**

- Das Szenario „Schlepplift“ beschreibt eine mögliche „Container-Strategie“, bei der darauf gesetzt wird, durch einige wenige aufwändige Großprojekte (Einzelhandelsansiedlung, Suche nach Frequenzträgern für die Vermietung der Metzendorf-Immobilie) Impulse zu setzen, in deren Kielwasser sich gleichermaßen die übrigen Entwicklungsprobleme ohne weiteres steuerndes Zutun lösen. Dieses Szenario hat einen Schwerpunkt in den Maßnahmen zur Stärkung der lokalen Ökonomie.

Szenario 2: „Schlepplift“

Initiative / Konzept: „Container-Strategie“
Akquisition von Frequenzträgern (Ansatzpunkte Metzendorf und Lebensmittel-EH)

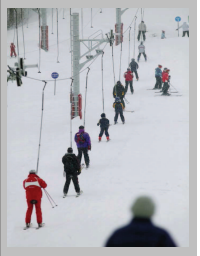
Voraussetzung:
Planerische Rahmenbedingungen
Förderung, Subvention
Beseitigung gestalterischer Missstände

Folgen bei Gelingen:
Frequenz, Kaufkraftbindung
Zentralitätsgewinn durch Magnetwirkung
Lagequalität für kleine Einzelhändler steigt
verbesserte Versorgung für Bevölkerung

Folgen für die Stadtteilentwicklung

Stadt bindet sich langfristig an Investoren
⇨ planerisch
⇨ in Ressourcen
Stadt gibt Einfluss ab an
⇨ Grundeigentümer
⇨ nichtörtlicher Investoren und Betreiber
Erfolg nicht garantiert

EIGLER &Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH



- Das dritte Szenario ist überschrieben mit dem eines beschwerlichen „Aufstiegs zu Fuß“, bei der in einer Vielzahl von z.T. kleinen Schritte über viele Handlungsfelder hinweg sukzessive Verbesserungen eingeleitet werden, die zusammen Koppelungseffekte und Synergien ergeben. Dieses Szenario bedeutet nicht, dass die Großprojekte einer „Container-Strategie“ unbearbeitet blieben, sondern dass die Ressourcen an Planungen, Finanzmitteln und Personal breiter gefächert zu disponieren und einzusetzen sind. Hinsichtlich der

Szenario 3: „beschwerlicher Aufstieg“

Initiative / Konzept:
Strategie der kleinen, aber konsequenten Verbesserungsschritte

Voraussetzungen:
Gesamtkonzept
Einschränkungen als Qualität und Potenzial erkennen
Priorität auf Beseitigung offensichtlicher Mängel
⇨ Gestaltung und Atmosphäre
⇨ Wohnumfeld
mit den vorhandenen Akteuren und Ressourcen arbeiten

Folgen bei Gelingen:
erwachende Innenstadt - urbanes Leben
Qualitätselemente für Bewohner und Gäste
Frequenzzuwachs für Wirtschaft und Infrastruktur
⇨ aus Qualität mehr Alleinstellung
Lagequalität steigt
⇨ Chancen für „small economy“

Folgen für die Stadtteilentwicklung
Priorität Stadtkern: Stadt bindet sich langfristig an Innenstadtkonzept
Risiko des Scheiterns besteht, aber:
> geringer in Wahrscheinlichkeit
> begrenzt im Umfang (Kosten, einzelne Handlungsfelder…)

EIGLER &Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH

Integration von Maßnahmen über die verschiedenen Handlungsfelder hinweg verspricht dieses Szenario den umfassendsten Ansatz.

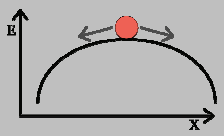
In der Diskussion in der Lokalen Partnerschaft wurde das Szenario 1 verworfen als bloße Fortführung des bisherigen Geschehens, in der die Innenstadt gegenüber der Altstadtsanierung nachrangig behandelt und ohne durchgängiges, integriertes Konzept verfolgt worden sei.

Die Diskussion des Szenarios 2 der Containerstrategie nahm breiteren Raum ein. Zentrale Diskussionspunkte waren dabei der Faktor und Effizienz, verspricht dieser Ansatz doch eine kurzfristige Lösung. In Abwägung hierzu steht in Kenntnis der Rahmenbedingungen der gewerblichen und der Immobilienwirtschaft, dass dieser Ansatz von einigen wenigen zentralen Akteuren bestimmt werde und in sich ein hohes Risiko des Scheiterns beinhalte. Zudem würde eine Entscheidung dauerhaft finanzielle und personelle Kapazitäten binden; ein Ausstieg und Anpassung an veränderte Rahmenbedingungen sei dadurch nicht mehr möglich.

Szenarien für die Innenstadtentwicklung

Szenario 1: „Schlittenfahrt“

Szenario oder Trendprolongation?
„nicht denkbar“ - keine wünschenswerte Zukunft



Unentschiedenheit führt zum Szenario „von jetzt an geht‘s bergab“

Szenario 2: „Schlepplift“

mögliche Strategie
viele Voraussetzungen erfordert Entscheidung
irreversibel

schnelle, elegante Lösung
große Schritte
löst viele Probleme mit einem Schlag,
aber einige Probleme bleiben
erzeugt große Abhängigkeiten und Bindungen
Realisierung ist riskant und teuer
verbaut Optionen

Szenario 3: „Aufstieg zu Fuß“

mögliche Strategie
Voraussetzungen z.T. gegeben
setzt Entscheidung voraus

beschwerlich, dauert lang
Kooperations- und Koordinationsarbeit
löst Probleme nur schrittweise
„offenes Konzept“
keine Erfolgsgarantie
Aber auch:
kein vollständiges Scheitern
spricht viele Zielgruppen an
Chancen können ergriffen werden

„Lotto“ ⇔ „Arbeit“ ?
Risiken ⇔ Einsatz ?

Dieses Risiko eines Scheiterns unter hohem Ressourceneinsatz im Szenario 2 war schließlich ausschlaggebend für eine Entscheidung zugunsten des Szenarios 3 „mühsamer Aufstieg“, bei dem viele kleine Bausteine beharrlich und stetig zur Beseitigung der Schwächen der Innenstadt zusammenzuset-

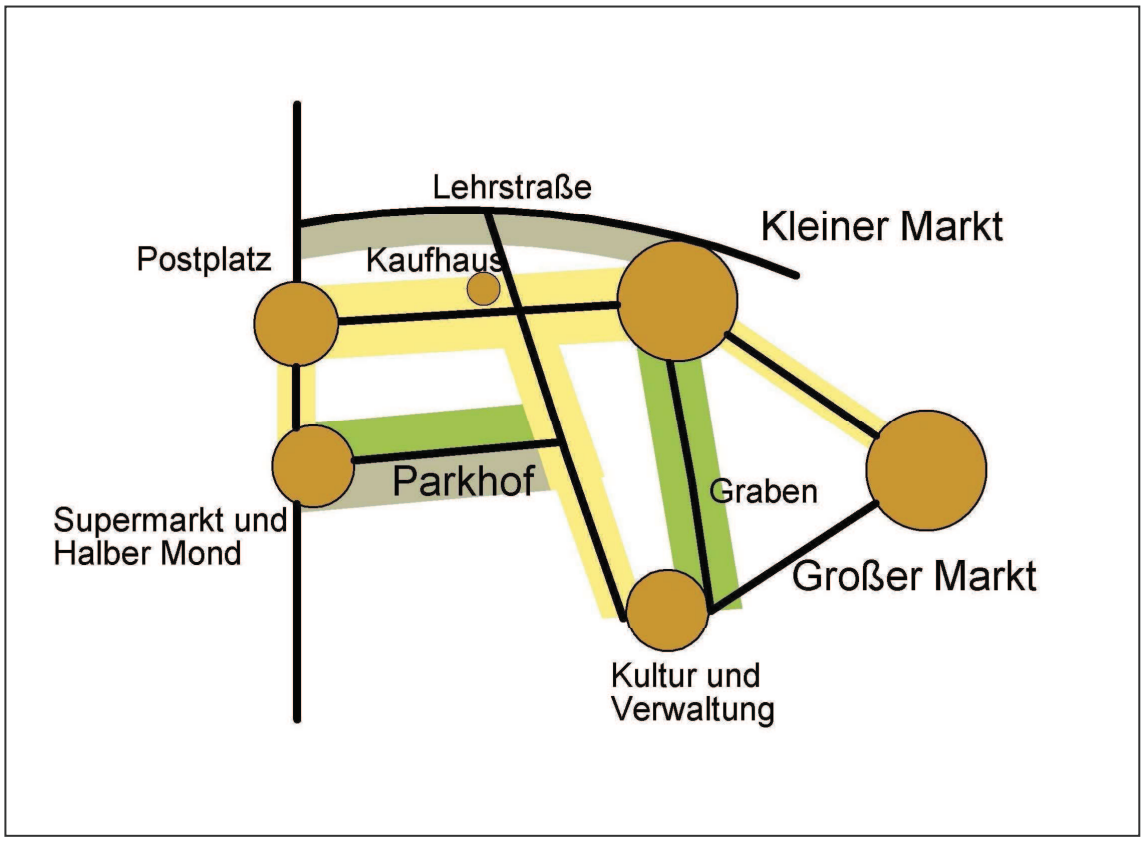
zen sind. Neben der Flexibilität im Reagieren auf neue Situationen verspricht auch nur dieses Szenario, alle in den verschiedenen Handlungsfeldern vorliegenden Probleme integriert bearbeiten zu können.

Wichtig war in der Diskussion aber auch die Option, Elemente des Szenarios 2 gegebenenfalls in das gewählte Konzept des „mühsamen Aufstiegs“ integrieren zu können. Findet sich also ein Frequenzträger/Investor und erfüllt die Aufgaben eines Schlepplifts, unterstützt er den Erfolg der vielen kleinen Maßnahmen ebenso wie umgekehrt seine Investition durch diese Maßnahmen nachhaltiger zu werden verspricht.

5 Integriertes Handlungskonzept

5.1 Entwicklungskonzept

Die Entwicklung der Innenstadt – des Zentrums des Einzelhandels – kann nicht isoliert geplant und betrieben werden, sondern sie ist ein wichtiger Teil der Gesamtstadt- und Regionalentwicklung, und muss als solche integriert werden in eine langfristige Stadtentwicklungsplanung und alle sie betreffenden Rahmenplanungen. Standortentscheidungen an der Peripherie oder Netzplanungen für den ÖPNV können die Innenstadtentwicklung erheblich beeinflussen, fördern oder schaden. Ebenso, wie die Altstadtsanierung Impulse für das Zentrum bewirken konnte, sollen aktuell die direkt an das Planungsgebiet angrenzende Stadtumbaugebiete der Innenstadt und die Planungen für den „Aktiven Kernbereich“ räumliche und funktionale Synergien entwickeln. Die Maßnahmen dieser beiden Planungen lassen sich funktional nicht gänzlich voneinander trennen.



64

Struktur
Innenstadtentwicklung

- Entwicklungszelle, Plätze, Magnetfunktion
- Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie
- rückwärtige Bereiche (Andienung, Lager, Parken)
- öffentlichen Grün- und Erholungsflächen

Eine ausgeprägte Erweiterung des Einzelhandels im Zentrum hat u.E. aus wirtschaftlichen und demografischen Erwägungen keine Chance. Zu groß ist das aktuelle Erweitungspotenzial durch Lücken und Lehrstand. Entwicklungsziel ist eher, durch alte und neue Nutzungsschwerpunkte und gestalterische Anziehungspunkte Wegmarken zu schaffen, die das vorhandene Potenzial **vernetzen und ergänzen**.

Die **Friedrichstraße** mit ihren Endpunkten Postplatz und Kleiner Markt ist der Kern des Einzelhandels- und Dienstleistungszentrums in Heppenheim. Gestalterische Verbesserungen des Straßenraums in Richtung mehr Flair und ein breiteres Angebot vorausgesetzt, wird dies auch zukünftig das „Kaufhaus Innenstadt" bleiben. Schwerpunkt der Entwicklungsmaßnahmen muss die Sanierung des alten Kaufhauses mit einer langfristig tragfähigen Nutzung sein (siehe Maßnahme 18 im Zeit- und Maßnahmenplan).

Dem **Kleinen Markt** kommt als Gelenk zwischen Altstadt, Zentrum und Graben und als Verbindung ins nördlich angrenzende Viertel eine besondere Bedeutung zu. Außerdem öffnet sich hier der Blick der aus dem Odenwald hereinkommenden Besucher ins Heppenheimer Zentrum. Um dieser Bedeutung gerecht zu werden, sind Anstrengungen notwendig, einerseits das Gebäude der Starkenburgpassage gestalterisch aufzuwerten (Ostfassade) und es mit innenstadtrelevanten Nutzungen zu beleben (14)[65]. Andererseits ist die Verbindung Friedrichstraße – Marktstraße durch das „Wormser Tor" neu zu konzipieren, damit der Hauptweg zum Großen Markt in der Altstadt eindeutig wird und so Synergien zwischen Altstadt und Zentrum räumlich unterstützt werden.

Auch der **Postplatz** hat als westlicher Anfangs-/Endpunkt der Friedrichstraße und ihrer Nutzung Bedeutung. Chancen zu einer Stärkung erhält er durch die Verlegung des Verkehrsknotens nach Norden, da dann die jenseits der Ludwigstraße gelegenen Geschäfte und das westliche Stadtgebiet besser angeschlossen und erschlossen werden können. Einer Ausdehnung der zentrumsrelevanten Funktionen nach Westen, über den Postplatz hinaus, wird aber eher keine Chance zugemessen, da die Entwicklung zu linear wäre, was dem Fußgänger-/Einkaufsverhalten widerspricht (Rundweg vom Auto zum Auto).

Das Ziel des größtmöglichen Kopplungsangebots des Zentrums erfordert in mehrfacher Hinsicht die Gestaltung von Aufenthaltsbereichen (Freizeit, Wohnen, Kultur). Als solche sollen der **Parkhof Nord** (17) und der Graben neu gestaltet werden. Die Parkhofstraße ist durch den großen, innerstädtischen Parkplatz und als Verbindung zwischen Ludwigstraße und Wilhelmstraße schon jetzt wichtig. Ihre Nutzungen und vor allem ihre Gestalt werden dieser Bedeutung nicht gerecht. Deswegen sind mehrere Maßnahmen geplant:

Den zukünftigen baulichen, kulturellen und gastronomischen Anziehungspunkt des „Halben Monds" könnte im Westen der Parkhofstraße der im Zentrum fehlende Lebensmittelmarkt ergänzen (7 und 12). Die gute Erreichbarkeit und das Parkplatzangebot sprechen für diesen Standort. Die Neugestaltung des nördlichen Parkhofs als multifunktionaler Aufenthaltbereich mit Be-

[65] Diese und alle folgenden in Klammern angefügten Nummern beziehen sich auf die Maßnahmennummerierung in Maßnahmenplan und Kosten- und Finanzierungsübersicht auf den Seiten 230 und 231

grünung, neuen Fassaden und attraktiveren Erdgeschossnutzungen (17) sowie die Schließung des südlichen Straßenraums mit einer Bebauung oder Begrünung verleihen diesem wichtigen Teil des innerstädtischen Wegenetzes Attraktivität und Chancen.

Als Nebeneffekt der Aufwertung des Parkhofbereichs erhält die **Wilhelmstraße** als Ziel und Verteiler größere Bedeutung und damit ihre Gastronomie und ihr Einzelhandel mehr Publikum. Ein ebenso wichtiger Impuls für diese Straße ist aber der südliche Magnet mit den Einrichtungen der öffentlichen Verwaltungen. Durch eine Ergänzung mit kulturellen Angeboten und solchen anderer Freizeitgestaltung kann dieser Schwerpunkt noch gestärkt werden.

Die Gestaltung des Grabens als Grünanlage zwischen den beiden dicht bebauten Stadtteilen Altstadt und Innenstadt füllt eine häufig genannte Nutzungslücke. Für die dadurch hier entfallenden Parkplätze muss auf dem südlichen Parkhof Ersatz geschaffen werden (27). Die Erschließung der Altstadt und der Grabenanlieger muss bei der Neugestaltung berücksichtigt werden. Die Gestaltung als verkehrsberuhigte Grünanlage schließt die weitere Nutzung einiger Gebäude am Graben mit Einzelhandel und Dienstleistung nicht aus. Die hier anliegende Gastronomie erhält wahrscheinlich eher Impulse.

Die Gebäude an der Lehrstraße, die im Erdgeschoss ebenfalls Einzelhandelsflächen bieten, haben durch den starken Verkehr und durch ihre Gestaltung kaum Entwicklungschancen in diesem Sinne. Ihre Funktionen werden auch zukünftig eher die der Andienungs- und Parkzone sein. Von der gesamten Bauzeile an der Lehrstraße haben u.E. nur die beiden Kopfgebäude am Kleinen Markt und an der Darmstädter Straße Chancen, langfristig lebendiger Teil des Zentrums zu sein.

5.2 Handlungsfelder und Maßnahmenvorschläge

5.2.1 Handlungsfelder Ökonomie und Einzelhandel

„Kaufhaus Innenstadt“ [66]

Mehr vielleicht noch als für andere Handlungsfelder ist hinsichtlich der lokalen Ökonomie nur ein vernetzter Maßnahmenansatz Erfolg versprechend. Für ein **„Kaufhaus Innenstadt“** sind städtebauliche Maßnahmen und solche im Feld von Kommunikation und Kultur dabei von der gleichen Bedeutung wie die im engeren Sinne der Wirtschaft zuzuordnenden Maßnahmen zum Abbau von Schwächen

- Wiederansiedlung eines **Lebensmitteleinzelhandels** in der Innenstadt, zum einen als Frequenzträger und Publikumsmagneten, zum andern auch für die Versorgung der Innenstadt und der angrenzenden Stadtviertel (12).
- Maßnahmen zur **besseren Erreichbarkeit** von Kunden des Handels und der Dienstleistungsbetriebe: beginnend mit der Ausschilderung „Zum Zentrum“ und den Parkmöglichkeiten (Parkleitsystem), dem Bereithalten ausreichender Parkmöglichkeiten und der kundenfreundlichen Verbesserung der Parkraumbewirtschaftung (u.a. Pay back), bis hin zur inneren Wegeführung in der Innenstadt. (siehe hierzu auch das Handlungsfeld Verkehr)
- Markttransparenz durch eine **„Angebotsoffensive“**: das vorhandene Angebot an Waren und Dienstleistungen ist dem Publikum durch einen Angebotsführer zu präsentieren.
- **„Qualitätsoffensive“** des ansässigen Gewerbes einerseits bezüglich der Waren und der Warenpräsentation in der Öffentlichkeit (Werbeanlagen (11), Schaufenstergestaltung) wie im Ladeninneren, andererseits der Herausstellung der Kundenorientierung in Beratung, Service und – ganz wichtig – den „städtischen“ Ladenöffnungszeiten.
- Schließen von Angebotslücken durch entsprechende **Nachvermietung** von leerstehenden Ladeneinheiten. Dies schließt die Mitwirkung der Vermieter ein und ebenso das Anwerben von Kaufleuten für diese „Geschäftsgelegenheiten“.
- **Sortimentsanpassung** an bisher vernachlässigte Zielgruppen des Marktes und die horizontale und vertikale Kopplung von Angeboten. Hierzu gehört die Ausrichtung in Qualität und Preis auf Beschäftigte, Besucher und Touristen. Solche sich vom Angebot der Center abhebenden Sortimente sind rar; es fehlen z.B. tourismusspezifische Angebote regionaler Produkte, Angebote, die sich an Jugendliche und Senioren rich-

[66] Wie schon anderweits dargestellt beinhaltet der hier verwandte Begriff „Kaufhaus Innenstadt“ nicht nur den Einzelhandel, sondern auch öffentliche und private Dienstleister, das Gastgewerbe, das Gesundheitswesen und den Bereich Freizeit und Kultur. Kreiert wurde der Begriff, der allerdings nur den Handel umfasste, in der Standortuntersuchung der GMA zur Innenstadt Heppenheim bereits 1999. er hat seither nichts an Aktualität eingebüßt.

ten und solche im mittleren Preissegment bei Gastronomie und im Non-Food-Einzelhandel.

- Ganz wesentlich sind die **städtebaulichen und sonstigen Maßnahmen**, die der Innenstadt zu einem Ort mit Flair und Ambiente verhelfen, wodurch sich Konsum mit Festen und Veranstaltungen auf das angenehme verbinden lässt. (Diese Maßnahmen sind in andren Handlungsfeldern aufgeführt.)

Ebenso wenig wie sich die Beseitigung von Schwächen auf dem Feld der lokalen Ökonomie einem Maßnahmenstrang zuordnen lässt, gibt es hierfür nur einen Akteur.[67] Gefordert ist die **konzertierte Aktion** der Stadt (Stadt- und Verkehrsplanung, Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing, Ordnungsbehörde usw.), den Gewerbetreibenden und den Grundeigentümern. Es ist auch nicht mit einer punktuellen und einmaligen Problemlösung getan, sondern mit einer kontinuierlichen, die Gesamtheit aller wirtschaftlichen Belange umfassenden Koordination und Prozesssteuerung. Die traditionelle Gliederung der Verwaltung in Ressorts und Ämter bietet hier keine gute organisatorische Ausgangsbasis. Umgekehrt wären sowohl die Geschäftsleute wie die Grundeigentümer überfordert, eine solche längerfristig ausgerichtete Koordinierungsrolle zu übernehmen.

„Citymanagement“ (9)

In der Konsequenz folgt daraus die Einrichtung eines **„City-Managements“** als Koordinator und Vermittler von Informationen wie Interessen. Ohne einer in Detail noch zu entwickelnden Aufgabenstellung vorzugreifen, können als Bausteine eines City-Managements benannt werden:

- Definition eines wünschenswerten Branchenmix’ und von Sortimentslücken, um **„Leitlinien“** für ansiedlungswillige Händler und Anbieter von Gewerbeflächen zu entwickeln. (Dies in Kooperation mit dem örtlichen Gewerbe.)
- **Akquirieren von Geschäften und Gewerbeflächen** (Beratung und Non-profit-Vermittlung). Ein weiterzuentwickelnder Ansatzpunkt hierfür besteht bereits im Amt für Wirtschaftsförderung der Stadt.)
- Akquirieren von Herstellern **regionaler Produkte** für Spezialitätenläden und Souvenirhandel in der Innenstadt und generell Beteiligung an der Fortentwicklung des Tourismus (siehe auch Handlungsfeld Tourismus)
- Beratung und Vermittlung zu Beratungsstellen (IHK, EH-Verbandf, Wirtschaftsförderung usw. für Gewerbetreibenden
- Beratung von Eigentümern in der Nachvermietung und Mietvertragsgestaltung mit dem Ziel der Steuerung der nachhaltigen Vermietung und der Vertragsgestaltung gegen ein „Trading down“
- Beratung von Eigentümern leerstehender Gewerbeflächen zur Nachnutzung für temporäre Ladennutzungen, geg.falls auch zur Umnutzung

[67] Selbst bei den beiden stadtpolitisch heiß diskutierten Themen „Metzendorf-Gebäude“ und „Ansiedlung eines Lebensmitteleinzelhandels“, zeigt sich, dass die Lösung durch die Stadt nur unter Mitwirkung von Grundeigentümern/Investoren und die Betreibern von Wirtschaftseinheiten erfolgen kann.

- **Initiierung einer „Angebots- und Qualitätsoffensive“** mit gemeinsamen Einkaufs- und Dienstleistungsführer und Internet-Auftritt der Gewerbetreibenden (im Content-Management-System)
- **Mittlerrolle** bei Mietkonflikten des Gewerbes
- **Vermittlerrolle** zwischen lokaler Ökonomie und Stadt bei innenstadtrelevanten Planungen und Vorhaben
- Mitwirkung bei und **„Fundraiser“** für Veranstaltungen der lokalen Ökonomie für Image- und Standortentwicklung (in Kooperation mit dem Stadtmarketing) und den **„Verfügungsfonds“ (4)**
- **Fürsprecher** der Innenstadt bei Organisationsfragen (wie dem Standort für Markt und Flohmarkt, der Allokation städtischer Einrichtungen usw.) und stadtentwicklungspolitischen Entscheidungen, soweit Auswirkungen für die Innenstadt erkennbar sind
- Schließlich, und das wäre das übergeordnete Ziel, wäre es am Citymanagement, alle Kooperationswilligen zu einer **„Standortgemeinschaft Innenstadt“** zusammenzuführen

Das Citymanagement als zentrale Koordinationsinstanz hat als erste Rolle die eines Kümmerers und ehrlichen Maklers zwischen Interessen. Neben dem Engagement und der Kreativität ist Voraussetzung für ein erfolgreiches Agieren, dass es gelingt, die Akteure aus Stadt, Wirtschaft und die Grundeigentümer an einen Tisch zu bekommen, etwa zu einem **„Wirtschaftsforum“** zur Situation der Innenstadt. Das Problembewusstsein ist in der lokalen Ökonomie und bei der Stadt vorhanden und unter den Grundeigentümern scheint es zu wachsen.

Ein Citymanagement bedarf über die personelle Ressource hinaus weiterer Promotoren. Ein solcher Kreis von Promotoren ist die Aktive Partnerschaft. Es bedarf zum Gelingen aber weiterer Unterstützer und „Botschafter“. Das Citymanagement ist im Maßnahmenkonzept deshalb als zeitlich befristeter Versuch eingestellt, der bei einer Bewährung **in Regelstrukturen zu überführen** ist.

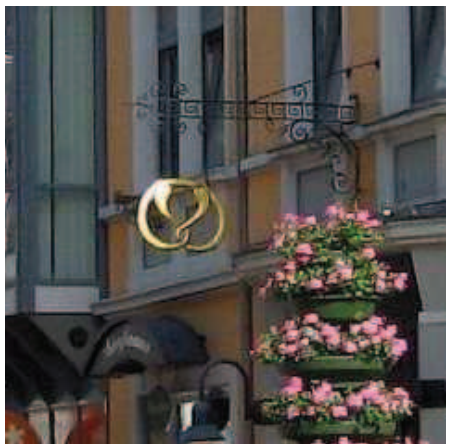
5.2.2 Handlungsfeld Bauen, Gestalten, Sanieren und Umnutzen

Bezüglich der Nutzung der Gebäude im Untersuchungsgebiet sind keine wesentlichen Änderungen geplant. Das Zentrum um die Friedrich- und die Wilhelmstraße soll Einzelhandels- und Dienstleistungsschwerpunkt bleiben, angemessen durchsetzt von Gastronomie und Wohnen (in den Obergeschossen).

Nach Süden Richtung Werlestraße und am Graben soll die Wohnnutzung weiterhin mehr Raum einnehmen als zwischen Lehrstraße und Parkhofstraße.

In jedem Fall gilt es, die vorhandene Nutzung zu stärken, sei es durch Neuordnungsmaßnahmen, sei es durch bauliche Maßnahmen oder auch durch Gestaltungsmaßnahmen im öffentlichen Raum. Die Maßnahmenvorschläge reichen an einigen Stellen über das festgelegte Untersuchungsgebiet hinaus, in das Sanierungsgebiet Altstadt oder in das Stadtumbaugebiet hinein, da eine isolierte Sicht nicht zielführend wäre.

- Das gesamte Zentrum, insbesondere der Bereich Kreuzung Friedrichstraße / Wilhelmstraße / Zwerchgasse würde durch die Sanierung und Neunutzung des Kaufhauses einen entscheidenden Impuls erhalten (18).
- Der Einzelhandel in der Friedrichstraße könnte durch die Neugestaltung des Straßenraumes mit **Möblierung, Beleuchtung**, **Werbung** und Anziehungspunkten für Kinder erheblich an Attraktivität gewinnen (19).



- Um den Parkhof-Nord zum Nutzen für die ganze Innenstadt umzugestalten sind bauliche Maßnahmen für eine Schließung der Südseite (z. B. mit dem lang geforderten **Supermarkt (12) oder eines begrünten Parkdecks (27)**) und Abschirmung des Parkplatzgeschehens und der Hinterhofoptik des Parkhofs Süd notwendig.
- Ebenso muss die **Nordfassade des Platzes** zu einem großen Teil umgebaut werden, da hier zwar eine geschlossene Platzwand vorhanden ist, diese aber in großen Teilen nur den Charme von beiläufig entstandenen Hinterhäusern hat (38).
- Die Parkhofstraße soll einen wesentlichen Stellenwert im Heppenheimer Zentrum erhalten. Aus diesem Grund sollte die **Zufahrtsituation** an der Ludwigstraße durch die Sanierung des denkmalgeschützten Fachwerkhauses verbessert werden (37).
- Sanierungs- und **Neubaumaßnahmen** im Bereich zwischen Wilhelmstraße und Parkhof können durch ihre moderne Ausstattung ein Attraktivitätsgewinn sowohl für den Einzelhandel als auch für das Wohnungsangebot sein (26).
- unter Aspekten: Wegeführung in die Altstadt ist mit der Bebauung „Kleiner Markt 4“ und dem Wormser Tor die **Verbindung der Innenstadt mit der Altstadt** neu zu konzipieren und so zu verbessern (siehe Handlungsfeld Stadtgestalt). (Sanierungsgebiet Altstadt)
- Durch die **Neuordnung der Innenhofbereiche** der Quartiere können einerseits Ladenflächen rationalisiert und vergrößert werden, andererseits durch Zusammenlegung von Höfen und Gärten sowie durch die Schaffung von Dachterrassen und Balkonen das Wohnen in der Innenstadt attraktiver gemacht werden (13 und 31).
- Entlang des Weges der in Heppenheim ankommenden Touristen, z. B. zwischen Parkhof und Marktstraße, sollten für diese auch interessante Wegmarken zu finden sein (siehe auch Abschnitt Tourismus).

HANDLUNGSKONZEPT

Nutzungen - weitgehend Bestand

- Bebauung, Gebäude, Bestand
- Einzelhandel, private Dienstleistungen
- Wohnen
- Gastronomie

Nutzungsstärkung

- durch bauliche Maßnahmen: Neubau, Sanierung, Umnutzung
- durch Gestaltungsmaßnahmen im öffentlichen Raum
- durch Neuordnung
- durch Konzentration von Angeboten für Touristen

0 10m 50m 100m

Heppenheim - Integriertes Handlungskonzept - Aktiver Kernbereich
Projekt

Handlungskonzept
Bearbeitungsabschnitt

Nutzungskonzept
Planinhalt

1:1000 i.O.
Maßstab

090501
Projektnummer

Eig
Projektleitung

Bo 01/10
Bearbeitung/Datum

Geprüft/Datum

Freigegeben/Datum

A2 i.O.
Blattgröße

2/1/03
Plannummer

Kreisstadt Heppenheim
Großer Markt 1
64646 Heppenheim

Bauherr/Auftraggeber

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung mbH
Südstraße 51 • 64589 Stockstadt/Rhein
Tel. 06158 784684 • Fax 784683
email: info@esprojekt.de

Diese Zeichnung ist unser Eigentum und darf ohne unsere Genehmigung weder vervielfältigt oder verwertet werden, noch dürfen Mitteilungen, auch in Details, an dritte Personen gemacht werden. (§1 vom 19.6.1901 + §18 vom 7.6.1909 Urhebergesetz)

5.2.3 Handlungsfeld Wohnen

Wenngleich sehr dicht bebaut, hat das Untersuchungsgebiet im Vergleich zu den Zentren anderer Städte den Vorteil, noch eine verhältnismäßig große Zahl Bewohner zu haben. Dies nicht nur in den südlich gelegenen Straßen, sondern auch in den Obergeschossen der Hauptgeschäftszone. Die Untersuchung hat gezeigt, dass die Zahl der Bewohner rückläufig und eine hohe Fluktuation zu verzeichnen ist.

Um den Umfang der Wohnnutzung im zentralen Bereich Heppenheims nicht weiter zu gefährden sind vor allem Verbesserungen für Freizeit und Erholung der hier Wohnenden notwendig. Da die Ausstattung der Wohnungen mit privaten Freiflächen im dicht bebauten Untersuchungsgebiet nicht immer realisierbar ist, fehlt es vor allem an wohnungsnahen Aufenthaltsflächen im öffentlichen Raum. Auch auf Varietät, Qualität und Ausstattung der Wohnungen ist großer Wert zu legen, damit nicht bestimmte Bewohnergruppen durch ein beschränktes Angebot ausgeschlossen sind.

Es ist klar, dass immer nur eine sehr kleine Zahl Familien mit Kindern sich für ein Wohnen in der Innenstadt interessieren werden, da schon eine besondere Lebenssituation und –haltung Voraussetzung für die Akzeptanz der eingeschränkten Privatheit, der Quirligkeit und des Lärms ist. Von daher werden sich die Bewohner eher aus den Gruppen der berufstätigen Singles und Paare, der Senioren, der hier arbeitenden Eigentümer und Angestellten, der Ausländer und Auszubildenden zusammensetzen.

Auch hier heißt es, durch Neubau und Modernisierung das vorhandene Angebot zu ergänzen und in den Quartiersinnenbereiche private Erholungsflächen zu schaffen bzw. zu verbessern.

- Durch **Neuordnung in den Innenhofbereichen** der Quartiere, durch Zusammenlegung von Höfen und Gärten sowie durch die Schaffung von Dachterrassen und Balkonen wird das Wohnen in der Innenstadt aufgewertet. Dies betrifft sowohl die beiden Quartiere zwischen Lehr- und Friedrichstraße, als auch den Bereich zwischen Friedrichstraße und Parkhof und Höfe der Bebauung rechts und links der Wilhelmstraße (25 und 31). Diese Neuordnung soll unter Beteiligung der Eigentümer und Anwohner erfolgen, ggfs. zunächst modellhaft nur für einen Block, dessen Ergebnisse einen Teil der Eigentümer anderer Blocks zur Eigeninitiative anregen soll und die mit Anreizförderung aus dem Verfügungsfonds (4) unterstützt werden.
- Wo möglich soll bei der Neuordnung der Innenhöfe zugunsten der Frei- und Erholungsflächen darauf verzichtet werden, jedem Bewohner eine Garage oder einen Parkplatz auf dem Grundstück einzurichten. Voraussetzung dafür ist die Bereitstellung von kostengünstigen, wohnungsnahen Stellplätzen im öffentlichen Raum, gegebenenfalls sichergestellt durch eine **Anwohnerplakette**.
- Durch die **Sanierung und Modernisierung** des stadtbildprägenden, denkmalgeschützten Fachwerkhauses an der Ecke Parkhofstraße / Ludwigstraße könnte attraktiver Wohnraum (sogar mit Garten) geschaffen werden (37).
- Die Sanierung des Metzendorf-Baus könnte in den Dachgeschossen auch interessanten neuen Wohnraum bezwecken (18 und 32).

- Der schlechte bauliche Zustand einiger Gebäude zwischen Wilhelmstraße und Parkhof (Wilhelmstraße 13-17) lässt sowohl die Möglichkeit von Sanierung und Umbau zu, als auch die eines **Abbruchs und die Neubebauung (26, 41)**.

Nicht nur für den Einzelhandel ist es wichtig die öffentlichen Räume qualitätvoll und mit Konzept neu zu gestalten (10). Auch für die Identifikation der Bewohner mit ihrem Viertel ist es wichtig, in einem Stadtteil mit positivem Image zu wohnen. Hierzu sind die Funktionen des Viertels mit Angeboten zu Kultur und Freizeit zu ergänzen, ebenso wie daran zu arbeiten ist, wie der öffentliche Raum wahrgenommen werden kann, nach dem Motto: „Die Innenstadt ist eine schönes Wohnviertel. Sie ist nicht nur lebendig und bunt, sondern auch sicher, hell, sauber und repräsentativ."

- Die Straßen der Innenstadt werden als zu schlecht beleuchtet empfunden. In einem Zentrum, das auch zu abendlichen Stunden noch seine Bewohner und andere Heppenheimer mit Angeboten zu Kultur- und Freizeitveranstaltungen außer Haus locken soll, ist der Sicherheitsaspekt durch eine gute **Beleuchtung** sehr wichtig. Außerdem vermittelt eine konstante Helligkeit auch das Gefühl von Aktivität und Lebendigkeit. Die Mast- und Wandarmleuchten des Heppenheimer Zentrums sind aus vielen verschiedenen Zeiten und Katalogen. Eine Vereinheitlichung und ein gutes Design wären eine erhebliche Verbesserung, zumal mit Modernen Leuchten und Leuchtmitteln eine stündliche Anpassung an die Beleuchtungserfordernisse programmierbar wäre (19).
- Ein weiterer Aspekt der Sicherheit ist das **Schließen der Passagen** nach Geschäftsschluss, damit einerseits die Wege durch die Innenstadt eindeutig und übersichtlich werden, uneinsehbare Nischen durch Türen und Tore gesperrt werden, andererseits die Innenhöfe, die zum privaten Raum gehören, nicht unbefugt zur Abend und Freizeit betreten werden können.
- Bei einer Neugestaltung des Parkhofs Nord (17) und des Grabens sollten auch für die Bewohner **Aufenthaltsbereiche in der Öffentlichkeit und Angebote zur Freizeitgestaltung** entstehen. Dabei geht es nicht nur um Bänke und Begrünung, sondern auch um Angebote zur Betätigung in kleiner, unverbindlicher Gesellschaft, die in den umliegenden Wohngebieten nicht geboten werden, z. B. Schachspiel, Boulefläche, Kunsteisbahn im Winter u.a.. Manchmal ist es nur die einmalige Aktion an einem bestimmten multifunktionalen Ort, wie Skulpturen schlagen aus Bimssteinen, das Malen auf öffentlichen Leinwänden

(„public canvas“, und „open gallery“) usw.. Weitere Wohnfolgeangebote - auch „indoor“ - denkbar für Freizeit und Erholung, Sport/Fitness, intergenerative Begegnung Spielplatz, Parkplätze (29, 34, 35, 36).

- Bei aller Multifunktionalität des Zentrums sollten zugunsten der Bewohner die **Zonen für Tag-Nacht-Betrieb** (Einkauf, Gastronomie) sowie **saisonalen Betrieb** (Feste) klar definiert sein, damit es nicht zu Irritationen, Unzufriedenheit und deswegen hoher Fluktuation kommt. Das betrifft einerseits die o.g. Privatheit der Innenhöfe nach Ladenschluss und bei Nacht und deswegen Schließung der Quartiersdurchgänge, sondern auch die Festlegung von Zonen und Zeiten für Außenbewirtung und Stadtfeste.

5.2.4 Handlungsfeld Tourismus

Die Touristen, die sich für Heppenheim interessieren, steigen in Untersuchungsgebiet aus ihren Pkws und aus den Bussen und laufen durch die Straßen des Zentrums zur Altstadt. Dafür, dass es sich in den meisten Fällen um kurze Besuche in der Stadt handelt und statistisch nicht viel Geld ausgegeben wird an so einem Etappenziel, wurde in der Vergangenheit im Zentrum nicht viel Augenmerk auf die Touristen gerichtet (außer in der Altstadt selber). Ob diese Besucher jedoch wiederkehren, ist aber abhängig davon, welchen Gesamteindruck von der Stadt sie mitnehmen. Diesen Gesamteindruck zu verbessern, liegt vorrangig in Verbesserungen der Innenstadtgestaltung. Zudem entscheidet das Angebot über das Maß des ausgegebenen Geldes und so ist es Ziel, diese Gruppe von Kunden für den „Markt Innenstadt“ hinzuzugewinnen.

- Entlang des Weges der in Heppenheim ankommenden Touristen, z. B. zwischen Parkhof und Marktstraße, sollten für diese auch interessante **Wegmarken** zu finden sein: Dies kann ein Verkostungslokal für Heppenheimer Weine, ein ganz besonderes Imbissangebot (z.B. Odenwälder Lamm-, Wild- und Käsespezialitäten oder Spezialitäten aus den Partnerstädten), ein Souvenirladen mit echtem Kunsthandwerk u.v.a. sein, neben der bereits vorhandenen Gastronomie. Dies kann aber auch die Erläuterung der Stadtbaugeschichte der „Unteren Vorstadt“ auf Tableaus sein („Bachgasse“, Rodensteiner Höfe, Metzendorf, u.a.)(9, 19, etc.).
- Bei einer **Neugestaltung des Parkhofs Nord** (17) geht es neben der Schaffung von **Aufenthaltsbereichen** für Bewohner und Innenstadtkunden um die Gestaltung der Fläche, an der die Touristen ankommen. auf der sie auf ihren Bus warten und wieder wegfahren. Es bedarf also der Bänke und Begrünung, und einer lebendigen Nutzung, bei das Zuschauen die Wartezeit verkürzt. Vorstellbar auch die Bebauung mit zwei Pavillons, einer ständig besetzt mit Kiosk und seinen typischem Angeboten, außerdem für Tickets und als Informationsstand für die Besucher etc., der andere als überdachter Stand mit Geländer und Bänken, zur variablen Nutzung (Weinprobierstand, Schlittschuhverleih, Werbeaktionen etc. Um das „Aushängeschild des Zentrums“ für die Besucher konsequent zu verbessern, muss auch die Nutzung und die Fassade der nördlichen Platzrandbebauung angegangen werden. Die Möglichkeiten gehen von der reinen Fassadenumgestaltung (38, 30) bis hin zur 3-

geschossigen Neubebauung der rückwärtigen Grundstücke. Die hier ansässige Bäckerei hätte hier die Möglichkeit der Außenbewirtung an ruhiger, sonnenbeschienenen Südseite.

- Um Heppenheimer Zentrumsbesuchern und Touristen ein besseres Bild des Untersuchungsgebiets zu vermitteln, soll die offizielle Wegeführung (**Passagen**) durch die Hinterhöfe zurückgebaut werden. Die Abkürzungen sind in dem engen fußläufigen Bereich nicht nötig und verunklären die öffentlichen Räume (siehe auch Handlungsfeld Stadtgestalt).
- Die Verbesserung der **Verbindung der Innenstadt mit der Altstadt** erfordert die Umgestaltung des "Kleinen Markts" unter Aspekten: Wegeführung in die Altstadt, Historie, „Wasser“…. Vorrangig gilt es die Wegführung aus der Friedrichstraße über den Graben sowie die Bebauung „Kleiner Markt 4“ mit dem Wormser Tor neu zu konzipieren (siehe Handlungsfeld Stadtgestalt).
- Das gastronomische Angebot der Innenstadt für Touristen ist im mittleren Preis- und Qualitätssegment vergleichsweise gering. Die Maßnahmen im Handlungsfeld Wirtschaft betreffen auch die Attraktiviätsverbesserung für den Tourismus.
- Die Zielgruppe jugendlicher Touristen und von Sprachschülern kann mit der Verbesserung von Angeboten für Jugendliche und junge Erwachsene besser angesprochen werden (34).
- Unverzichtbar ist, dass Heppenheim weiterhin seinem Ruf als „Ort der Feste“ und der Festspiele gerecht bleibt. Dazu gehören auch die von Privaten getragenen Veranstaltungen und Events.
- Die **Sanierung und Modernisierung** der stadtbildprägenden, denkmalgeschützten Gebäude (Metzendorf-Kaufhaus, Fachwerkhaus an der Ecke Parkhofstraße / Ludwigstraße, etc.) sind ein notwendiger Beitrag zur Gestaltverbesserung des Zentrums (18, 37)

5.2.5 Handlungsfelder Kultur und Freizeit

Dieses Handlungsfeld betrifft nicht nur die Bewohner des Zentrums, sonder ist im Sinne der gesamten Heppenheimer Bevölkerung mit Inhalten zu füllen. Um das **Kopplungspotenzial** der Innenstadt gegenüber den anderen Stadtteilen über die Funktionen Einzelhandel, Wohnen, Dienstleistung, Verwaltung und Gastronomie hinaus noch zu erweitern, soll das Spektrum der Angebote vor allem im Bereich von kulturellen und Freizeitangeboten erweitert werden. Urbanität kann man nicht planen, sondern nur die Angebote dafür. Neben den Aktivitäten in der Altstadt gibt es durchaus noch Möglichkeiten für ergänzende Veranstaltungen, um einen

„**Kulturraum**“ und einen „**Treffpunkt**“ Innenstadt zu schaffen:

- An der Nahtstelle zwischen Altstadt und dem Untersuchungsgebiet – beides wenig begrünte Stadtteile – ist die **Umgestaltung des Grabens als „Park“** mit Freizeitangeboten („intelligenten Spielgeräten“, Kunst, etc.) ein naheliegender Wunsch. Neben dem Ziel, im Zentrum auch Aufenthaltsbereiche und Grünflächen für Bewohner und andere Nutzer zu schaffen, bietet sich die baumbestandene Fläche zu mehr an als nur Parkplatz. Die Erschließung der Anliegergrundstücke und der Altstadt über die Kellereigasse muss auch dann noch gewährleistet sein, ebenso wie die die Durchfahrt des Busses. Über das Entfernen der Parkplätze hinaus, muss die Oberfläche neu gestaltet werden, weniger mit Beeten, als mit Kies- und Rasenflächen (Aufenthaltsflächen mit Bänken, Angebote zur Betätigung in kleiner, unverbindlicher Gesellschaft, für Spiel und Sport, Boulebahn, Schach, Bänke, Kunst, etc.) An der Altstadtseite gibt es eine Gaststätte, die vor der südwestlichen Fassade mit Außenbewirtschaftung im verkehrsberuhigten Bereich Vorteile nutzen könnte.

- Bei einer Neugestaltung des Parkhofs Nord (17) geht es neben der Schaffung von Aufenthaltsbereichen für Bewohner und Innenstadtkunden auch um eine Multifunktionalität der Fläche. Also nicht nur das Aufstellen von Bänken und eine Bepflanzung, sondern die Gestaltung einer Fläche für abwechslungsreiche Nutzung, vom Wochenmarkt bis zu Angeboten, die in den umliegenden Wohngebieten nicht geboten werden (Eisbahn im Winter u.a.). Vorstellbar auch die Bebauung mit zwei Pavillons, einer ständig besetzt mit Kiosk mit typischem Angeboten (neben Tickets Informationsstand für ankommende Touristen etc.), der andere als überdachter Stand mit Geländer und Bänken, zur variablen Nutzung (Weinprobierstand, Schlittschuhverleih, Werbeaktionen etc. Um konsequent neu zu gestalten, muss auch die Nutzung und die Fassade der nördlichen Platzrandbebauung angegangen werden. Die Möglichkeiten gehen von der reinen Fassadenumgestaltung bis hin zur 3-geschossigen Neubebauung der rückwärtigen Grundstücke. Die hier ansässige Bäckerei hätte hier die Möglichkeit der Außenbewirtung an ruhiger, sonnenbeschienener Südseite (30, 38).

- Nutzung der Leerstandsflächen für mobile, temporäre Nutzungen mit einfacher Ausstattung für Jugendliche (Billard, Kicker, u. ä.), für die es bislang in der Innenstadt keine Anziehungspunkte gibt (34).

- Internet-„Café“, als eine Möglichkeit der Begegnung der Generationen (35)

- Weitere kulturelle Angebote wie Museum, Ausstellung z. B. im leerstehenden Obergeschoss der Starkenburgpassage, auch für Sport, Als Veranstaltungssaal, als Tanzschule, wenn der Postknoten umgebaut und das jetzige Gebäude dazu abgerissen wird), aber auch für „open air"-Veranstaltungen (Theater, Kino, Skulpturenpark) als saisonale Erweiterung des Festspielangebots von Heppenheim (14, 36, 29)
- Straßenfeste vor allem auf Kleinem Markt und Parkhof Nord: zur klaren Definition der öffentlichen Räume und zur Berücksichtigung von Bewohnerinteressen.
- Integration und Förderung der Veranstaltungen des „Halben Monds" in das erweiterte Spektrum
- Bereitstellen eines „öffentlichen Bücherschranks" (ausgelesene Bücher werden nicht in den Papiermüll entsorgt, sondern in einer Vitrine zur öffentlichen Verfügung gestellt. Ein Modell, das schon in vielen Städten und Stadteilen Anklang findet, besonders in Verbindung mit einem ruhigen Aufenthaltsbereich) (17, 19 oder Umgestaltung Graben Stadtumbau).
- Integration des Kinos Heppenheim in das Innenstadtprogramm und als potenziellem Veranstaltungsort

5.2.6 Handlungsfelder Infrastruktur und öffentliche Verwaltung (9)

Auch hierbei gilt es die Nutzer- und Nutzungspalette und des Zentrums so breit wie möglich anzulegen:

- **Konzentration der öffentlichen Einrichtungen** in der Innenstadt: Dies ist zwar ein langfristiges gesamtstädtisches Ziel, aber mit Kontinuität weiterverfolgt ein wichtiger Beitrag für eine Urbanität der Innenstadt
- öffentliche Dienstleistungen und private Freizeitangebote auch als Nutzung in Leerstandsetagen und –Gebäuden (8, 14, 15)
- **Anpassung der Ladenöffnungszeiten** und Angebote an die in Mittagspausen der in der Innenstadt Arbeitenden, damit diese als Kunden für Einkauf und Mittagessen im Zentrum gewonnen werden können.
- Wiedergewinnung heute ausgelagerter **sozialer und kultureller Infrastrukturen** wie Stadtbücherei, Musikschule o.ä. für die Innenstadt (8, 14, 15)
- Einrichten einer Halle oder eines Saals auch für private Feiern und Veranstaltungen (8, 14, 15)

- OG Starkenburgpassage umnutzen und umbauen, ggfs. auch für die Reintegration einer öffentlichen Dienstleistung in die Stadtmitte oder als Zwischennutzungsort für kurzfristige Einrichtungen (14, 34, 35, 36)

5.2.7 Handlungsfeld Stadtgestalt und öffentlicher Raum

In Ergänzung des „Markts“ Innenstadt ist eine qualitätvolle Gestaltung des Stadtraums ein wichtiger Beitrag zum Erfolg des „Erlebnisraums“. Die Bestandsanalyse hat eine Anzahl auch gestalterischer Schwächen dieses Zentrums aufgezeigt, deren Beseitigung (neben den Angeboten für Kultur und Freizeit) ein wichtiger Schritt in Richtung **mehr Urbanität und Identifikation** ist. Von der Altstadt mit ihrer gelungenen Sanierung profitiert auch das Zentrum, aber hier sollte ein Äquivalent geschaffen werden, der sich wohl aus der innerstädtischen Nutzung, aber auch aus etwas mehr an Gestaltqualität bildet.

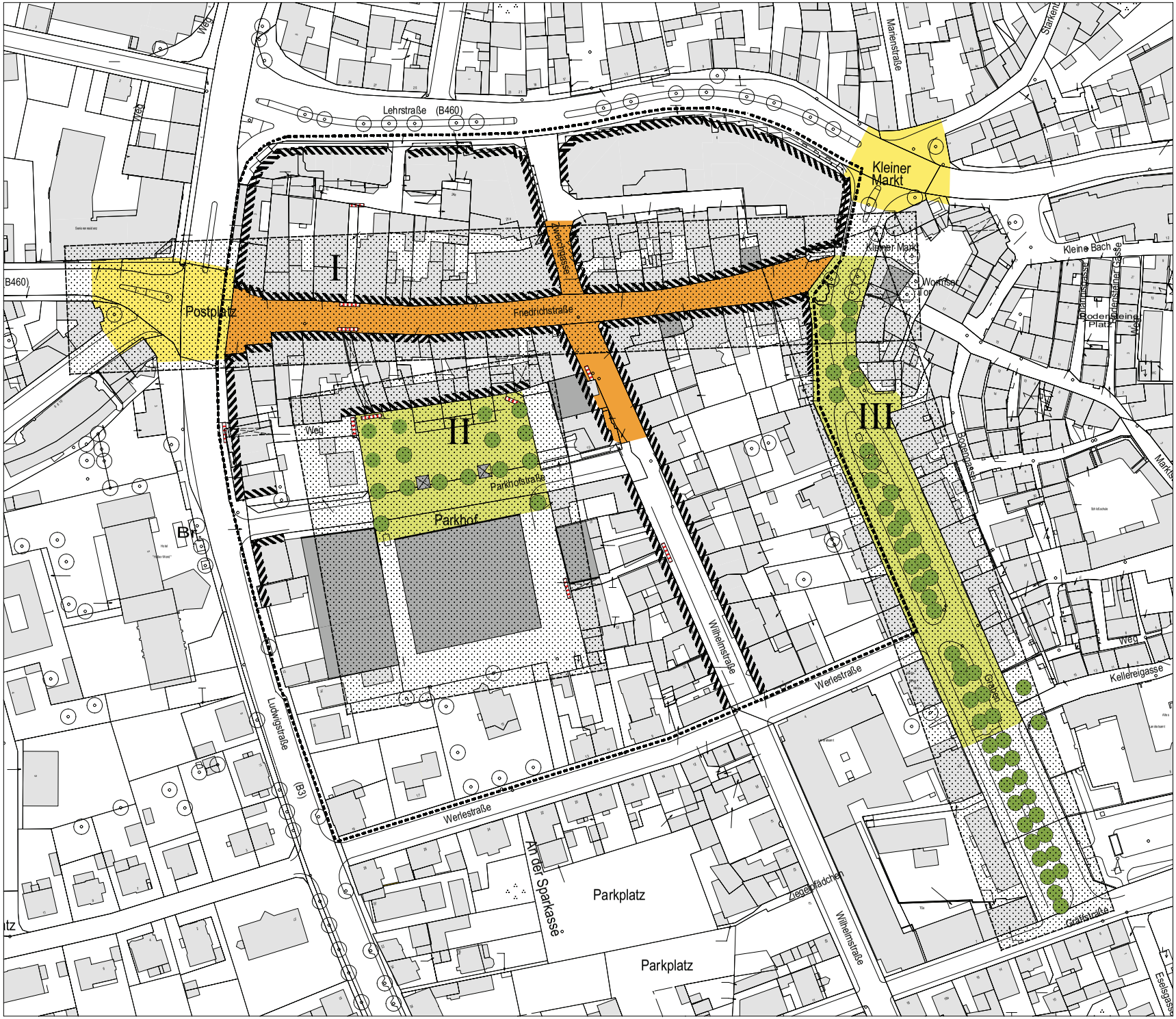
- Der Einzelhandel in der Friedrichstraße könnte durch die Neugestaltung des Straßenraumes mit **Möblierung, Beleuchtung, Werbung** erheblich an Attraktivität gewinnen. Es geht darum die individuelle Beliebigkeit durch ein **„corporate urban design“** zu ersetzen. Beleuchtungskonzept, Werbeflächensatzung, Beschränkung der Orientierungsschilder auf die wichtigsten davon, Reduzierung der Möblierung auf wenige notwendige Elemente, um in der Fußgängerzone „Ordnung zu schaffen“. Ein allseits geäußertes Anliegen bei der Umgestaltung der Friedrichstraße ist, das **Element** Wasser (wg. des Stadtbachs) wenigstens an einer Stelle oberirdisch erlebbar zu machen, da es wegen der Tieflage des Bachs und Enge der Straße schon nicht möglich ist, dieses an der Oberfläche verlaufen zu lassen (5, 11, 19, 28).

- Unter den Aspekt der gestalterischen Verbesserung der Heppenheimer Innenstadt fällt auch die kontinuierliche Modernisierung, Umgestaltung und Sanierung der Fassaden vor allem in der Friedrichstraße. Hier ist durch eine Sanierungsberatung (Energie und Denkmalschutz) ein **ganzheitlich qualitätvolles Straßenbild** zu erreichen. Da die mangelnde Begrünung häufig thematisiert wurde, ist als einfaches Mittel auch das der Fassadenbegrünung richtig, vor allem auch als Interims- und „kosmetische“ Maßnahme (30, 33, 38).

- Der zur Entlastung der einkaufenden Eltern gewünschte **Kinderspielplatz** soll nicht konzentriert an einer Stelle der engen Fußgängerzone

eingerichtet werden, sondern auf ein bespielbaren Brunnen und 2-3 intelligente Spiel-/ Lerngeräte auf die Länge der Friedrich- und Wilhelmstraße verteilt werden (nach dem Vorbild des "Le Vaisseau“ Strasbourg) auf die Länge der Friedrich- und Wilhelmstraße verteilt werden. Ein Platz für mehrere Geräte ist nicht vorhanden, diese würden den Fußgängerfluss behindern, aber einzelne Spielpunkte sind verträglich und pädagogisch sinnvoll (19). Also auch hier eher **vorbildhaft mehr Qualität statt Beliebigkeit**.

- Zur Verbesserung der **Verbindung der Innenstadt mit der Altstadt** erfordert die Umgestaltung des "Kleinen Markts" unter Aspekten: Wegeführung Innenstadt-Altstadt, Gelenk N-O-Innenstadt, Historie, Wasser, Fokus Innenstadt. Vorrangig gilt es die Wegführung aus der Friedrichstraße über den Graben sowie die Bebauung „Kleiner Markt 4“ mit dem Wormser Tor neu zu konzipieren. Das beinhaltet das Entfernen von drei Bäumen, den Umbau des Blumenbeets, Neuplatzierung von Leuchten, Papierkörben, Fahrradständern u.a. Größter Eingriff aber ist langfristig die Korrektur der Bebauung, sofern das durch Neuordnung möglich ist.
- Der Kleine Markt ist ein wichtiger historischer Ort im Untersuchungsgebiet, von dem aus man in die Friedrichstraße, in den Graben sowie in die Altstadt gelangt. Unter dem Motto einer besseren Wegweisung in die Innenstadt (**Fokus Innenstadt**) sollte das bereits in Teilen eingebaute Natursteinpflaster auch auf der den Kleinen Markt durchquerende Lehrstraße verlegt werden. Der Belagswechsel vom Asphalt schärft die Aufmerksamkeit und stellt den Platzzusammenhang wieder her. Letzteres gilt auch für den Postplatz, wenn die Verkehrsführung der B 460 wie geplant umgesetzt wird (siehe Verkehr).
- Um Heppenheimer Zentrumsbesuchern und Touristen ein besseres Bild des Untersuchungsgebiets zu vermitteln, soll die offizielle Wegeführung (**Passagen**) durch die Hinterhöfe zurückgebaut werden. Die Abkürzungen sind in dem engen fußläufigen Bereich nicht nötig und verunklären die öffentlichen Räume. Vorstellbar wäre jedoch eine Integration der Durchgänge in die angrenzenden Läden, mit Überdachung als Hinterhof-Sichtschutz, heller Beleuchtung und Warenausstellung und mit Schließung zum Feierabend.
- Die **Umgestaltung des Grabens** als Park im Rahmen des Stadtumbaus und des **Parkhofs Nord** als multifunktionaler Stadtplatz wurde oben bereits beschreiben, aber auch hier gilt die Vorgabe einer qualitätvollen Gestaltung um die Erfolgschancen nicht durch Beliebigkeit zu mindern (17).



HANDLUNGSKONZEPT

Gestaltung

- Bebauung, Gebäude, Bestand
- Gestaltung Straßen-/ Platzraum
- Neugestaltung Freifläche
- Neugestaltung Straßenoberfläche
- Gestaltung / Modernisierung der Fassaden
  - Materialien, Proportionen
  - energetisch
  - Werbeflächen
- notwendige Raumkanten / Baulinien
- Neubaumaßnahmen zur Schließung von Baulücken
- Reprivatisierung der Durchgänge
- notwendige Gesamtkonzepte
  Nutzung und Gestalt: I "Friedrichstraße"
  II "Parkhof"
  III "Graben"

0 10m 50m 100m

Heppenheim - Integriertes Handlungskonzept - Aktiver Kernbereich
Projekt

Handlungskonzept
Bearbeitungsabschnitt

Gestaltung
Planinhalt

1:1000 i.O.
Maßstab

090501
Projektnummer

Elg
Projektleitung

Bo 01/10
Bearbeitung/Datum

Geprüft/Datum

Freigegeben/Datum

A3 l.O.
Blattgröße

2/1/04
Plannummer

Kreisstadt Heppenheim
Großer Markt 1
64646 Heppenheim
Bauherr/Auftraggeber

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung mbH
Sodenstraße 51 • 64589 Stockstadt/Rhein
Tel. 06158 784684 • Fax 784683
email: info@esprojekt.de

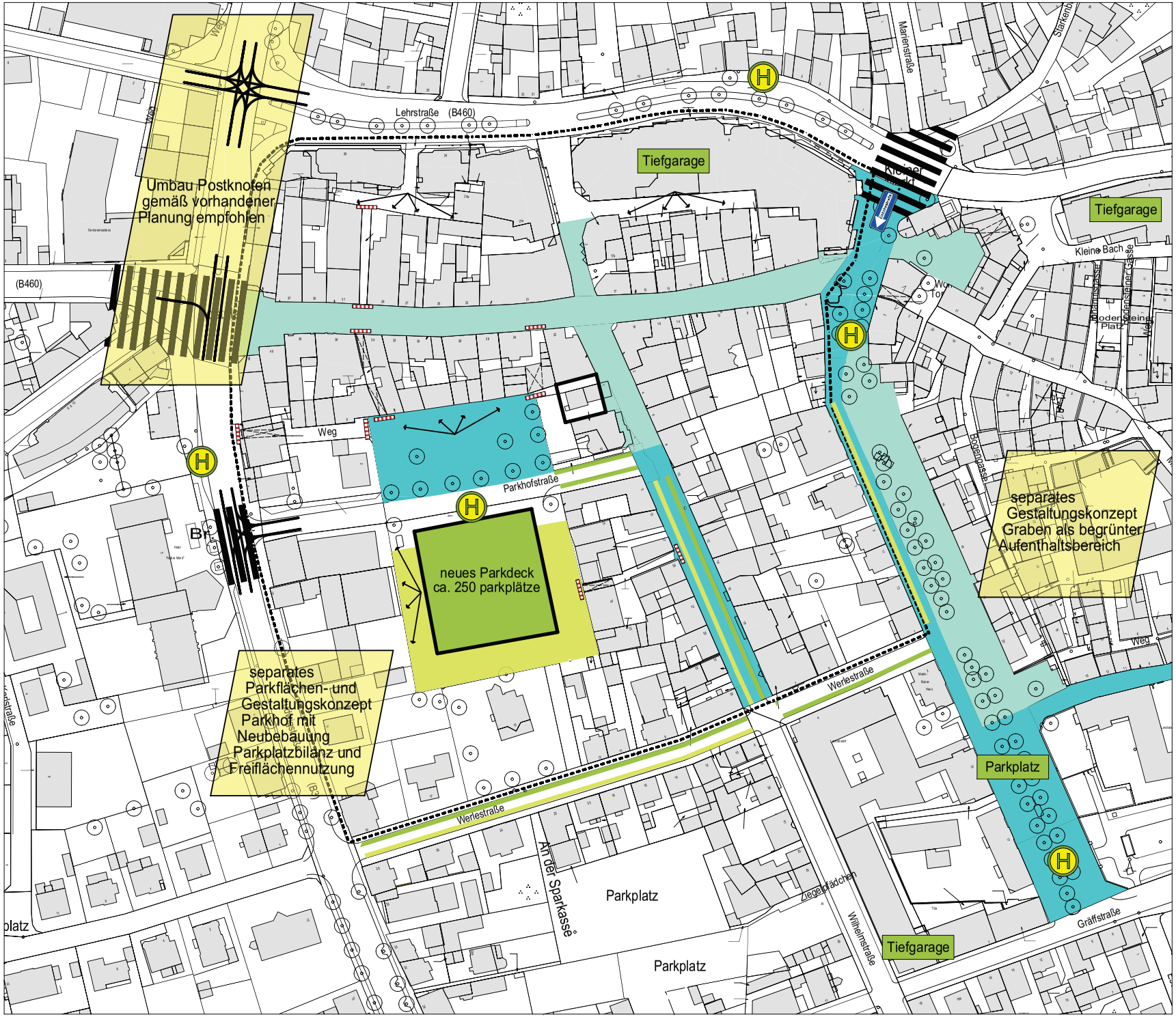
Diese Zeichnung ist unser Eigentum und darf ohne unsere Genehmigung weder vervielfältigt oder verwertet werden, noch dürfen Mitteilungen, auch in Details, an dritte Personen gemacht werden. (§ 1 vom 19.6.1901 + § 18 vom 7.6. 1909 Urhebergesetz.)

5.2.8 Handlungsfelder Straßen und Verkehr

In Bezug auf die Erschließungssituation gibt im Untersuchungsgebiet nicht mehr viel neu zu organisieren, eher umzuorganisieren und zu ergänzen. In der Natur des Verkehrs liegt es, dass man die Betrachtung und die Maßnahmen auch aus der gesamtstädtischen Perspektive erarbeiten muss. So funktioniert die Erschließung aus der Gesamtstadt eigentlich ganz gut, aber es gibt folgende Mängel zu beseitigen:

- Ergänzung der **Orientierungsbeschilderung** aus den Stadtzugängen mit dem Hinweis „ins Zentrum“, damit dieses in seiner Bedeutung als Einzelhandelsschwerpunkt und urbaner Mittelpunkt der Stadt angekündigt und fokussiert wird.
- Durch die Umgestaltung des Parkhofs-Nord (17) und des Grabens entfallen ein Großteil der dort befindlichen Parkplätze. Ähnliches gilt für die durch Neuordnung der Quartiersinnenbereiche eventuell entfallende Bewohnerstellplätze und Garagen. Dieser Verlust muss größtenteils durch ein **Parkdeck auf dem Parkhof-Süd** ausgeglichen werden (7, 27).
- Ein Parkplatzkonzept soll alle Themen um das innerstädtischen Parken klären:
  - Entwicklung Parkhof und Umgebung, Parkdeck als Ersatz für wegfallende Parkplätze
  - bessere Ausschilderung der Parkplätze
  - Soweit sie auf den Liegenschaften fehlen, sind Bewohnerparkplätze bereitzustellen (Parkberechtigungsplaketten).
  - Angebote für Kunden und Angestellte
  - Parkraumbewirtschaftung (pay-back, Anwohnerplakette, etc.)
- Fußwegekonzept: offizielle Wegeführung durch Höfe und Quartiersinneres rückbauen
- Anbindung der Innenstadt an das städtische Radwegnetz.
- Die vor einigen Jahren geplante **Umplanung des Postknotens** wäre aus der Sicht der Stadtgestaltung und der Verbindung des westlich des Untersuchungsgebiets gelegenen Stadtviertels ein großer Vorteil. Auf dem jetzigen Postknoten gäbe es dann nur noch den Nord-Süd-Verkehr, der nach der Verkehrszählung wesentlich geringer ist als der Ost-West-Verkehr. Damit könnte man die Fuß- und Radwegequerung aus dem Viertel um den Feuerbachplatz erheblich vereinfachen und die Geschäfte auf der Westseite des Platzes und den „Halben Mond“ besser in das innerstädtische Geschehen integrieren.
- Durch einen Belagswechsel vom Asphalt zu Pflaster könnte die Aufmerksamkeit der Durchfahrenden auf das Zentrum gelenkt werden und der historische Platz erlebbar gemacht werden.
- Platzgestaltung/Pflasterung auch auf dem Kleinen Markt für eine bessere Anbindung der Fuß- und Radwege aus Richtung Nord (Marienstraße, Hermannstraße) ins Zentrum (z. B. Europaplatz)

- Für die Umgestaltung des Grabens ist ein neues Erschließungskonzept notwendig aufgrund der dann reduzierten Befahrbarkeit (Rettungsweg, Erschließung Kellereigasse, Anlieger, Bus)
- Auf dem Parkhof sollen aus gestalterischen und verkehrlichen Gründen zukünftig keine Touristenbusse mehr parken. Die Zufahrt in die Innenstadt soll zum Aus- und Einsteigen wohl möglich sein, aber Busparkplätze außerhalb der Innenstadt gefunden werden.



HANDLUNGSKONZEPT

Verkehr

- Bebauung, Gebäude, Bestand
- Fußgängerbereich
- verkehrsberuhigte Zone
- öffentliche Parkplätze (flächig und straßenbegleitend)
- Parkplätze mit Anwohnerprivileg (flächig und straßenbegleitend)
- Neubaumaßnahmen
- Gestaltung wichtiger Fußwegeverbindunger
- Reprivatisierung der Durchgänge
- Anlieferungszone
- Bushaltestelle (wie Bestand)
- Fahrtrichtung

0 10m 50m 100m

Heppenheim - Integriertes Handlungskonzept - Aktiver Kernbereich
Projekt

Handlungskonzept
Bearbeitungsabschnitt

Nutzungskonzept
Planinhalt

1:1000 i.O.
Maßstab

090501
Projektnummer

Eig
Projektleitung

Bo 01/10
Bearbeitung/Datum

Geprüft/Datum

Freigegeben/Datum

A2 L.O.
Stellgröße

2/1/05
Plannummer

Kreisstadt Heppenheim
Großer Markt 1
64646 Heppenheim
Bauherr/Auftraggeber

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung mbH
Südstraße 51 • 64589 Stockstadt/Rhein
Tel. 06158 784684 • Fax 784683
email: info@esprojekt.de

Diese Zeichnung ist unser Eigentum und darf ohne unsere Genehmigung weder vervielfältigt oder verwertet werden, noch dürfen Mitteilungen, auch in Details, an dritte Personen gemacht werden. (§ 1 vom 19.6.1901 + §18 vom 7.6. 1909 Urhebergesetz)

5.3 Ex-ante-Evaluation der Maßnahmenvorschläge

Es gehört zu jedem Kerngeschäft planerischen Handelns, den Versuch zu unternehmen, die Folgen planerischen Handelns und von eingeleiteten Maßnahmen vorab abzuschätzen und zu überprüfen. Es steht hierfür der Begriff der Evaluation bzw. Wirkungskontrolle. Die Evaluation ist als innovatives Programmelement nun auch bei allen jüngeren Städtebauförderungsprogrammen verankert und wird die Länder als Fördermittelgebern den Kommunen aufgegeben.[68] Sie sollte von diesen nicht nur als lästige, zusätzliche Aufgabe begriffen werden, sondern als eine Steuerungstechnik für des komplexen Prozesses, denen jede Stadterneuerung darstellt, erst recht, wenn verschiedene Handlungsfelder „integriert" werden.

Eine Evaluation als Qualitäts- und Prozesssteuerung findet in mehreren Phasen statt:

- **Ex-ante-Evaluierung**: Es ist ausgehend von den Rahmenbedingungen die die Überprüfung eines entwickelten Handlungskonzepts auf Qualitäten und absehbare Wirksamkeit.
- **Zwischenevaluierung**: Dies ist die Überprüfung begonnener Maßnahmen darauf, ob sie wirksam sind, um gegebenenfalls das Maßnahmekonzept abzuändern und veränderten Rahmenbedingungen anzupassen. Es geht hierbei auch um unbeabsichtigte oder unerwünschte Nebenwirkungen, auf die es dann in der Fortschreibung des Handlungskonzepts zu reagieren gilt.
- Schließlich die **Schlussevaluierung**: Mit ihr wird bestimmt, welche Ziele erreicht sind, welche nicht, und ob es einen Nachbetreuungsbedarf gibt. Vor allem sollen über eine solche abschließende Wirkungskontrolle die gemachten Erfahrungen für künftige Planungen nutzbar gemacht werden.

Im Zusammenhang mit dem hier vorgestellten Integrierten Handlungskonzept geht es um eine Ex-Ante-Evaluierung. Sie hat dabei mehrere Momente:

  - Prüfung auf Vollständigkeit: Decken die vorgesehenen Planungen Maßnahmen alle Problemstellungen ab, sind alle angestrebten Ziele damit erreicht?
  - Prüfung auf Wirksamkeit: sind die vorgesehenen Planungen auch in Intensität und Dichte ausreichend, um die Ziele realisieren zu können?
  - Prüfung auf Interdependenzen: welche Maßnahmen setzen einander voraus? Welche bauen aufeinander auf? ist das Konzept in sich widerspruchsfrei? Welche Einzelmaßnahmen verstärken sich gegenseitig, welche konterkarieren sich?

Im Mittelpunkt der nachfolgenden Ex-ante-Evaluierung stand bei einem über sechs Handlungsfelder reichenden Integrierten Handlungskonzepts und

[68] In den jüngeren Städtebauförderungsprogrammen bzw. in den Veröffentlichungen und Arbeitshilfen hierzu wird oft der Begriff „lernendes System" bezeichnet. Mit der Evaluierung soll den Kommunen damit ein systematisches Steuerungselement angetragen werden, die selbst gesteckten Ziele qualitätsvoller und effizienter, auch kostengünstiger zu erreichen. (Ein weiteres Element des „lernenden Systems Stadterneuerung" ist der Erfahrungsaustausch zwischen den Kommunen und mit dem Land.)

durch die „Strategie der vielen, aufeinander aufsetzenden Bausteine“ die Frage, ob alle Zieldimensionen mit Maßnahmen untersetzt sind. (Es ging also zunächst um die Qualität und Stimmigkeit des Integrierten Handlungskonzepts, nicht Quantitäten[69].) Dazu musste die Vielzahl der Einzelmaßnahmen zu Maßnahmegruppen zusammengefasst werden. Ebenso mussten die einzelnen Ziele wieder in die Zieldimensionen[70] eingeordnet werden, die bei der Leitbildentwicklung herausgearbeitet wurden.

Um auf die **Kernaussage einer Ex-ante-Evaluierung** zu kommen, nämlich

- welche Maßnahmen greifen in welcher Zieldimension,
- welche Maßnahmen sind verstärkend oder gar widersprüchlich zu Zielen

wurden Maßnahmekomplexe und Zieldimensionen einander in einer Matrix gegenübergestellt und durch das Bearbeiterteam unabhängig voneinander gewertet (und wo divergent diskutiert)[71].

Die nachfolgende Darstellung zeigt das Ergebnis dieser Eigenevaluierung[72]. Das erste hieraus auch graphisch aufscheinende Bild ist das, dass das Maßnahmekonzept insofern vollständig ist, als alle Ziele mit Maßnahmen (in unterschiedlichem Umfang mehrfach) belegt sind. Diese Ex-ante-Eigenevaluierung bestätigt also vom Grundsatz her die Vollständigkeit. Zugleich zeigt sich, dass viele Ziele mehrfach mit Maßnahmen unterlegt sind. Es äußert sich darin nicht eine Redundanz und „Überflüssiges“, das man streichen könnte, sondern es ist Ausdruck der Strategie, die statt auf einzelne Großprojekte zu setzen (die im Einzelfall sich als unterdurchführbar erweisen können), auf eine Zielerreichung durch sich gegenseitig stützende Maßnahmen ausgerichtet ist.

[69] Ein erster Einstieg in eine „quantitative“ Evaluierung kann über die Kosten- und Finanzierungsrechnung unten erfolgen, der aber nicht systematisch vollzogen wurde. Man stößt in der Einschätzung der Wirksamkeit von Maßnahmekomplexen dabei sehr schnell auf die Grenzen einer quantitativen, gar in mathematische Modelle gefassten Einordnung und würde sehr schnell auf die Erfahrung in anderen Stadterneuerungsverfahren zurückverwiesen. Für eine Zwischenevaluierung wird sich dies z.B. in einer Kosten-Nutzen-Analyse allerdings anders darstellen.

[70] Dies Zusammenfassung von einzelnen Maßnahmen und operativen Zielen erfolgte in der Gruppe der Bearbeiter. Es ist durchaus nicht ausgeschlossen, dass Dritte hier weitere Zusammenhänge von Maßnahmen und Zielen sehen, möglicherweise auch andere so direkt nicht sehen. Dies hat natürlich mit der individuellen Erfahrung aus anderen Stadterneuerungszusammenhängen und unterschiedlichen „Daumenbreiten“ zu tun. Man muss jedoch berücksichtigen, dass eine solche Ex-ante-Evaluierung nur ein Hilfsmittel zur Qualitätssicherung ist und die Erarbeitung nur im arbeitsökonomisch angemessenen Rahmen erfolgen kann.

[71] Die Ex-ante-Evaluierung konnte, obwohl u.E. sehr wichtiges Instrument in der Selbstfindung der Lokalen Partnerschaft und der Eigenevaluierung, in dieser aus Zeitgründen nicht diskutiert werden. Es ist dies vorgesehen für die Sitzung der Lokalen Partnerschaft am 20.1.2010.

[72] „Eigenevaluierung“ im Gegensatz zu einer „Fremdevaluierung“ durch verfahrensunbeteiligte Dritte, die im Prinzip eine höhere Verlässlichkeit des Evaluierungsergebnisses bietet. Es versteht sich von selbst, dass eine solche Eigenevaluierung intersubjektiv auf Plausibilität zu überprüfen ist. Diese Plausibilitätsüberprüfung ist für die Lokale Partnerschaft am 20.1.2010 vorgesehen. In aller Unbescheidenheit glauben wir auch, dass die methodische Sauberkeit dieser Ex-ante-Evaluierung in hohem Maße gegeben ist.

Kreisstadt Heppenheim
Aktiver Kernbereich Innenstadt

EIGLER & Partner Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH

Ex-ante-Wirkungsanalyse von Maßnahmekomplexen auf Ziele

Legende	
+	sich verstärkend
-	konflikthaft
o	indifferent/neutral

Dimension des Urbanen		Funktionalität der Innenstadt							Emotionalität der Innenstadt							urbanes Leben der Innenstadt					
Maßnahmenkomplex		Markvielfalt und Markttransparenz	Verkehrsfunktionen	Wohnqualität und -attraktivität	Wohnfolgefunktion	öffentl. Infrastruktur Gesamtstadt und Region	private Infrastruktur/Einkauf, Gesundheit, soziale Dienste	Tagestourismus	Aufenthaltsqualität/Flair	Kommunikation/Unterhaltung /Freizeit	Kultur, Freizeit, Sport	Tag-/Nacht-Rhythmus, Erleben von	"Treffpunkt Innenstadt"	Erweiterung der "eigenen vier Wände"	Suche nach Kontakt in Gruppe (Jugendliche,	Rollen-Wahlmöglichkeit (Kunde, Bewohner, Flaneur)	Kommunikation mit Nachbarn und Fremden	bürgerschaftliches Engagement, polit.	öffentlicher Aktionsraum - "Bühne"	Integrationsraum - jung/alt, deutsch/fremd, arm/reich,	Attraktion für die "Dörfler" der Einfamilienhausgebiete
städtebauliche Maßnahmen	Ordnung der Räume	+	+	+	+	+	o	o	+	o	+	o	+	+	-	+	+	o	+	o	+
	Attraktivierung der Räume	o	-	+	+	o	o	+	+	+	+	+	+	+	+	o	+	o	+	+	+
	Vernetzung der Vielfalt	+	o	o	+	+	+	+	+	+	+	+	+	o	+	+	+	o	o	+	+
	Spielplätze	o	o	+	+	o	o	o	o	+	o	+	+	+	+	o	+	o	o	+	o
	Stadtpark Graben	o	-	o	+	o	o	+	+	+	+	o	+	+	+	o	+	o	o	+	o
	Kunst und Wasser im öff. Raum	o	o	o	+	+	o	+	+	o	+	o	+	+	+	o	+	o	+	+	+
	Postknoten	o	+	o	o	+	o	+	+	o	o	o	+	o	o	o	o	o	o	o	o
	Multi-funktionaler Parkhof Nord	o	o	+	+	o	o	o	+	+	+	o	+	+	+	o	+	o	o	+	+
	Gestaltung Werbung	o	o	o	+	o	o	+	+	o	o	o	+	o	o	o	o	o	+	o	+
	Park-Hinweiser, Parkkonzept	+	+	o	+	o	o	+	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o
	Jugendtreff	o	o	o	+	+	+	o	o	+	o	-	+	o	+	o	o	o	o	+	o
Handlungsfeld Wirtschaft	City-Management	+	+	o	+	+	+	o	+	o	o	+	+	o	o	o	o	+	+	o	+
	Komplettierung Marktangebot	+	+	o	+	+	+	+	+	o	o	o	+	o	o	+	o	o	o	o	+
	Frequenzträger/Kaufmagnete	+	-	o	o	o	+	+	o	o	o	-	+	o	o	o	o	o	o	o	+
	Qualitätsoffensive	+	o	o	+	o	+	+	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	+
	Standortwerbung	+	-	o	o	o	+	o	o	o	o	-	+	o	o	+	o	o	o	o	+
	Marktführer, Produktwerbung	+	o	o	o	o	o	+	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	+
Planerische Maßnahmen	Konzentration öffentlicher Funktionen	o	-	o	+	+	o	o	o	o	+	o	+	o	+	o	o	o	o	o	+
	Misstandsbeseitigung	+	o	o	+	o	o	+	+	o	o	o	+	o	o	+	o	o	o	o	+
	Wohnungsneubau-/Modernisierung	o	o	+	o	o	o	o	o	+	o	o	o	o	+	o	o	+	o	+	o
	Gestaltung Werbung	o	o	o	+	o	o	+	+	o	o	o	+	o	o	o	o	o	+	o	+
	Park-Hinweiser, Parkkonzept	+	+	o	+	o	o	+	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o

Der zweite zu überprüfende Punkt war der, welche Interdependenzen von Maßnahmen und Zielen sich darstellen. Mehr noch als die Frage, wo sich positive Wirkungen ergeben (in der Matrix grün angeleuchtet), muss dabei auf die Maßnahmen eingehen, die „unbeabsichtigte Nebenwirkungen“ haben können.

Die Gefahr solcher Konflikte und damit „unbeabsichtigter Nebenwirklungen Planerischen Handelns“ finden sich vor allem in zwei Zieldimensionen.

1. der Verkehrsfunktion
2. Im Ziel eines Tag-Nacht-Rhythmus’ von Frequenz (Dimension Wirtschaft) und Ruhe (Zieldimension Wohnen)

Hinsichtlich der **Verkehrsfunktionen** der Innenstadt liegen mögliche Konflikte auf der Hand: es sind die widerstreitenden Interessen zwischen bestmöglicher Erschließung unterschiedlicher Gruppen (Bewohner, Kunden, Geschäftsleute, Beschäftigte usw.), aber auch innerhalb der Gruppen (jung/alt…) oder sogar individuell (je nachdem, ob sich jemand als Passant, Radfahrer oder Berufspendler bewegt.). Bei der Frage des Verkehrs als Konfliktpotenzial geht es also immer um Kompromisse, die einzugehen sind – letztendlich nicht um die Frage, ob eine Maßnahmen mit Auswirkung auf den Verkehr durchzuführen ist, sondern um das **„wie“, „wie viel“ und „wann“**. (Letzteres ist eine Aufgabe der Prozesssteuerung in den Abläufen – Beispiel Umgestaltung Graben, EH-Ansiedlung auf dem Parkhof, Parkdeck etc).

Bezüglich des Ziels eines **innerstädtischen Tag-Nacht-Rhythmus’** sind ebenso über Gruppen und Individuen weitgestreute Interessen zu harmonisieren. Dies beginnt damit, dass Innenstadt natürlich auch in die Abendstunden hineinreichende „Frequenz“ bedeutet, sei es durch die Feste, sei es durch die alltägliche Gastronomie und die Außenbewirtschaftung in den Abendstunden, aber auch (denkbare) verkaufsoffene Sonntage usw. und ebenso ein rund um die Uhr durchlässiges Passagensystem, das für die Schlafbevölkerung Störungen bedeuten kann. Konfliktpotenzial ist auch, wenn man die Innenstadt für Jugendliche attraktiver machen will. (Wenn dies gelingt, reicht die Frequenz absehbar auch über die Ladenöffnungszeiten hinaus in die Abendstunden hinein.)

Im Integrierten Handlungskonzept sind Maßnahmevorschläge enthalten, die diese Konfliktpunkte aufgreifen und zu moderieren suchen. Aber es gilt hier ebenso wie bei Verkehr, dass es eher die Frage des „wie“ und des Maßes ist.

Bei aller Zurückhaltung, die bei einer Eigenevaluierung wie dieser angebracht sind, ist u.E. keine massiven Widersprüche im Integrierten Handlungskonzept zu erkennen, vor allem auch keine grundsätzlichen und antagonistischen. Es wird die Aufgabe in der weiteren Umsetzung sein, dort, wo Konflikte auftreten, diese durch Bedachtheit im Vorfeld zu berücksichtigen und zu moderieren. Diese Ex-ante-Evaluierung ist insofern als eine Merkliste für die Durchführung zu verstehen, um die Maßnahmen und Prozesse entsprechend einzutakten und zu steuern. Es sind u.E. ganz wenige Punkte, wo wir solche kritischen Momente sehen.

Ganz wesentlich ist in Hinblick auf die Öffentlichkeit im Quartier, diese immer dann, wenn temporär (etwa durch Baumaßnahmen) oder trotz allen Bemühens bleibend Beeinträchtigungen in Kauf genommen werden müssen, entsprechend zu informieren und den Konfliktpunkt als unausweichlichen in das Gesamtkonzept einzuordnen.

6 Festlegung des Fördergebiets

6.1 Instrumente der Städtebauförderung - Prüfung des geeigneten Durchführungsverfahrens

6.1.1 Instrumente des besonderen Städtebaurechts

Im Programm Aktive Kernbereiche ist die Entscheidung über das zur Durchführung erforderliche und geeignete Rechtsinstrumentarium zu treffen. Die Entscheidung der Kommune zum Sanierungsverfahren ist keine Wahlmöglichkeit, sondern im pflichtgemäßen Ermessen zu treffen. Die Entscheidung ist mit dem Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung abzustimmen.

Im Förderprogramm Aktiver Kernbereiche kann die förmliche Festlegung erfolgen sowohl als

a) Stadtumbaugebiet gem. § 171 b BauGB,

b) als Sanierungsgebiet gemäß § 142 BauGB

c) als Entwicklungsgebiet nach § 165 BauGB und

d) als Erhaltungsgebiet § 172 BauGB.

6.1.2 Prüfung der Anwendungsvoraussetzungen

a) Stadtumbaugebiet

Ziel eines kommunalen Satzungsrechts für ein Stadtumbaugebiet ist die förmliche Festlegung eines Fördergebiets zur Verbesserung von Wohn- und Arbeitsverhältnissen, zur Stärkung innerstädtischer Bereiche, zur Nutzungsänderung nicht bedarfsgerechter Anlagen und zum Rückbau von Anlagen sowie die temporäre Zuführung einer Nutzung für leerstehende Anlagen. Diese Zielsetzung trifft für das Untersuchungsgebiet Aktiver Kernbereich Innenstadt zu.

Mit der förmlichen Festlegung als Stadtumbaugebiet nach § 171 b BauGB sind keine unmittelbaren Rechtsfolgen für Private in dem Gebiet verbunden. Erst mit der Sicherung der Durchführung der Umbaumaßnahme nach § 171 d BauGB treten die Rechtswirkungen nach § 14 BauGB (Veränderungssperre) und 15 BauGB (Zurückstellung von Baugesuchen) und ein allgemeines Vorkaufsrecht nach § 24 BauGB ein.

b) Sanierungsgebiet

Bei der Durchführung der Stadterneuerungsmaßnahme nach Sanierungsrecht haben die Kommunen eine Abwägung vorzunehmen zwischen dem öffentlichen Interesse an einer zielorientierten, zügigen und wirtschaftlichen Durchführung und dem privaten Interesse an einer freien Verfügung über das Grundeigentum. Bei einer Entscheidung für eine Durchführung der Stadterneuerung als Sanierung nach § 142 BauGB müssen die Kommunen zudem über die rechtliche Eingriffsintensität entscheiden, für die es eine ganze Bandbreite an Möglichkeiten gibt.

- Zunächst besteht die Möglichkeit der Sanierungsdurchführung nach § 142 BauGB im **„klassischen Verfahren“**. Mit dessen Einleitung begründet die Kommune eine Veränderungssperre nach § 14 BauGB, die Möglichkeit der Zurückstellung von Baugesuchen nach § 15 BauGB, das allgemeine Vorkaufsrecht nach § 24 BauGB, die Genehmigungspflicht von Vorhaben nach § 144 (1) und Rechtsvorgängen nach § 144 (2) BauGB. Über den § 153 (2) BauGB ist allen Verkaufsvorgängen die Genehmigung zu versagen, bei denen der Kaufpreis oder Wert des Rechtes über dem liegt, der ohne Aussicht auf Sanierung zu erzielen wäre. Soweit sanierungsbedingte Wertzuwächse der Grundstückswerte eintreten, sind diese (in der Regel bei Abschluss der Sanierung) als Ausgleichsbetrag § 154 (1) BauGB zu erheben.
- Im so genannten „**vereinfachten Verfahren“** der Sanierungsdurchführung kann auf Elemente dieses Instrumentariums verzichtet werden, sofern die zügige und wirtschaftliche Sanierung hierdurch nicht gefährdet wird. So kann die Kommune für bestimmte Fälle die Genehmigung nach § 144 (1) oder § 144 (2) für das förmlich festgelegte Sanierungsgebiet oder Teile desselben allgemein erteilen. Sie hat auf die bodenrechtlichen Genehmigungsvorbehalte und die besonderen sanierungsrechtlichen Vorschriften gem. § 152 BauGB ff zu verzichten, sofern keine sanierungsbedingten Bodenwertzuwächse zu erwarten sind.
- Unabhängig davon, ob die Sanierung im vereinfachten oder klassischen Verfahren durchgeführt wird, gilt, dass dieses eines der stärksten Eingriffsrechte für die Kommune durch Satzungsrecht ist. Dies hat eine Bedeutung dort, wo die Kommune in Durchsetzung des öffentlichen Interesses Maßnahmen in Erwägung zieht, deren Rechtsgrundlage auch außerhalb des förmlich festgelegten Satzungsgebiets besteht wie z.B. bei einem Baugebot nach § 176 BauGB oder Modernisierungsgebot nach § 177 BauGB. In möglichen gerichtlichen Auseinandersetzungen in der Durchführung z.B. solcher Gebote wird das Gericht regelmäßig prüfen, ob die Kommune konkludent auch die im Rahmen des Sanierungsrechts zur Verfügung stehenden rechtlichen Möglichkeiten geprüft und angewandt hat. Ist dies der Fall, ist unter sonst gleichen Umständen ein Gericht geneigter, im Sinne des öffentlichen Interesses zu entscheiden.
- Modernisierungs- und Instandsetzungsmaßnahmen, die in einem Sanierungsgebiet in Abwendung eines Modernisierungs- und Instandsetzungsgebotes von Privaten durchgeführt werden, sind nach § 7 h EStG erhöht abschreibungsfähig. Diese Möglichkeit erhöhter Abschreibung besteht in den sonstigen städtebaulichen Maßnahmen nur in Entwicklungsgebieten, nicht jedoch in Stadtumbaugebieten und Erhaltungsgebieten.
- Der höheren Eingriffsintensität und damit zielgetreueren Durchführung steht gegenüber, dass eine Stadterneuerung im Sanierungsrecht einen erhöhten administrativen Aufwand hat. Dieser liegt in der Steuerung und der begleitenden Beratung von Stadt und Privaten in verfahrens- und förderrechtlichen Fragen.

c) Entwicklungsmaßnahme

Eine Entwicklungsmaßnahme nach § 165 BauGB hat im Allgemeinen die Schaffung von Bauland auf Nicht-Siedlungsflächen oder die Rückgewinnung von Bauland durch das Recyceln von Brachflächen oder Konversionsflächen zum Gegenstand. Eine förmliche Festlegung als Entwicklungsgebiet nach § 165 BauGB und die Begründung des strengen Rechtsinstrumentariums der Entwicklungsmaßnahme durch kommunale Satzung setzt voraus, dass das Wohl der Allgemeinheit dies erfordert. Dies ist insbesondere dann gegeben, wenn erhöhter Bedarf an Wohn- und Arbeitsstätten, zur Errichtung von Gemeinbedarfs- und Folgeeinrichtungen oder zur Wiedernutzung brachliegender Flächen vorliegt. Im vorliegenden Falle des Aktiven Kernbereichs Innenstadt ist dies nicht gegeben.

d) Erhaltungsgebiet

Die förmliche Festlegung als Erhaltungsgebiet kann zur Erhaltung der städtebaulichen Eigenart des Gebiets, zur Erhaltung der Zusammensetzung der Wohnbevölkerung oder bei städtebaulichen Umstrukturierungen erfolgen. Als Ergebnis der Voruntersuchung ist nicht erkennbar, dass im Untersuchungsgebiet die städtebauliche Eigenart oder die soziale Struktur gefährdet ist, und eine städtebauliche Umstrukturierung ist mit der Maßnahme nicht beabsichtigt. Eine förmliche Festlegung nach § 172 BauGB erscheint deshalb nicht als angezeigt.

6.1.3 Abwägung der förmlichen Festlegung nach dem möglichen Sanierungsverfahren

Prüfung der tatsächlichen Voraussetzungen

- Die Grundstückszuschnitte im Sanierungsgebiet sind überwiegend zweckmäßig und die Erschließungssituation zureichend.
- Es liegen jedoch in erheblichem Umfang Mängel der Gestaltung und den Funktionen vor sowie vereinzelte (dann jedoch schwerwiegende) Missstandsituationen, die ein umfassendes Eingriffsrecht der Stadt zur Sicherung der Ziele der Stadterneuerung erfordern. Von den geprüften Verfahren des besonderen Städtebaurechts am umfassendsten und bestgeeigneten ist das einer förmliche Festlegung als Sanierungsgebiet nach § 142 BauGB.
- Ein Großteil der städtebaulichen Mängel insbesondre der Gestaltung beruht auf Bauvorhaben der Vergangenheit, die nicht unter eine baurechtliche Genehmigungspflicht fallen (Fassaden, Fenster, Auslagen, Werbeanlagen, Eingänge usw.). Solche störenden Bauinvestitionen zu verhindern bedarf es der Genehmigungspflicht nach § 144 (1) BauGB für wertsteigernde Vorhaben. (Dieser Genehmigungsvorbehalt hat zudem Schutzfunktion für die privaten Bauherren.)
- In einzelnen Blöcken kann es die Notwendigkeit einer Neuordnung zur Sicherstellung künftiger Bebauung geben.
- Auch dort, wo die Grundstücke einer rechtlichen und tatsächlichen Neuordnung unerzogen werden, werden sich hinsichtlich des Maßes

der baulichen Nutzung oder der Nutzungsart keine wesentlichen planungsrechtlich bedingten Wertzuwächse ergeben.

- Bezüglich der rechtlichen Neuordnung können Grundstücksverkehrsvorgänge zu einer Erschwernis der Sanierungsdurchführung führen. Die Stadt sollte hierbei über die grundsätzliche Möglichkeit haben, durch die Ausübung des Vorkaufsrechts steuernd eingreifen zu können.
- Ein Grunderwerb durch die Stadt zur Sicherung öffentlicher Bauvorhaben ist nach dem gegenwärtigen Stand der Planung in größerem Umfang nicht erforderlich.
- Die in diesem Integrierten Handlungskonzept entwickelten Maßnahmevorschläge sind von relativ geringer Eingriffs- und Kostenintensität. Eine überschlägige Ermittlung einer zu erwartenden sanierungsbedingten Bodenwerterhöhung in Anwendung des „Niedersächsischen Modells zur Bemessung der Ausgleichsbeträge“ (Kanngießer/Bodenstein) hat ergeben[73], dass die sich in einer ex-ante-Abschätzung darstellenden Bodenwertsteigerungen unter die Bagatellklausel fallen würden.
- Im Programm Aktive Kernbereich ist eine Förderung von Privatmaßnahmen nur ausnahmsweise, bei Vorliegen erheblichen öffentlichen Interesses, möglich. Im Sanierungsgebiet liegen jedoch einige Gebäude, bei denen eine Modernisierung und Instandsetzung dringend erforderlich ist und diese gegebenenfalls auf dem Gebotsweg durch eine Abwendungsvereinbarung durchzusetzen ist. Im Falle der Durchführung in einem förmlich festgelegten Sanierungsgebiet sind die angeordneten Maßnahmen erhöht steuerlich absetzbar. Dieser Steuervorteil kann bei der Ermittlung des Kostenerstattungsbetrags berücksichtigt werden und den sich dann errechnenden Kostenerstattungsbetrag, der durch die Stadt oder aus Sanierungsmitteln auszureichen wäre, mindern.

6.1.4 Ergebnis der Abwägung und Empfehlung

Die tatsächlichen Voraussetzungen für die förmliche Festlegung als Entwicklungsgebiet oder als Erhaltungsgebiet bestehen in der Sache nicht.

Die städtebaulichen Probleme im Untersuchungsgebiet sind im Umfang und der Intensität der Maßnahmen zu ihrer Beseitigung so intensiv, dass sie mit dem Instrumentarium nach § 171 b Umbaugebiet nicht ohne die Sicherung der Durchführung nach §175 d durchgeführt werden können.

[73] Es liegt hierzu der Verwaltung der Stadt eine Berechnung und Stellungnahme vor, die am 12.10.2010 zwischen Herrn Knapp und Herrn Dr. Naumann vom Fachbereich Stadtplanung und Bauen sowie Frau Gröning für die NH als Kernbereichsmanagerin und E&P Herrn Eigler diskutiert wurde.

Nach dem Stand der Untersuchungen wird deshalb **empfohlen, das Gebiet des Aktiven Kernbereichs als Sanierungsgebiet festzulegen.**

Da aller Voraussicht nach keine sanierungsbedingten Wertsteigerungen zu erwarten sind, wird eine Durchführung im sog. Vereinfachten Verfahren, unter Ausschluss des besonderen bodenrechtlichen Instrumentariums, für ausreichend gehalten.

Weiter wird empfohlen, die Vorschriften des § 144 (1) BauGB (Genehmigungspflicht wertsteigernder Vorhaben) anzuwenden, um die Gebietsentwicklung umfassend steuern zu können. Diese Genehmigungspflicht hat – verbunden mit einer Modernisierungsberatung - für private Bauherren zugleich die Funktion des Investitionsschutzes und Förderinformation.

Das Untersuchungsgebiet hat im östlichen Teilbereich eine Überschneidung mit dem bestehenden Sanierungsgebiet Altstadt[74]. Die Altstadtsanierung ist abgeschlossen, die Sanierungssatzung soll demnächst aufgehoben werden. Dieser Teilbereich ist von der förmlichen Festlegung eines Sanierungsgebiet „Aktiver Kernbereich Innenstadt“ auszunehmen.

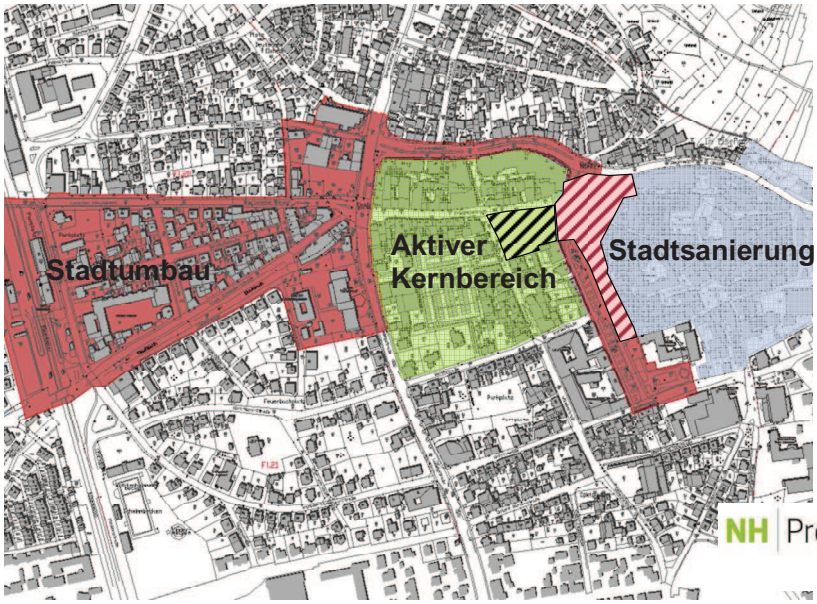
[74] Siehe auch nachfolgende Seiten

6.2 Gebietszuschnitt

Das Untersuchungsgebiet im Gebietsumriss überschneidet sich im Bereich des Gebietes Friedrichstraße-Süd, für den ein Bebauungsplan in Aufstellung ist, mit dem Gebiet des Sanierungsgebietes Altstadt, die demnächst abgeschlossen wird.

Das Untersuchungsgebiet ist ansonsten zutreffend gewählt. Nachfolgend zur Altstadtsanierung schießt sich mit dem angrenzenden Stadtumbaugebiet eine konsequente Erneuerungspolitik für die Heppenheimer Innenstadt an. Die sich aus der Untersuchung ergebenden Maßnahmeansätze für den Aktiven Kernbereich finden nicht immer nur im Untersuchungsbiet ihren Platz, sondern teilweise im angrenzenden Bereichen des Stadtumbaugebiets. Sie wurden mit der Planung des Stadtumbaus abgestimmt oder sind sowieso mit ihnen identisch. In der Kosten- und Finanzierungsübersicht sind die Maßnahmen nachrichtlich enthalten, um den Gesamtzusammenhang darzustellen. Die Maßnahmen, die zur Förderung aus dem Programm Aktive Kernbereiche anstehen, sind in der Kosten- und Finanzierungsrechnung jedoch separat und parzellenscharf gesondert vom Stadtumbaugebiet ausgewiesen.

Fördergebietsabgrenzungen in der Innenstadt von Heppenheim



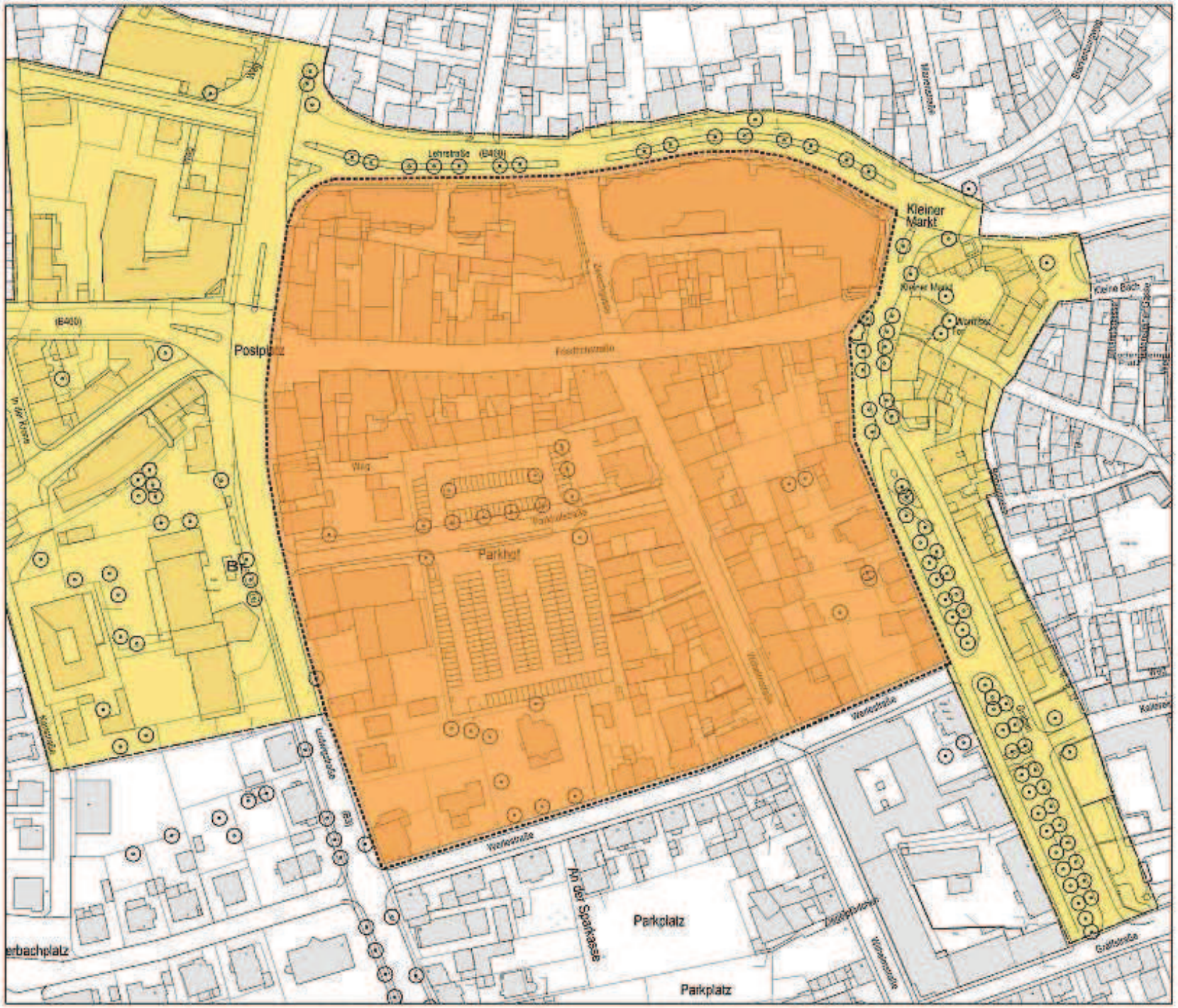
Überschneidungsbereich Aktive Kerne/Stadtsanierung

Überschneidungsbereich Stadtumbau/Stadtsanierung

- Hinsichtlich des Gebietsteiles, in dem eine Überschneidung mit dem Gebiet der Altstadtsanierung vorliegt, wurde nach intensiver Prüfung planungs- und förderrechtlicher Voraussetzungen abgestimmt, diesen Teil des Untersuchungsgebietes von einer förmlichen Festlegung nach §

142 BauGB auszunehmen. Mit dem Abschluss der Altstadtsanierung und dem aufgestellten Bebauungsplan sind die planerischen Vorbereitungen zur Realisierung der Ziele gesichert. Die Realisierung des Bebauungsplans ist somit über das Planungsrecht möglich. Durch die förmliche Festlegung als Fördergebiet des Aktiven Kernbereichs vom 26.6.2009 ist die Förderfähigkeit der dort geplanten Maßnahmen aus dem Programm Aktive Kernbereiche sichergestellt.

Wie oben dargestellt, wird grundsätzlich eine Durchführung der Stadterneuerung als Sanierung im Vereinfachten Verfahren unter Einschluss der Genehmigungspflicht nach § 144 (1) BauGB für Vorhaben, unter Verzicht auf die Genehmigungspflicht nach § 144 (2) BauGB und das besondere bodenrechtliche Instrumentarium nach § 153 BauGB empfohlen.



GEBIETSABGRENZUNG

Abgrenzung des Sanierungsgebiets "Aktiver Kernbereich" Innenstadt Heppenheim

- Bebauung, allgemein / Nebengebäude
- Untersuchungsgebiet
- Gebietsabgrenzung
- Gebiet Stadtumbau

0 50m 100m

Heppenheim - Integriertes Handlungskonzept - Aktiver Kernbereich

Bestandsanalyse

Abgrenzung des Untersuchungsgebiets 1:1000 (A3)

Kreisstadt Heppenheim

EIGLER &Partner

6.3 Finanzierung

6.3.1 Wesentliche Finanzierungsquellen

Das Bund-Länder-Programm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ ist ein ganzheitlicher Ansatz zur Revitalisierung von Innenstädten und Ortszentren. Über die traditionelle Aufgabenstellung der Sanierung hinaus ist das Programm um Handlungsfelder Wirtschaft und Beschäftigung, Ökologie und soziale und kommunikative Entwicklung erweitert. Besondere Bedeutung kommt dabei dem Institut der „Lokalen Partnerschaft“ der Beteiligung und Aktivierung zivilgesellschaftlicher Akteure zu. Die Steuerung des Gesamtvorhabens soll integriert und ressortübergreifend erfolgen. Anzustreben ist hierbei eine Mittelbündelung, in der neben den Städtebauförderungsmitteln und denen aus anderen Förderprogrammen auch Finanzierungsbeiträge der Stadt und aus der Zivilgesellschaft zur Realisierung der Maßnahmen des integrierten Handlungskonzepts koordiniert zum Einsatz kommen.

Für den Erfolg der Revitalisierung der Innenstadt Heppenheims ist das Zusammenwirken der Maßnahmen aus dem Programm Aktive Kernbereiche mit denen des Stadtumbaus entscheidend. Zur Darstellung der Zielsetzung des Gesamtkonzepts für die Innenstadt und des Ineinandergreifens der Maßnahmen aus beiden Programmen beinhaltet die Kosten- und Finanzierungsübersicht auch die nachrichtliche Nennung der im Rahmen des Stadtumbaus beabsichtigten Maßnahmen.

Die Revitalisierung der Innenstadt – als die Gebiete des Aktiven Kernbereichs und des Stadtumbaus – steht auf folgenden Säulen

- Förderung aus dem Programm Aktive Kernbereiche
- Förderung aus dem Programm Interkommunaler Stadtumbau
- Finanzierungen aus integrierbaren Förderprogrammen
- Finanzierungsbeiträge der Stadt
- Finanzierungsbeiträge Privater Grundeigentümer
- Finanzierungsbeiträge von Investoren
- Ko-Finanzierungen durch Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetz
- Erschließungsbeiträge bzw. Ausbaubeiträge
- Verfügungsfonds

6.3.2 Die Bedeutung einzelner Finanzierungsquellen

Das Grundgerüst der Finanzierung zur Revitalisierung der Innenstadt in Heppenheim liegt mit Bestimmtheit in den Förderungen aus beiden Städtebauförderungsprogrammen Aktive Kernbereiche und Stadtumbau.

Die Finanzierungsbeiträge Privater sind im Wesentlichen solche Modernisierungs- und Neubaumaßnahmen, die in der den Zielen des Aktiven Kernbereichs entsprechend zu einer Verbesserung des Erscheinungsbildes (Neugestaltung von Fassaden und deren Begrünung), der Stärkung des Wohnens (durch Umnutzung von Büroflächen zu Wohnzwecken und Wohnumfeldmaßnahmen auf privaten Grundstücken) und der Verbesserung der Nutzung

von Gewerbeeinheiten bestehen. Für solche in den Programmen Stadtumbau und Aktive Kernbereiche nur ausnahmsweise förderfähigen Maßnahmen ist es wichtig, die indirekte Förderung über die erhöhte Abschreibung in Sanierungsgebieten und aus dem Denkmalschutz zu erschließen[75].

Die Finanzierungsbeiträge von Investoren sind vorrangig zu sehen in den Bemühungen um die Ansiedlung eines Lebensmitteleinzelhandels durch Neubau.

Von anderen planerischen und administrativen Maßnahmen wie einem verbesserten Parkraumbewirtschaftungskonzept, Änderungen der Verkehrsführung usw. sind die Finanzierungsbeiträge der Stadt vor allem in der Veräußerung oder Überlassung in Erbpacht von städtischen Liegenschaften für die Vorhaben von Investoren zu sehen.

Für den **Verfügungsfonds** bestehen einige Überlegungen zur Aufbringung eines Fondskapitals, die jedoch noch nicht abschließend geklärt sind:

- Einrichtung einer **Innenstadt-Tombola:** Ziel ist, bei einer mit Preisen ausgestatteten Tombola die Reinerlöse aus dem Losverkauf an die Bewohner und die vielen Besucher der Stadt einem Kernbereichsfonds zuzuführen. Die rechtlichen Voraussetzungen (Hessisches Glücksspielgesetz) und die Wirtschaftlichkeit müssen noch näher bestimmt werden.
- Fund-Raising/Einwerben von **Sponsoren-Mitteln:** Einige regional namhafte Unternehmen haben ihren Sitz in der Innenstadt oder in angrenzenden Gebieten. Ein Sponsoring durch diese und auch kleinere Unternehmen erscheint nicht aussichtslos.
- **Beiträge aus der örtlichen Wirtschaft** und von Interessensvertretungen bzw. deren Anrechnung auf Fondseinlagen. Aus der Wirtschaft (frühere Werbegemeinschaft, jetzt Wirtschaftsvereinigung Heppenheim) werden jährlich Netto-Sachaufwendungen von rd. 20 T€ getätigt, die für Veranstaltungen und Events verausgabt werden. Sie werden aufgebracht durch Spenden der Geschäftsleute und verwandt durchweg für Maßnahmen, die als Innenstadt-Marketing zu verstehen sind.

Die Verwendung der durch die Programmmittel zu einem Verfügungsfonds aufgestockten privaten Finanzierungsbeiträge könnte für im Rahmen des Programms nicht förderfähige Maßnahmen erfolgen, wie Fortführung des Innenstadt-Marketings durch Events und Veranstaltungen, Werbeinitiativen (z.B. Einkaufsführer), der Förderung modellhafter Werbeanlagengestaltung, Initiativen zur besseren Warenpräsentationen, der Förderung von Fassadenmaßnahmen und Schaufenstergestaltung usw. Dies wären dies zum Teil Maßnahmen des einzurichtenden City-Managements in der Kooperation mit der städtischen Wirtschaftsförderung und dem Stadtmarketing, zum Teil städtebauliche Maßnahmen in fördernder Ergänzung einer Modernisierungsberatung bei Maßnahmen, die durch das Programm Aktive Kernbereiche nicht förderfähig sind.

[75] siehe auch die Begründung für die Empfehlung zur förmlichen Festlegung als Sanierungsgebiet

7 Kosten- und Finanzierungskonzept

7.1 Aktionsplan Innenstadt – Projektierte Maßnahmen zur Entwicklung der Innenstadt

Unter den Stichworten der maßnahmeorientierten und zeitlich befristeten Förderung und der Bündelung von Ressourcen ist der zielgenaue und effiziente Einsatz der Städtebaufördermittel Anliegen aller neueren städtebaulichen Förderprogrammen. Der Wirksamkeit der Maßnahmen und die Synergien aus der Integration von Handlungsgeldern verschiedener Ressorts kommt deshalb eine große Bedeutung zu. Dies gilt für das Förderprogramm Aktive Kernbereiche ebenso wie die Förderung im Stadtumbau, dessen Gebiet an den Aktiven Kernbereich Innenstadt angrenzt.

Ziel ist ein integriertes, in den Einzelmaßnahmen Gesamtkonzept, das sowohl die Maßnahmen des Aktiven Kernbereichs wie die des Stadtumbaus vereinigt und zeitlich und in der Wirkung aufeinander abstimmt. Im Fall der Innenstadt Heppenheims mit den drei Verfahren der demnächst abgeschlossenen Altstadtsanierung, des interkommunalen Stadtumbaus und dessen Maßnahmeschwerpunkten in der Innenstadt und dem Programm Aktiver Kernbereich Innenstadt ist eine solche Gesamtsicht die Voraussetzung dafür, die auf die Kernstadt gerichteten Programme zu verkoppeln, um eine erfolgversprechende Wirksamkeit zu erreichen.

Die Aufgabe einer Kosten- und Finanzierungsübersicht ist es deshalb, alle im Rahmen der Gesamtmaßnahme erforderlichen Einzelmaßnahmen zu bezeichnen, in den voraussichtlichen Kosten und Umsetzungszeiträumen abzuschätzen und die Finanzierung nach dem gegenwärtigen Kenntnisstand zu disponieren. Bei der Finanzierung ist die Nachrangigkeit der einzusetzenden Städtebauförderungsmittel gegenüber anderen Finanzierungsquellen und Förderprogrammen zu berücksichtigen.

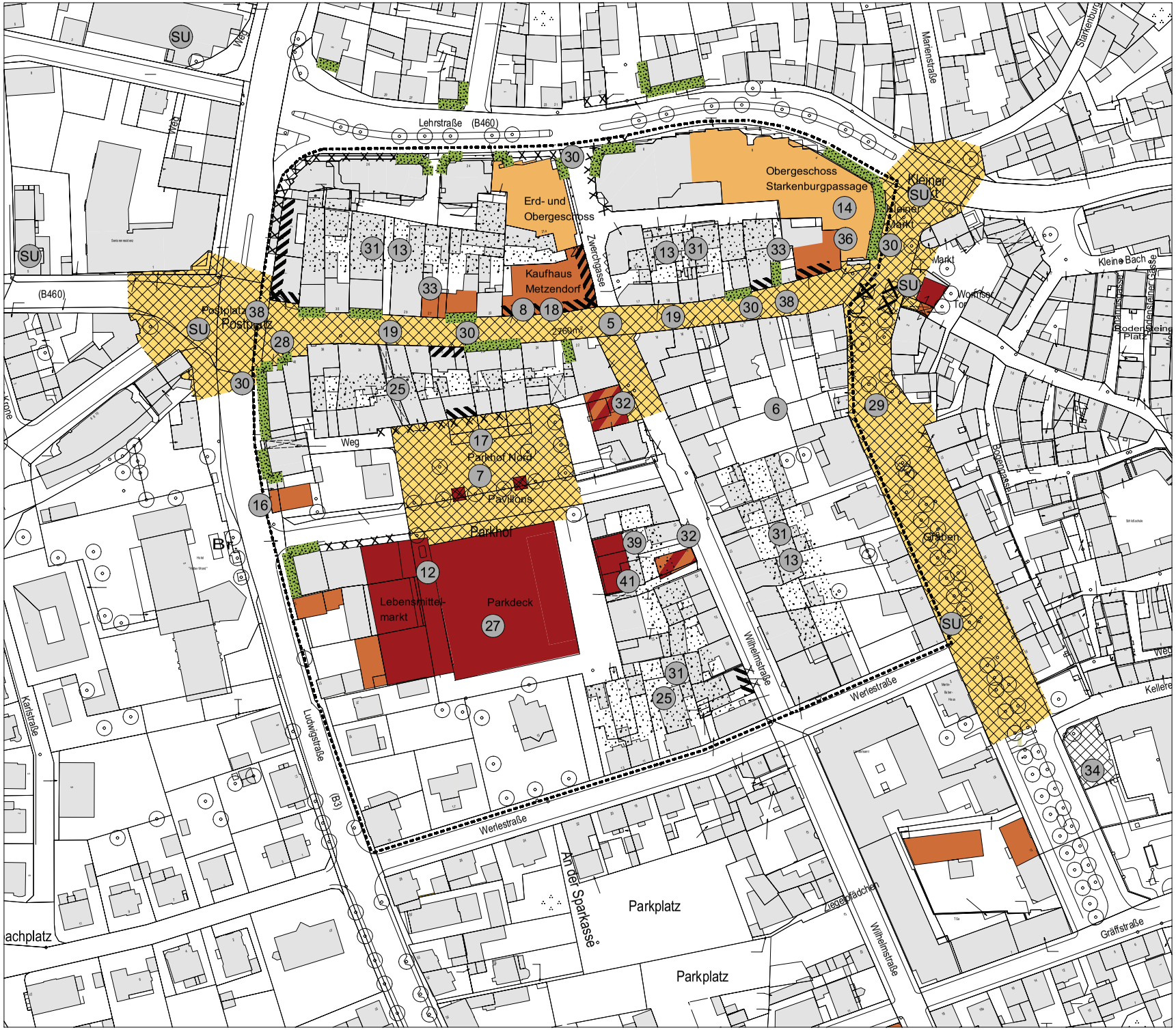
Die im Maßnahmenplan dargestellte Gesamtübersicht folgt dieser Zielsetzung, alle für die Innenstadtentwicklung relevanten Maßnahmen in einer Gesamtsicht zu präsentieren. Vorab zur Kosten- und Finanzierungsübersicht der Maßnahmen aus dem Aktiven Kernbereich erfolgt im Folgenden die Darstellung in finanzieller Hinsicht unter Angabe des bezogenen Förderprogramms und anderer Finanzierungsquellen.

Die Gesamtinvestition in der Innenstadt über beide Förderprogramme angestoßenen Maßnahmen beläuft sich nach gegenwärtigem Kenntnisstand auf rd. 13,4 Mio Euro. Es ist dabei zu berücksichtigen, dass die Anstoßwirkung für die Investition privater Bauherren im Gebiet derzeit nicht überblickt werden kann. Die Annahmen über die durch die Förderung angestoßenen Privatmaßnahmen sind nur insoweit eingegangen, als sie direkt Fördermaßnahmen betreffen. Nachbar- und Umgebungseffekte, die es zweifellos geben wird, sind nicht berücksichtigt.

Kreisstadt Heppenheim
Aktiver Kernbereich Innenstadt
Zeit- und Maßnahmenplan (Stand 3.6.2010)

EIGLER &Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH

Maß.-Nr.	Maßnahme Projekttitel	förderfähige Kosten	Umsetzungszeitraum / erwartete Kassenfälligkeit im Aktiven Kernbereich Innenstadt									
			Jahr	Jahr	Jahr	Jahr	Jahr	Jahr	Jahr	Jahr	Jahr	Jahr
			2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	Kernbereichsmanagement	320 T€	40 T€	50 T€	50 T€	45 T€	40 T€	35 T€	25 T€	20 T€	10 T€	5 T€
2	Integriertes Handlungskonzept	64 €	64 T€									
3	zusammengelegt/entfallen											
4	Verfügungsfonds	200 €		50 T€	50 T€	50 T€	50 T€					
5	Umgestaltung des Kreuzungsbereichs Friedrichstraße/Wilhelmstraße	300 T€		50 T€	250 T€							
6	Umlegung und Freilegung des Blockinnenbereich Südliche Friedrichstraße	310 T€		100 T€	210 T€							
7	Parkhof: Gesamtkonzept zur Nutzung und Gestaltung	35 T€	35 T€									
8	Mod.-untersuchung und Nutzungskonzept Friedrichstr. 21 ("Metzendorf")	60 T€	30 T€	30 T€								
9	Citymanagement	150 €	30 T€	50 T€	40 T€	30 T€						
10	Gestaltungskonzept für den Aktiven Kernbereich Innenstadt	40 T€	27 T€	13 T€								
10 a	Städtebauliche Beratung Privater	100 €	15 T€	20 T€	20 T€	15 T€	10 T€	10 T€	10 T€			
11	Gestaltungskonzept Werbeanlagen Innenstadt	15 T€	7 T€	8 T€								
12	Konzeptentwicklung für Ansiedlung eines Lebensmittelsupermaktes	10 T€	10 T€									
13	Modellhaftes Konzept für die Neugestaltung eines Blockinnenbereichs	15 T€		15 T€								
14	Mod.untersuchung zur Umnutzungsmöglichkeiten des OG-Bereichs der Starkenburgpassage	10 T€		10 T€								
15	Modernisierungsuntersuchung und Umnutzungsmöglichkeiten des EG und 1. OG-Bereichs der Friedrichststr. 21 a	20 T€		20 T€								
16	Modernisierungsuntersuchung Wohngebäude Ludwigstr 6/Ecke Parkhofstr.	30 T€		30 T€								
17	Parkhof-Nord, Schaffung einer mehrfunktionalen Spiel- und Aufenthaltsfläche	393 T€		200 T€	193 T€							
18	Friedrichstr. 21 "Metzendorf"-Kaufhaus, Modernisierung und Instandsetzung unter Förderung (Kostenerstattungsbetrag)	200 T€			200 T€							
19	Umgestaltung Friedrichstraße	356 T€		200 T€	156 T€							
20	Bürgerbeteiligungen zur Vorstellung des IHK "Aktiver Kernbereich Innenstadt" und Bürgerbeteiligung Sanierung	4 T€	4 T€									
21	Flyer "Aktiver Kernbereich"	12 T€	4 T€			4 T€			4 T€			
22	Internet-Auftritt "Aktiver Kernbereich" und kontinuierliche Aktualisierung	22 T€		12 T€	2 T€	2 T€	2 T€	2 T€	2 T€			
23	zusammengelegt/entfallen											
24	zusammengelegt/entfallen											
25	Beräumung von 3 Blockinnenbereiche in Vorbereitung der Herstellung von blockinternen Freiflächen in den Blöcken Lehrstr./Friedrichstraße West und Ost	75 T€			25 T€	25 T€	25 T€					
26	Abbruch leerstehender und untergenutzter Gebäude im Block zwischen Wilhelmstr. und Parkhof-Ost	120 T€				120 T€						
27	Erstellung eines Parkdecks am Parkhof	500 T€			200 T€	300 T€						
28	Umgestaltung Postillon-Brunnen	6 T€		6 T€								
29	Kunst im öffentlichen Raum: "Skulpturenpark"	80 T€			30 T€	25 T€	25 T€					
30	Fassadenbegrünung Friedrichstraße/Verfügungsfonds											
31	Hofbegrünungen, Dachterrassen	0 T€										
32	Neuer Wohnraum durch Umnutzung leerstehnder Büro- und Gewerbeflächen	0 T€										
33	Aufstockung von Gebäuden Friedrichstr. 5 und 27 zur Stärkung der Wohnfunktion	0 T€										
34	Jugendtreff											
35	"Generationen-Treff"	43 T€		22 T€	21 T€							
36	Bühne Innenstadt - Show-Room für bildenden Künstler in temporärer Nutzung	43 T€		22 T€	21 T€							
37	Ludwigstr. 6, Ecke Parkhofstr., Kostenerstattungsbetrag	200 T€				200 T€						
38	Sanierung von stadtbildstörenden Fassaden	100 T€		25 T€	45 T€	30 T€						
39	Bereich Parkhof Ostseite, Betriebsverlagerung, Sozialplan	50 T€				50 T€						
40	Finanzierungskosten Zwischenerwerbs Parkhof Ost/Wilhelmstraße	30 T€				15 T€	15 T€					
41	Wohnungsneubau Neubau Parkhof Ostseite/Wilhelmstr.	0 T€										
E&P, Eigler	Insgesamt	3.913 T€	266 T€	933 T€	1.513 T€	911 T€	167 T€	47 T€	41 T€	20 T€	10 T€	5 T€
	aus den Programmitteln kumulativ kassenwirksam im jeweiligen Jahr		266 T€	1.199 T€	2.712 T€	3.623 T€	3.790 T€	3.837 T€	3.878 T€	3.898 T€	3.908 T€	3.913 T€



HANDLUNGSKONZEPT

Maßnahmen, baulich und gestalterisch

- Bebauung, Gebäude, Bestand
- Neubauten
- Sanierung der vorhandenen Bausubstanz
- Umnutzung einzelner Gebäudeebenen
- Sanierung des Gebäudes oder Abriss und Neubau
- Umgestaltung der Straßen- und Platzflächen (Möblierung, Beleuchtung, etc.)
- Neuordnung und Gestaltung der Quartiersinnenbereiche
- Sanierung und Neugestaltung Fassaden
- Gestaltung der Erdgeschosszone und Schaufenster
- Fassadenbegrünung
- 34 Maßnahmenspezifizierung gemäß Listenbeschreibung (Kofi)

0 10m 50m 100m

Heppenheim - Integriertes Handlungskonzept - Aktiver Kernbereich
Projekt

Handlungskonzept
Bearbeitungsabschnitt

Maßnahmenplan
Planinhalt

1:1000 i.O.
Maßstab

090501
Projektnummer

Eig
Projektleitung

Bo
Bearbeitung/Datum

Gepr/Abt/Datum

Freigegeben/Datum

AA2 i.O.
Blattgröße

2/1/06
Plannummer

Kreisstadt Heppenheim
Großer Markt 1
64646 Heppenheim
Bauherr/Auftraggeber

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH

EIGLER & Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung mbH
Südstraße 51 • 64589 Stockstadt/Rhein
Tel. 06158 784684 • Fax 784683
email: info@esprojekt.de

Diese Zeichnung ist unser Eigentum und darf ohne unsere Genehmigung weder vervielfältigt oder verwertet werden, noch dürfen Mitteilungen, auch in Details, an dritte Personen gemacht werden. (§ 1 vom 19.6.1901 + §16 vom 7.6. 1909 Urhebergesetz)

Kreisstadt Heppenheim
Aktiver Kernbereich Innenstadt und Stadtumbau
Kosten- und Finanzierungsübersicht - Gesamtübersicht aller innenstadtrelevanter Maßnahmen

EIGLER &Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH

Kostengruppe	Maßnahme	lfd. Nr. der Einzelmaß-nahme	Gesamt-kosten	Finanzierung
I Vorbereitung der Einzelmaßnahme			Gesamt	
I	Modernisierungsuntersuchung und Nutzungskonzept Friedrichstr. 21 ("Metzendorf"), Einleitung eines	8	60 T€	Aktiver Kernbereich
I	Modernisierungsuntersuchung zur Umnutzungsmöglichkeiten des OGs der Starkenburgpassage	14	10 T€	Aktiver Kernbereich
I	Modernisierungsuntersuchung zur Umnutzung des EG und 1. OG-Bereichs der Friedrichststr. 21 a	15	20 T€	Aktiver Kernbereich
I	Modernisierungsuntersuchung Wohngebäude Ludwigstr 6/Ecke Parkhofstr.	16	30 T€	Aktiver Kernbereich
I	Konzeptentwicklung für Ansiedlung eines Lebensmittelsupermaktes	12	10 T€	Aktiver Kernbereich
I	Konzept zur modellhaften Neugestaltung eines Blockinnenbereichs	13	15 T€	Aktiver Kernbereich
I	Gestaltungskonzept für den Aktiven Kernbereich Innenstadt	10	40 T€	Aktiver Kernbereich
I	Umgestaltungskonzept Graben	SU	50 T€	Stadtumbau
I	Gestaltungskonzept Werbeanlagen Innenstadt	11	15 T€	Aktiver Kernbereich
I	Parkhof: Gesamtkonzept zur Nutzung und Gestaltung	7	35 T€	Aktiver Kernbereich
II Steuerung				
II	Kernbereichsmanagement	1	320 T€	Aktiver Kernbereich
III Vergütung Beauftragte				
III	Integriertes Handlungskonzept	2	63 T€	Aktiver Kernbereich
III	Städtebauliche Beratung Privater	10	100 T€	Aktiver Kernbereich
III	Verfügungsfonds	4	400 T€	Aktiver Kernbereich/ Private
III	Citymanagement	9	150 T€	Aktiver Kernbereich
IV Öffentlichkeitsarbeit				
IV	Bürgerversammlung 2010 zur Vorstellung des IHK "Aktiver Kernbereich Innenstadt"	20	4 T€	Aktiver Kernbereich
IV	Flyer "Aktiver Kernbereich"	21	12 T€	Aktiver Kernbereich
IV	Internet-Auftritt "Aktiver Kernbereich"/Contentmanagement, onkl. "Pflege"	22	22 T€	Aktiver Kernbereich
V Grunderwerb				
V	Erwerb von Grundstücken			
V	Zwischenerwerb Ludwigstr. 6	ST	60 T€	Stadt
V	Kleiner Mark 4/ Übergang zur Altstadt	SU	205 T€	Stadtumbau
V	Kosten des Zwischenerwerbs Parkhof Ost/Wilhelmstraße in Vorbereitung einer Neuordnung	40	500 T€	Aktiver Kernbereich
VI Ordnungsmaßnahmen				
VI	Umgestaltung Friedrichstraße, Pflasterteilerneuerung, Möblierung, Beleuchtung, Spielskulpturen	19	357 T€	Aktiver Kernbereich
VI	Umgestaltung des Kreuzungsbereichs Friedrichstraße/Wilhelmstraße	5	300 T€	Aktiver Kernbereich
VI	Umlegung und Freilegung des Blockinnenbereich Südliche Friedrichstraße	6	310 T€	Aktiver Kernbereich
VI	Umgestaltung Postplatz und Postknoten	SU	150 T€	Stadtumbau-Programm
VI	Umgestaltung des Kleinen Marktes/Übergang zur Altstadt und in nördl. Wohnbezirke	SU	470 T€	Stadtumbau-Programm
VI	Beräumung von 3 Blockinnenbereiche in Vorbereitung der Herstellung von blockinternen Freiflächen	25	75 T€	Aktiver Kernbereich
	Abbruchmaßnahmen			
VI	Abbruch leerstehender und untergenutzter Gebäude Wilhelmstr. 13 - 17	26	120 T€	Aktiver Kernbereich
VI	Kleiner Markt 4/Übergang zur Altstadt, Offenlegung des Stadtbachs	SU	70 T€	Stadtumbau-Programm
VI	Abbruchmaßnahmen im Zusammenhang mit der neuen Verkehrsführung am Postknoten	SU	150 T€	Stadtumbau/ GVFG
VII Verbesserung der Verkehrsverhältnisse				
VII	Erstellung eines Parkdecks am Parkhof	27	2.775 T€	Stadt/Aktiver Kernbereich
VII	Hinführung ins Zentrum durch Wegführung für PKWs/Individualverkehr	SU	25 T€	Stadtumbau-Programm
VII	Parkleitssystem, Ausschilderung	SU	50 T€	Stadtumbau-Programm
VII	Parkraumbewirtschaftungskonzept/ Änderung der bestehenden Regelunen des Parkens	ST	50 T€	Stadt
VIII Wohnumfeldmaßnahmen und Stadtbildverbesserung				
VIII	öffentlich			
VIII	Parkhof-Nord, Schaffung einer mehrfunktionalen Spiel- und Aufenthaltsfläche	17	393 T€	Aktiver Kernbereich
VIII	Gestaltung der öffentl Freifläche am Graben zum Stadtparkl I. BA	SU	250 T€	Stadtumbau-programm
	Gestaltung der öffentl Freifläche am Graben II. BA	SU	250 T€	Stadtumbau-programm
	Gestaltung der öffentl Freifläche am Graben inkl. Kriegerdenkmal und Schülerbushaltestelle III. BA	SU	250 T€	Stadtumbau-programm
VIII	Umgestaltung Postillon-Brunnen	28	6 T€	Aktiver Kernbereich
VIII	Kunst im öffentlichen Raum: "Skulpturenpark" - temporäre Nutzung des öffentl. Raums durch	29	80 T€	Aktiver Kernbereich
VIII	privat			
VIII	Fassadenbegrünung Friedrichstraße	30	30 T€	Aktiver Kernbereich
VIII	Hofbegrünungen, Dachterrassen	31	120 T€	Privat
IX Neubau von Gebäuden				
	Wohngebäude			
IX	Neuer Wohnraum durch Umnutzung leerstehnder Büro- und Gewerbeflächen	32		privat/Wohnungsbauförderung
IX	Aufstockung von Gebäuden Friedrichstr. 5 und 27 zur Stärkung der Wohnfunktion und zur	33		privat/Wohnungsbauförderung
IX	Wohnungsneubau Neubau Parkhof Ostseite/Wilhelmstr.	41	1.200 T€	privat/Wohnungsbauförderung
	Gemeinbedarfseinrichtungen			
IX	Jugendtreff	34		Stadt/Aktiver Kernbereich
IX	"Generationen-Treff"	35	43 T€	Aktiver Kernbereich/ Stadt
IX	Bühne Innenstadt - Anziehungspunkt Kunst: Show-Room für bildenden Künstler, temporärer Nutzung	36	43 T€	Aktiver Kernbereich
X Abbruchmaßnahmen		siehe Ordnungsmaßnahmen		
XI Modernisierung				
XI	Wohngebäude			
XI	Ludwigstr. 6, Ecke Parkhofstr.	37	600 T€	Privat/ Aktiver Kernbereich
XI	Gemeinbedarfseinrichtungen			
XI	Sonstige			
XI	Friedrichstr. 21 "Metzendorf"-Kaufhaus, Modernisierung und Instandsetzung unter Förderung	18	4.339 T€	Privat/ Aktiver Kernbereich
XI	Sanierung von stadtbildstörenden Fassaden	38	300 T€	Privat/ Verfügungsfonds
XII Verlagerung und Änderung von Betrieben				
XII	Bereich Parkhof Ostseite, Betriebsverlagerung, Sozialplan	39	50 T€	Aktiver Kernbereich
XII	Postknoten/ neue Verkehrsführung: außerhalb des Gebietes Aktiver Kernbereich	SU		Stadtumbau/ GVFG/Stadt
Summe Insgesamt		**14.976 T€**		

Die Maßnahmen aus beiden Programmen ergeben nach der Disposition folgende Struktur nach Kostengruppen:

Kreisstadt Heppenheim
Aktiver Kernbereich und Stadtumbau

Städtebauförderungsbedarf in der Innenstadt
nach Kostengruppen in T€ und in % der vorgesehenen Gesamtkosten
Insgesamt und davon im Programm Aktive Kernbereich Innenstadt
Stand: 4.6.2010

	Gesamtkosten inkl. Stadtumbau		davon Kosten im Aktiven Kernbereich	
	in T€	in %	in T€	in %
I Vorbereitung der Maßnahmen	285 T€	2%	235 T€	6%
II Steuerung	320 T€	2%	320 T€	8%
III Vergütung Planer und Beauftragte	713 T€	5%	513 T€	13%
IV Öffentlichkeitsarbeit	38 T€	0%	38 T€	1%
V Grunderwerb	765 T€	5%	30 T€	1%
VI Ordnungsmaßnahmen	2.002 T€	13%	1.162 T€	30%
VII Verbesserung der Verkehrsverhältnisse	2.900 T€	19%	500 T€	13%
VIII Wohnumfeldmaßnahmen, Stadtbildverbesserung	1.379 T€	9%	479 T€	12%
IX Neubau von Gebäuden	1.285 T€	9%	85 T€	2%
X Abbruchmaßnahmen	600 T€	4%	200 T€	5%
XI Modernisierung	4.639 T€	31%	300 T€	8%
XII Verlagerung und Änderung von Betrieben	50 T€	0%	50 T€	1%
Gesamt	**14.976 €**	**100%**	**3.913 €**	**100%**

Der Schwerpunkt aller Maßnahmen liegt folglich in den Ordnungsmaßnahmen, den Wohnumfeld- und der Modernisierung. In der Disposition der Fördermittel im Programm Aktive Kernbereiche liegt der Förderbedarf bei rund 4 Mio Euro. (Die Position „Grunderwerb“ ist ein durchlaufender Posten, da es sich nur um einen Zwischenerwerb handelt und aus dem Prgramm Aktive Kernbereiche nur die Finanzierungskosten förderfähig sind.)

7.2 Förderungsbedarf aus dem Förderprogramm Aktive Kernbereiche

Die nachfolgende Übersicht zeigt an, in welchem Haushaltsjahr nach der gegenwärtigen Finanzdisposition die Fördermittel kassenwirksam bereitgestellt werden müssen. Es zeigt sich hieraus ein Schwerpunkt der Maßnahmedurchführung beginnend in 2011 bis 2014.

Aktiver Kernbereich Innenstadt -
Erforderliche Bereitstellung von Fördermitteln aus dem Programm Aktive Kernbereiche 2010 bis 2019
nach Haushaltsjahren und kumulativ

Jahr	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
vorauss. kassenwirksam p.a.	266 T€	906 T€	1.700 T€	682 T€	237 T€	47 T€	41 T€	20 T€	10 T€	5 T€
kumulativ kassenwriksam	266 T€	1.171 T€	2.871 T€	3.553 T€	3.790 T€	3.837 T€	3.878 T€	3.898 T€	3.908 T€	3.913 T€

Die Refinanzierung der Erneuerungsmaßnahme kann derzeit nur unvollständig eingeschätzt werden. Für den Aktiven Kernbereich ergibt sich bei einem liquditätswirksamen Förderbedarf von rund 3,9 Mio Euro unter Berücksichtigung sonstiger Finanzierungsquellen ein Netto-Förderbedarf aus dem Programm Aktive Kernbereiche von rd. 3,7 Mio Euro.

Kreisstadt Heppenheim **Aktiver Kernbereich und Stadtumbau** **Komplementäre Finanzierungen zur Städtebauförderung in der Innenstadt** **Stand: 4.6.2010**		
Bedarf an Programmmitteln gemäß Kosten- und Finanzierungsübersicht		**3.913 T€**
Sonstige Finanzierungsquellen		
Stellplatzablösebeiträge		noch nicht zu bestimmen
Förderung nach Gemeindeverkehrs-finanzierungsgesetz GVFG		noch nicht zu bestimmen
Einnahmen aus Erschließungs-/Ausbaubeitragssatzung		noch nicht zu bestimmen
Förderung durch Denkmalschutz		noch nicht zu bestimmen
Verfügungsfonds - Einnahmen (aus Sponsoring, Beiträgen der Wirtschaft und einer Tombola) Es bestehen Überlegungen, durch Sponsoring, Beiträge aus der Wirtschaft und eine Innenstadt-Tombola ein Fondskapital aufzubringen, das durch Fördermittel aufgestockt werden kann. Einnahmen Sponsoring Wirtschaft Tombola	 50 T€ 60 T€ 90 T€	**200 T€**
Einnahmen aus dem wirtschaftlichen Betrieb von Einrichtungen		noch nicht zu bestimmen
Einnahmen aus Verkaufserlösen Erlöse aus Grundstücksverkäufen (hier nur in Höhe der förderfähigen Zwischenfinanzierungkosten)		**30 T€**
Sonstige Einnahmen und Finanzierungsquellen		**230 T€**
Nettokosten der Erneuerung Aktiver Kernbereich/Programmmittel		**3.683 T€**

Bezüglich des Verfügungsfonds ist dieser in die Kosten- und Finanzierungsübersicht eingestellt für Maßnahmen eines Marketings und für im Programm Aktive Kernbereiche nicht förderfähige Maßnahmen. Für die Aufbringung eines Fondsgrundstocks wurden Gespräche geführt, die eine Grundausstattung des Verfügungsfonds möglich erscheinen lassen. Es geht hierbei um Beiträge aus der Wirtschaft in Form eines Sponsorings. Als Fund-Raiser kann hierbei das City-Management fungieren. Zudem ist daran gedacht, eine Innenstadt-Tombola[76] zu veranstalten. Dies geschieht in verschiedenen Städten mit zum Teil erheblichem Reinerlös. Hierzu sind jedoch noch eine Reihe von Abklärungen zur wirtschaftlichen und rechtlichen Machbarkeit[77] zu treffen.

7.3 Maßnahmen im Kernbereich

Die nachfolgenden Übersichten geben unter Hervorhebung des Aktiven Kernbereichs alle für die Innenstadtentwicklung wirksamen Maßnahmen an, soweit sie derzeit zu überblicken sind. Die Maßnahmen sind nach Kostengruppen gegliedert und erläutert.

[76] Für eine auf im weitesten sinne öffentliches Interesse gerichtete Tombola gibt es eine Reihe von Beispielen, von der Finanzierung von Straßenfesten und Events bis hin zu mehrjährig laufenden „Altstadt-Lotterien“. Die Kombination von Gewinnaussicht mit gemeinnützigem Verwendungszweck könnte bei der hohen Zahl von (Tages-)Touristen in Heppenheim ein Potenzial haben.

[77] Bezüglich der wirtschaftlichen Machbarkeit ist neben der Frage von Zusagen eines Sponsorings (als „letters of intent” und einer Kalkulation der Wirtschaftlichkeit vor allem auch die Frage des Antragsverfahrens für eine Zulassung nach dem Hessischen Glücksspielgesetzes (GlüG) zu klären.

Kreisstadt Heppenheim
AktiverKernbereich Innenstadt
Kosten- und Finanzierungsübersicht

EIGLER &Partner
Gesellschaft für Kommunalberatung und Projektmanagement mbH

Kostengruppe / Maßnahme		lfd. Nr. der Einzelmaß-nahme	Gesamt-kosten	Finanzierung	förderf. Kosten im Aktiven Kernbereich	Förder-priorität	Erläuterung
I Vorbereitung der Einzelmaßnahme							
I	**Modernisierungsuntersuchung und Nutzungskonzept Friedrichstr. 21 ("Metzendorf"), Einleitung eines Gebotsverfahrens**	**8**	60 T€	Aktiver Kernbereich	60 T€	**1**	Nach vergebl. Verhandlungen ist eine Modernisierungsuntersuchung und Nutzungskonzept Metzendorf mit Maßnahmenplan für ein Mod.- und Instandsetzungsgebot erforderlich und die Validierung des Nutzungskonzepts durch Marktsondierung, nachfolgend die Erörterung eines Mod.Gebotes nach § 175 BauGB mit dem Ziel einer Abwendungvereinbarung
I	**Modernisierungsuntersuchung zur Umnutzungsmöglichkeiten des OG-Bereichs der Starkenburgpassage**	**14**	10 T€	Aktiver Kernbereich	10 T€	**2**	Es ist erkennbar, dass das 1. OG der Starkenburg-Passage nicht in der genehmigten Nutzung oder ohne größer bauliche Veränderungen nachvermietet werden kann. Die Untersuchung soll nachhaltige Nachnutzungsmöglichkeiten, geg.falls unter Einschluss einer Umnutzung zu Wohnzwecken ermitteln.
I	**Modernisierungsuntersuchung zur Modernisierungs- und Umnutzungsmöglichkeiten des EG und 1. OG-Bereichs der Friedrichststr. 21 a**	**15**	20 T€	Aktiver Kernbereich	20 T€	**2**	Es ist erkennbar, dass das EG und 1. OG der Friedrichstr. 21 a ohne größere bauliche Veränderungen nicht nachvermietet werden können. Die Untersuchung soll nachhaltige Nachnutzungsmöglichkeiten, geg.falls unter Einschluss einer Umnutzung im 1. OG zu Wohnzwecken ermitteln.
I	**Modernisierungsuntersuchung Wohngebäude Ludwigstr 6/Ecke Parkhofstr.**	**16**	30 T€	Aktiver Kernbereich	30 T€	**1**	Modernisierungsunersuchung für das denkmalgeschützte, zu Wohnzwecken genutzte Gebäude. Das teilbewohnte Gebäude beeinträchtigt im Eingang zum zentralen Parkplatz das Stadtbild.
I	**Konzeptentwicklung für Ansiedlung eines Lebensmittelsupermaktes**	**12**	10 T€	Aktiver Kernbereich	10 T€	**1**	Die Ansiedlung eines Lebensmittelhandels ist Ziel. Nachdem die Bemühungen, diesen auf drei privaten Grundstücken der Ludwigstr. zu realisieren, gescheitert ist, ist eine Ansiedlung auf städtischem Grund am Parkhof beabsichtigt. Zur Vorbereitung bzw. städtebaulichen Integration ist für die Stadt ein Konzept zu erstellen bzw. sind städtebauliche und EH-spezifische Beratungsleistungen erforderlich
I	**modellhaftes Konzept zur Neugestaltung eines Blockinnenbereichs zur Verbesserung der Wohnumfeldqualität**	**13**	15 T€	Aktiver Kernbereich	15 T€	**1**	Die Verbesserung des unmittelbaren Wohnumfeldes ist eine wesentliche Maßnahme zur Stärkung der Wohnfunktion. Die Blockinnenbereiche vor allem in den hochverdichteten Bereichen sind zu einem großen Teil versiegelt und mit störenden Einbauten versehen, so dass selbst diese Ruhebereiche für die Bewohner unwirtlich sind. In vier besonders misständlichen Bereichen (Friedrichstr. West/Lehrstraße 930 qm, Freidrichstr.Ost /Lehrstr. 525 qm, Friedr.str. West-Parkhof 410 qm, Parkhof-Süd/Wilhemstr 950 qm) sind Konzepte zur Neuordnung und der Beseitigung von störenden Einbauten zu entwickeln. Der Honoraransatz zur Vorbereitung ist ein Pauschalbetrag
I	**Gestaltungskonzept für den Aktiven Kernbereich Innenstadt**	**10**	40 T€	Aktiver Kernbereich	40 T€	**1**	Erarbeitung eines Gestaltungskonzepts für die Friedrichstr. unter Einschluss Straßenmöblierung, Straßen- und Fassadenbegrünung als Grundlage der Beauftragung von Planungen zur Umsetzung von Teilbereichen im Sinne eines corporate urban designs des Heppenheimer Haupteinkaufsbereichs.
	Umgestaltungskonzept Graben	**SU**	50 T€	Stadtumbau	0 T€	**1**	Die Umgestaltung des Grabens ist Bestandteil des Stadtumbauprogramms und dort in den Kosten eingestellt. Die Erwähnung erfolgt hier nachrichtlich zur Darstellung des Gesamtkonzepts
I	**Gestaltungskonzept Werbeanlagen Innenstadt**	**11**	15 T€	Aktiver Kernbereich	15 T€	**1**	Erarbeitung der Grundlagen für eine Werbegestaltungssatzung, um die derzeit gestalterisch störenden Werbeträger im sinne eines corporate urban designs zu steuern.
I	**Parkhof: Gesamtkonzept zur Nutzung und Gestaltung Parkhof zur Herstellung einer Multifunktionsfläche Parkhof-Nord und der Unterbringung eines eines Parkdecks für entfallende Stellplätze**	**7**	35 T€	Aktiver Kernbereich	35 T€	**1**	Zur Vorbereitung der Umnutzung des bisher als Parklatz genutzten Parkhof (Nordseite) als mehrfachnutzbarer und multifunktioneller Platz und zur Ansiedlung eines Lebensmittel-Einzelhandels auf dem Parkhof-Süd sind zur Entscheidungsvorbereitung Konzepte in Alternativen zu entwickeln. Es liegen hierzu Vorarbeiten zum Parkhof-Nord aus der Stadtverwaltung vor. Ein Teil der Kosten in Höhe von 20T€ wurde bereits beantragt.

Kostengruppe	Maßnahme	lfd. Nr. der Einzelmaß-nahme	Gesamt-kosten	Finanzierung	förderf. Kosten im Aktiven Kernbereich	Förder-priorität	Erläuterung
II Steuerung							
II	**Kernbereichsmanagement**	**1**	320 T€	Aktiver Kernbereich	320 T€	**1**	Kernbereichsmanagement, Laufzeit 8 Jahre, jahresdurchschnittlich 40 T€ entspr. rd. 250 Leistungsstunden p.a. zur Projektsteuerung der Gesamtmaßnahme. Das Kernbereichsmanagement wurde nereits beantragt und für die beiden ersten Jahre beauftragt.
III Vergütung Beauftragte							
	Integriertes Handlungskonzept	**2**	63 T€	Aktiver Kernbereich	63 €		Das Integerierte Handlungskonzept wurde bereits beantragt und beauftragt.
III	**Städtebauliche Beratung Privater**	**10**	100 T€	Aktiver Kernbereich	100 €	**1**	Städtebauliche Beratung zur Begleitung von privaten Baumaßnahmen, ca. 160 h p.a. Um private Bautätigkeit anzuregen und grestalterisch zu steuern ist eine städtebauliche Beratung unverzichtbar.
III	**Verfügungsfonds**	**4**	400 T€	Aktiver Kernbereich/ Private(Sponsoren, Wirtschaft, Tombola)	200 €		Die Maßnahme wurde schon im Aufnahmeantrag begründet. Es ist beabsichtigt, einen Verfügungsfonds einzrurichten, um damit nicht förderfähige Maßnahmen des Stadtmarketings und Veranstaltung und nicht förderfähige private Baumaßnahmen zu fördern. Es bestehen Überlegungen zur Aufbringen des Fondskapitals (Sponsoring, Tombola), die jedoch noch nicht abschließend abgestimmt sind..
III	**Citymanagement**	**9**	150 T€	Aktiver Kernbereich	150 €	**1**	Citymanagement, beginnend 2. HJ 2010, degressiv bis zur Überführung in Regelstrukturen im Jahr 2014. Das Citymanagement soll als Clearingstelle zwischen Stadt, Stadtmarketing, lokaler Ökonomie und Grundeigentümer zur Verbesserung des Branchenmixes und der Ansiedlung zusätzlicher Gewerbebetriebe, vorzugsweise des Einzelhandels, wirken. Anzustreben ist des weiteren die Vereinheitlichung der Ladenöffnungszeiten, eine Qualitätskampagne sowie Maßnahmen zur Verbesserung der Kundenorientierung (Angebot, Beratung, Service) in Zusammenarbeit mit der lokalen Wirtschaft. Zugleich soll das Citymanagement Standortwerbemaßnahmen und einen Einkaufsführer koordinieren, damit die Innenstadt in der Konkurrenz zu nicht integrierten Standorten Wettbewerbsnachteile abbaut.
IV Öffentlichkeitsarbeit							
IV	**Bürgerversammlungen 2010 zur Vorstellung des IHK "Aktiver Kernbereich Innenstadt" und Sanierungsziele**	**20**	4 T€	Aktiver Kernbereich	4 T€	**1**	Für die Vorstellung des IHK und die Beteiligung zur förmlichen Festlegung sind ein oder zwei Veranstaltung erforderlich. Ausgewiesen sind hier nur Sachkosten für Saalmiete und Referentenhonorare.
IV	**Flyer "Aktiver Kernbereich"**	**21**	12 T€	Aktiver Kernbereich	12 T€	**1**	Flyer in 3-jährlicher Neuauflage
IV	**Internet-Auftritt "Aktiver Kernbereich"**	**22**	22 T€	Aktiver Kernbereich	22 T€	**1**	Internetpräsentation von Ziel und Aktivitäten im Aktiven Kern in einem Content-Managementsystem mit der Möglichkeit, Veranstaltungen von Dritten etc. dort zu platzieren. Nur Kosten für EDV-Support
V Grunderwerb							
V	**Erwerb von Grundstücken**						
V	**Zwischenerwerb Ludiwgstr. 6**		60 T€	Stadt	0 T€	**1**	Es ist beabsichtigt, das Gebäude aus einer Zwangsverwaltung heraus zu erwerben, um es unter der Auflage der Modernisierung zu veräußern
V	**Kleiner Mark 4/ Übergang zur Altstadt**	**SU**	205 T€	Stadtumbau	0 T€	**3**	Der Übergang von Altstadt und Innenstadt erfolgt über das zugebaute Wormser Tor. Diese Passage wird als Barriere zwischen Altstadt und Innenstadt wahrgenommen. Das dortige Gebäude neben dem Wormeser Tor sollte von der Stadt erworben werden, um es abzubrechen und in die Platzgestaltung des Kleinen Marktes einzubeziehen und die Verbindung zwischen Altstadt und Innenstadt zu verbessern. Der Zeitpunkt ist mittelfristig. Die Maßnahme liegt im Geltungsbereich der Altstadtsanierung und künftigem Stadtumbaugebiet. Sie ist u.E. in das IHK des Stadtumbaus aufzunehmen. Geschätzte Kosten: für rd 160 qm Grunderwerb (Richtwert 370 €/qm) mit 2-geschossigem Gebäude (Restwert 1600 cbm à 100 €/cbm): geschätzt 205 T€.
V	**Zwischenerwerb von Grundstücken**						
V	**Kosten des Zwischenerwerbs Parkhof Ost/Wilhelmstraße in Vorbereitung einer Neuordnung**	**40**	500 T€	Aktiver Kernbereich	30 T€	**2**	Eventualposition. Zwischenerwerb kann bei der Neuordnung der Ostseite des Parkhofs zur Wilhelmstraße erforderlich werden, sei es aus einem Übernahmeverlangen der Alteigentümer bei vorgesehenen Überplanungen, sei es zur Durchführung einer zügigen Neuordnung mit dem Ziel der Realisierung der Planungsziele.ca 1000 qm à 270 €/qm gem. Richtwert, Gebäuderestwert 200 T€ pauschal Eventualposition. förderfähig sind nur die Zwischenfinanzierungskosten (30T€)

Kostengruppe	Maßnahme	lfd. Nr. der Einzelmaß-nahme	Gesamt-kosten	Finanzierung	förderf. Kosten im Aktiven Kernbereich	Förder-priorität	Erläuterung
VI Ordnungsmaßnahmen							
VI	**Umgestaltung Friedrichstraße, Pflasterteilerneuerung, Möblierung, Beleuchtung, Spielskulpturen, historische Erläuterungstafeln zur Stadtgeschichten**	**19**	357 €	Aktiver Kernbereich	357 T€	**1**	Friedrichstraße: Teilerneuerung des Pflasters und Neumöblierung der Friedrichstraße, Verbesserung der Beleuchtung, Begrünung (soweit möglich) sowie Einbringen des Elements Wasser in der auch "Bachgass" genannten Friedrichstraße entsprechend des Gestaltungskonzepts Innenstadt. Gesamtfläche Friedrichstraße: 3.400 qm, davon zu erneuem bzw. umzugestalten rd. 30 % à 100 € qm, zuzügl. Beleuchtung 100 T€, Spielegerät 40 T€, Bänke und sonst. Straßenraummöbel 20 T€, Brunnen 50 T€, 2 straßenübergreifende Rankgerüste inkl Pflanzen à 6T€, Erläuterungstafeln zur Stadtgeschichte 5T€. Gesamtkosten geschätzt inkl Planungshonorar.
VI	**Umgestaltung des Kreuzungsbereichs Friedrichstraße/Wilhelmstraße**	**5**	300 T€	Aktiver Kernbereich	300 T€	**2**	Die Umgestaltung des Kreuzungsbereichs wurde bereits bei Programmaufnahme beantragt. Kosten sind unverändert; die zeitliche Ausführung wurde jedoch zurückgestellt nach Vorliegen des Innenstadt-Gestaltungskonzepts
VI	**Umlegung und Freilegung des Blockinnenbereich Südliche Friedrich-straße**	**6**	310 T€	Aktiver Kernbereich	310 T€	**1**	Die Umgestaltung des Blockinnenbereichs Südl. Friedrichstraße wurde bereits bei Programmaufnahme beantragt.Die Kosten sind unverändert; die zeitliche Ausführung wurde jedoch zurückgestellt nach Vorliegen des Innenstadt-Gestaltungskonzepts
VI	**Umgestaltung Postplatz und Postknoten**	**SU**	150 T€	Stadtumbau	0 T€	**3**	Verbesserung und Erleichterung der Verbindung von der westlichen Kernstadt, den dortigen Handelsgeschäften und vom Bahnhof in die Innenstadt. Pauschalierter Ansatz
VI	**Umgestaltung des Kleinen Marktes/Übergang zur Altstadt und in nördl.. angrenzende Wohnbezirke**	**SU**	470 T€	Stadtumbau	0 T€	**2**	Herstellung eines Aufenthalts- und Festplatzes unter Verbesserung des Übergangs in die nördl. Stadtteile und Anbindung der Altstadt und des künftigen Stadtparks "Graben", Pflasterteilerneuerung 75 % von 1800qm à 200€/qm, Möblierung, Beleuchtung, Herstellung eines neuen Brunnens 80T€, versetzen neu pflanzen von zwei Bäumen 5T€, Umbau Blumenrabatte
VI	**Beräumung von 3 Blockinnenbereiche in Vorbereitung der Herstellung von blockinternen Freiflächen in den Blöcken Lehrstr./Friedrichstraße West und Ost**	**25**	75 T€	Aktiver Kernbereich	75 T€	**1**	hier nur Kosten der Beräumung und der Entfernung störender Einbauten. Der Ansatz ist ein Pauschalansatz.
	Abbruchmaßnahmen						
VI	**Abbruch leerstehender und untergenutzter Gebäude im Bereich zwischen Wilhelmstr. und Parkhof-Ost (Wilhelmstr. 13 - 17)**	**26**	120 T€	Aktiver Kernbereich	120 T€	**2**	Eventualposition. In diesem Bereich liegen einige nicht erhaltenswerte Gebäude, die für eine Neuordnung abzubrechen sind. Die Rechtsgrundlagen für eine Neuordnung und den Abbruch sind erst noch zu schaffen. Der Zeitpunkt der Durchführung ist ungewiss, ebenso die sich ergebenden Kosten für Abbruch und geg.falls Zwischenerwerb durch die Stadt. Der Betrag ergibt sich aus ca 1500 cbm à 80/€ für Abbruch und Entsorgung.
VI	**Kleiner Markt 4/Übergang zur Altstadt, Offenlegung des Stadtbachs**	**SU**	70 T€	Stadtumbau	0 T€	**3**	Abbruch des den Übergang zur Altstadt versperrenden Gebäudes an der Ostseite des kleinen Marktes. Rd. 1000 cbm à 70€/cbm. Zeitpunkt mittelfristig
VI	**Abbruchmaßnahmen im Zusammenhang mit der neuen Verkehrsführung am Postknoten**	**SU**	150 T€	Stadtumbau/ GVFG	0 T€	**3**	Im Zuge des geplanten Umgestaltung des Postknotens im Rahmen des Interkommunalen Stadtumbaus wird es dort zu Abbruchmaßnahmen zugunsten neuer Verkehrsführung kommen. Die Kosten der Abbruchmaßnahmen sind der Stadtumbaumaßnahme bzw. der Maßnahme einer neuen Verkehsführung zuzuordnen.
VII Verbesserung der Verkehrsverhältnisse							
VII	**Erstellung eines Parkdecks am Parkhof**	**27**	2.775 T€	Stadt/Aktiver Kernbereich	500 T€	**1**	Kompensation von in der Innenstadt entfallenden Parkplätzen durch die Herstellung eines Parkdecks für ca. 150 PKWs. Herstell.kosten 7.500€/Stellplatz entspr. 1,125 Mio €, davon unrentierlich rd. 30 % (geschätzt)
VII	**Hinführung ins Zentrum durch Wegführung für PKWs/Individualverkehr und Fußgänger und Radfahrer**	**SU ?**	25 T€	Stadtumbau	0 T€	**1**	Ausschilderung "Zentrum/Altstadt" in den Eingangsbereichen der Stadt, ca 20 Schilder (inkl. Wiederholung) Diese Maßnahme ist Teil des Konzepts Interkommunaler Stadtumbau.
VII	**Parkleitssystem, Ausschilderung**	**SU ?**	50 T€	Stadtumbau	0 T€	**2**	Ausschilderung der Parkmöglichkeiten in der Innenstadt, ca 20 Schilder (inkl. Wiederholung)
VII	**Parkraumbewirtschaftungskonzept/ Änderung der bestehenden Regelungen des Parkens**	**ST**	50 T€	Stadt	0 T€	**1**	Die Ermittlung der Grundlagen erfolgt auf der Basis des Verkehrskonzepts, das in Erarbeitung ist, unter Berücksichtigung von Vorschlägen und Überlegungen aus der Aktiven Partnerschaft. Die Umsetzung erfolgt durch die Verwaltung.

Kostengruppe / Maßnahme		lfd. Nr. der Einzelmaß-nahme	Gesamt-kosten	Finanzierung	förderf. Kosten im Aktiven Kernbereich	Förder-priorität	Erläuterung
VIII Wohnumfeldmaßnahmen und Stadtbildverbesserung							
VIII	öffentlich						
VIII	Parkhof-Nord, Schaffung einer mehrfunktionalen Spiel- und Aufenthaltsfläche	17	393 T€	Aktiver Kembereich	393 T€	1	Herstellung des mehrfach nutzbaren Parkhof-Nord zur Verbesserung des innerstädtischen Freiflächenangebots.Fläche ca 1900 qm, Herstellungskosten inkl. Entsiegelung 80€/qm, 20 Bäume à 4T€, 1 Kiosk mit Toiletten à 55T€, 1 multifunkt. Pavillon à 35T€, Fahrbahnränder 200m à 50€, "intelligentes Spielgerät" 20T€, Sandkasten, Schachplatz 10T€. Bänke und sonstige Möblierung 20T€; 20 % Planungshonorar
VIII	Gestaltung der öffentl Freifläche am Graben zum Stadtpark I. BA	SU 1	250 T€	Stadtumbau	0 T€	1	Der I.BA dieser Maßnahme ist nach Auskunft NH Frau Brechmann bereits im Rahmen des Stadtumbaus bewilligt. Der Graben liegt außerhalb des Untersuchungsgebiets Aktiver Kernbereich im Gebiet des Stadtumbaus. Der Graben soll zur öffentl. Park umgestaltet werden.Der kleine angrenzende Platz mit dem Kiregerdenkmal soll hierin einbezogen werden. Die Fläche beträgt ca 7000 qm.
	Gestaltung der öffentl Freifläche am Graben II. BA	SU 2	250 T€	Stadtumbau	0 T€	2	Diese Maßnahme ist im Rahmen des Stadtumbaus vorgesehen, aber noch nicht terminiert.
	Gestaltung der öffentl Freifläche am Graben inkl. Kriegerdenkmal und Schülerbushaltestelle III. BA	SU 3	250 T€	Stadtumbau	0 T€	2	Diese Maßnahme ist im Rahmen des Stadtumbaus vorgesehen, aber noch nicht terminiert.
VIII	Umgestaltung Postillon-Brunnen	28	6 T€	Aktiver Kembereich	6 T€	2	Der Postillon-Brunnen ist nutzungsunfreundlich. Auf Wunsch der Lokalen Partnerschaft ist dessen Einfassung so umzugestalten, dass das Brunnenwasser ohne Gefahr für die Gesundheit erleb- und bespielbar wird. Vorbehaltlich der Zustimmung des Künstlers ist der Brunnen umzugestalten und für Jung und Alt nutzungsfreundlicher zu gestalten.
VIII	Kunst im öffentlichen Raum: "Skulpturenpark" - temporäre Nutzung des öffentl. Raums durch bildende Kunst	29	80 T€	Aktiver Kembereich	80 T€	2	Attraktivierung der Innenstadt durch Skulpturen im öffentlichen Raum. Die andernorts erprobte Überlegung: bildende Künstler stellen wechselnd und befristet ihre (robusten) Werke auf Plätzen und Wegen auf und nutzen den öffentlichen Raum als Ausstellungs- und Verkaufsfläche. Die Stadt trägt Kosten für Transport und Versicherung sowie für die Aufstellung.Wechselausstellung im öffentlichen Raum, mit einer begrenzten Zahl von Objekten (5 bis 8 max, jeweils ein halbes Jahr). Kosten je nach Objekt und Transportweg 3 bis 5 T€. Erprobungsphase 3 Jahre (Wechselausstellung).
VIII	privat						
VIII	Fassadenbegrünung Friedrichstraße	30	30 T€	Aktiver Kembereich	0 T€	1	Begrünung der Fassaden Friedrichstraße Nordseite Wein, Friedrichstr. Südseite Kletterhortensien oder Efeu zur Betonung des lokalen Kolorits einer Weinstadt. Ca. 12 Gebäude mit durchschnittlich Kosten von 2.500 € für Rankgerüste und Pflanzen. Dem Maßnahmevorschlag geht eine frühere, allseits begrüßte Initiative im Quartier voraus, die im Sande verlaufen ist. Der Betrag stellt die Obergrenze einer Anreizförderung von 50 % bei Bereitschaft aller Eigentümer dar.
VIII	Hofbegrünungen, Dachterrassen	31	120 T€	Privat/Aktiver Kembereich	0 T€	1	Förderung der Anlage von Freiflächen bei Mietgebäuden. Das Wohnen in der Innenstadt hat das Defizit, dass insbesondere in den hoch verdichteten Bereichen sich durch das Fehlen von Aufenthaltsflächen im Freien eine soziale Entmischung einstellt. Entsiegelte und begrünte Hofflächen könnten dem Abhelfen. Ihre Anlage erfordert die Zustimmung der Eigentümer und geg.falls die Entsiegelung. Ziel sind 10 Initialmaßnahmen, für die eine Anreizförderung notwendig ist.
IX Neubau von Gebäuden							
	Wohngebäude						
IX	Neuer Wohnraum durch Umnutzung leerstehnder Büro- und Gewerbeflächen	32	Kosten sind noch nicht zu ermitteln	privat/Woh-nungsbauförde rung	0 T€	2	Innerhalb des Aktiven Kembereichs Innenstadt gibt es geringe Flächenreserven für eine Neubebauung mit Wohnungen. Bei gegebener zurückhaltender Nachfrage nach Gewerbeflächen kann Wohnungsbau jedoch im Bereich zwischen Parkhof-Ostseite und Wilhelmstraße möglich werden. Über Volumina, Wohnformen und Förderweg und Förderbedarf kann gegenwärtig nur spekuliert werden. Eine Förderung im Rahmen des Programms Aktive Kernbereiche wäre ohnedies nachrangig zu anderen Förderprogrammen.
IX	Aufstockung von Gebäuden Friedrichstr. 5 und 27 zur Stärkung der Wohnfunktion und zur Beseitigung städtebaulicher Erscheinungsmängel	33	Kosten sind noch nicht zu ermitteln	privat/Woh-nungsbauförde rung	0 T€	2	Die Geschoßigkeit der Bauten der Stadterweiterung Ende des 19. Jahrhundert wurde mehrfach durchbrochen, so dass die 1- bis 2-geschossigen Gebäude Friedrichstr. 5 und 27 nunmehr in der Höhenentwicklung der Friedrichstr. unangepasst und geradezu stadtbildstörend erscheinen. In der Anpassung der Geschossigkeit dieser Gebäude liegt zum einen eine Chance, neuen Wohnraum zu schaffen und die Wohnfunktion der Innenstadt zu stärken, zum andern auch ein einheitliches Stadtbild der Friedrichstraße zu fördern. Ob hier eine Aufstockung oder gar Abbruch und Neubau die zielführendere und wirtschaftlichere Maßnahme ist, kann erst eine Untersuchung klären.
IX	Wohnungsneubau Neubau Parkhof Ostseite/Wilhelmstr.	41	1.200 T€	privat/Woh-nungsbauförde rung	0 T€	3	Wohnungsneubau im Block Parkhof-Ost/Wilhemstr. Nach Abbruch nicht erhaltenswerter Gebäude kann ein Volumen von gesch. 600 qm Netto-Wohnfläche neu entstehen. Kosten 2T€/qm

Kostengruppe	Maßnahme	lfd. Nr. der Einzelmaß-nahme	Gesamt-kosten	Finanzierung	förderf. Kosten im Aktiven Kernbereich	Förder-priorität	Erläuterung
	Gemeinbedarfseinrichtungen						
IX	**Jugendtreff**	**34**	Kosten sind noch zu ermitteln	Stadt/Aktiver Kernbereich		**2**	Obwohl Schulstandort ist die Innenstadt weitgehend frei von Jugendlichen. Zum einen für den Aufenthalt von Fahrschülern, aber auch, um den Kindern und Jugendlichen hier eine Innenstadtattraktion zu bieten, ist es sinnvoll, ein einfaches Nachmittagsangebot zu bieten. Um dies zu erproben, wäre ein nichtkommerzieller Jugendtreff, u.U. Betrieb durch einen Träger der Wohlfahrtspflege, sinnvoll. Die Maßnahme ist mit dem Sozialdezernat in Bedarf und etwaigem Konzept noch nicht abgestimmt und bleibt deshalb bis auf weiteres ohne Kostenansatz.
IX	**"Generationen-Treff"**	**35**	43 T€	Aktiver Kernbereich/ Stadt	43 T€	**2**	Schaffung eines nicht kommerziellen generationenübergreifenden Innenstadttreffs als temporärer Nutzung von leer stehenden Ladenflächen in der Starkenburg-Passage; Kostenansatz hier einmalige Ausstattung 15 T€, Reinigung, Versicherung und zweijähriges Nutzungsentgelt (6 € warm/qm bei 120 qm). Die sozialpädagogische Betreuung als nicht forderfähiger Bestandteil liegt in den Kosten bei der Stadt oder einem beauftragten Träger.
IX	**Bühne Innenstadt - Anziehungspunkt Kunst: Show-Room für bildenden Künstler in temporärer Nutzung von leerstehenen Ladenflächen**	**36**	43 T€	Aktiver Kernbereich	43 T€	**1**	Nutzung von leerstehenden Gewerbeflächen der Starkenburg-Passage als Ausstellungs- und Schau-/Verkaufsräume bildender Künstler mit Wechselausstellungen. Nutzungsvereinbarung zwischen Stadt und Eigentümern bei Nutzungsentgelt wie oben (120 qm). Konzept und Trägerschaft der Ausstellung bei den lokalen Künstlern (Künstlerhaus)
X Abbruchmaßnahmen		siehe oben unter Ordnungsmaßnahmen					
XI Modernisierung							
XI	**Wohngebäude**						
XI	**Ludwigstr. 6, Ecke Parkhofstr., Kostenerstattungsbetrag**	**37**	600 T€	Privat/ Aktiver Kernbereich	200 T€	**2**	Das denkmalgeschützte Gebäude ist in einem sehr schlechten Bauzustand und beeinträchtigt durch sein Erscheinungsbild das Ankommen in der Innenstadt negativ. Die Beseitigung des Misstandes wird zu unrentierlichen Kopsten in erheblicher Höhe führen. Für diesen Ansatz ist eine pauschalierte Förderung von 30 % bezogen auf eine BGF von 300qm und Kosten von 2000€/qm BGF entspr. 600T€ überschlägig kalkuiert
XI	**Gemeinbedarfseinrichtungen**						
XI	**Sonstige**						
XI	**Friedrichstr. 21 "Metzendorf"-Kaufhaus, Modernisierung und Instandsetzung unter Förderung (Kostenerstattungsbetrag bei Durchsetzung eines Modernisierungs-gebotes oder einer Abwendungs-vereinbarung)**	**18**	4.339 T€	Privat/ Aktiver Kernbereich	200 T€	**1**	Kostenerstattungsbetrag bei der Durchsetzung eines Mod.Gebotes zur Wiedernutzung und Beseitigung des städtebaulichen Missstandes. In welcher Höhe unrentierliche Kosten anfallen, kann erst bei Vorliegen des Nutzungskonzepts und des Maßnahmenkatalogs ermittelt werden. Ansatz für die Ermittlung des KEBs: Grundfläche 678 qm, Mod.Kosten 1600€/qm brutto, 4-Geschosse, NettoGF 75%, Hypothekenzins 5 %, Mieterlös 10€/qm bei rein gewerbl. Nutzung, Bewirtsch.kosten 20 % des Mieterlöses.
XI	**Sanierung von stadtbildstörenden Fassaden**	**38**	300 T€	Privat/ Aktiver Kernbereich/ Verfügungsfonds	100 T€	**2**	In der Haupteinkaufsstraße gibt es einige mittlerweile sanierungsbedürftige Fassaden aus den 70er Jahren, die bezüglich Erhaltungszustand, Materialwal, Fassadengliederung etc. das Gesamtbild sehr neagativ beeinflussen. Es handelt sich insbesondere um die Friedrichstr. 3, 7, 30, Friedrichstr 30 Hinterhaus (zur Parkhofstr,) Darmstädter Str. 1 und 3. Anreizförderung aus dem Aktiven Kernbereich oder Verfügungsfonds
XII Verlagerung und Änderung von Betrieben							
XII	**Bereich Parkhof Ostseite, Betriebsverlagerung, Sozialplan**	**39**	50 T€	Aktiver Kernbereich	50 T€	**2**	Die Neuordnung des Bereichs Parkhof-Ostseite/Wilhelmstraße kann den Abbruch von wirtschaftlich nicht erhaltbaren Gebäuden zur Folge haben und gegebenenfalls die Verlagerung von dort noch in Nischenexistenz bestehenden Kleinbetrieben. Der hierfür angegebene Kostenansatz ist eine Eventualposition.
XII	**Postknoten/ neue Verkehrsführung der Nibelunenstraße: Betriebsverlagerungen aufgrund von Maßnahmen außerhalb des Fördergebietes Aktiver Kernbereich**	**SU**	Kosten sind noch nicht zu ermitteln	Stadtumbau/ GVFG/Stadt		**3**	Im Zuge des geplanten Umgestaltung des Postknotens wird es dort zu Abbruchmaßnahmen zugunsten neuer Verkehrsführung kommen und notwendigen Betriebs-verlagerungen.Ersatzflächen für die Betriebsverlagerung können im aktiven Kernbereich Innenstadt bereitgestellt werden. die Kosten sind im Stadtumbauprogramm einzuordnen..
		Kosten insgesamt			**Aktiver Kernbereich**		
Summe	**Insgesamt**	**14.978 T€**			**3.913 T€**		

8 Organisation

Ein Vorschlag zur Rollenverteilung der Akteure bei der Umsetzung des Integrierten Handlungskonzepts wurde in der vierten Sitzung der Lokalen Partnerschaft vorgestellt und andiskutiert.

- **Politik und Verwaltung der Kreisstadt Heppenheim**

  Im Zentrum der Aufgaben zur Umsetzung des Integrierten Handlungskonzeptes steht die Kreisstadt Heppenheim durch den Bürgermeister, den Magistrat und die Verwaltung. Diese zentrale Stellung versteht sich von selbst hinsichtlich der erforderlichen Beschlüsse zum Integrierten Handlungskonzept, den einzelnen Maßnahmen und der Einstellung der erforderlichen Haushaltsmitte. Die Rolle der Stadt geht jedoch darüber hinaus, indem die Umsetzung eines Integrierten Handlungskonzeptes auch die Koordination verschiedener Ressorts und Ämter beinhaltet und die Einbettung der Maßnahmen der Innenstadt in alle Konzepte der Gesamtstadtentwicklung.

- **Lokale Partnerschaft:**

  Die lokale Partnerschaft ist die Lenkungsgruppe für die Initiierung und Umsetzung aller Maßnahmen des Integrierten Handlungskonzepts. In der paritätischen Besetzung durch Politik und Verwaltung und Vertreter der Zivilgesellschaft ist die Lokale Partnerschaft nicht nur Ideengeber und Kreativpool, sondern auch Repräsentant für die Zielsetzung des Aktiven Kernbereichs Innenstadt in der Öffentlichkeit, die städtischen Gremien und in der Verwaltung. Die Lokale Partnerschaft bereitet deshalb nicht nur Entscheidungen vor, sondern achtet auch auf die Umsetzung.

- **Kernbereichsmanagement:**

  Das Kernbereichsmanagement hat im Schwerpunkt die Aufgabe der Steuerung technischer und kaufmännischer Abläufe. Als Treuhänder für die Fördermittel obliegt ihm das Finanzierungsmanagement. Es informiert und berät die Stadt wie die örtlich Beteiligten in allen mit der Innenstadtentwicklung zusammenhängenden Fragen. Es übernimmt die Öffentlichkeitsarbeit und die Vorbreitung der förmlichen Beteiligungsverfahren.

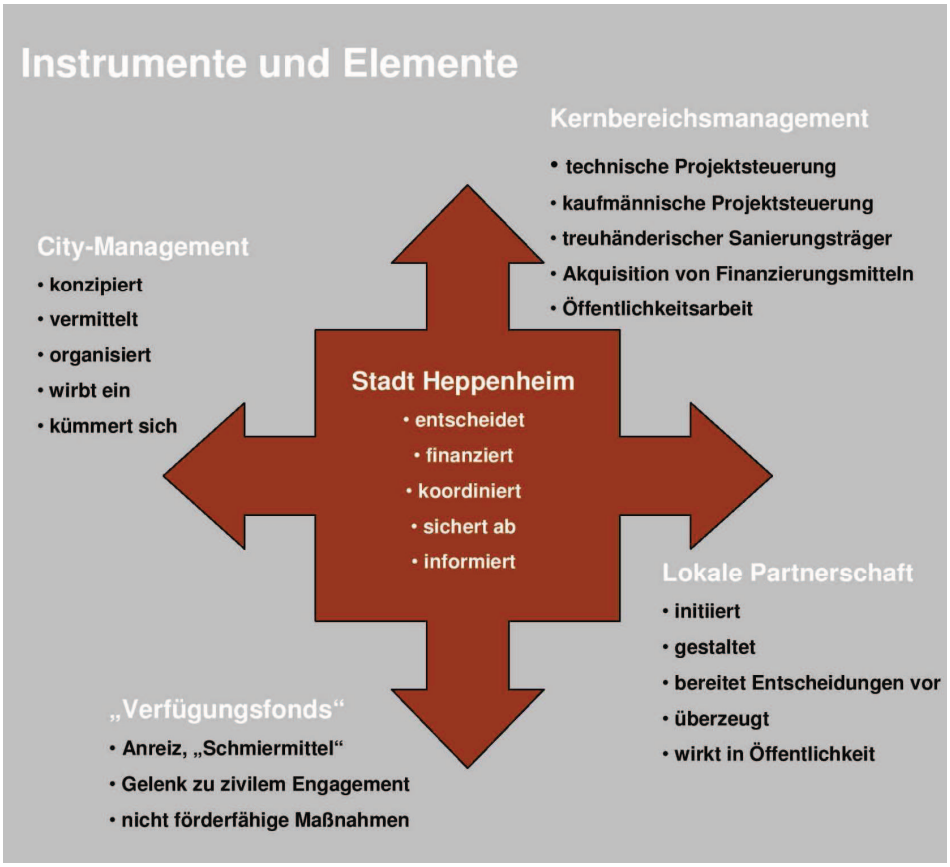
- **Citymanagement:**

  Die Aufgaben des Citymanagements wurden oben bereits als die des Kümmerers und Vermittlers umrissen. Der Schwerpunkt der Aufgabe liegt in der Schnittstelle zwischen den Vorhaben von Geschäftsleuten, deren Interessenorganisationen, den Grundeigentümern und den städtischen Stellen (vor allem Stadtplanung, Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing). In Zusammenarbeit mit Stadt, Lokaler Partnerschaft und dem Kernbereichsmanagement konzipiert das Citymanagement alle Maßnahmen zur Stärkung des Standorts und koordiniert die Aktivitäten der Beteiligten. Eine wesentliche Aufgabe ist die des Moderators bei Konflikten (Clearing-Stelle). Eine werbende Rolle kommt dem Citymanagement dabei zu, wenn es darum geht, gemeinsame Interessenslage von Grundeigentümern, Geschäftsleuten und der Stadt herauszuarbeiten und als „Standortgemeinschaft“ mit unterschiedlichen **Handlungs-**

feldern zu bestimmen. Einwerbend ist das Citymanagement tätig, wenn es darum geht weitere Finanzierungsmittel zu akquirieren (Sponsoren) und personelle Ressourcen („Botschafter" der Innenstadt). Natürliche Kooperationspartner des Citymanagements sind dabei die Wirtschaftsförderung und das Stadtmarketing.

- **Verfügungsfonds:**

  Der Verfügungsfonds ist ein Instrument, um die nach den Programmrichtlinien nicht förderfähigen Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt zu realisieren. Der Verfügungsfonds ist hier das „Schmiermittel" im Getriebe des Aktiven Kernbereichs. Die Aufgabe des „Fundraisings" zivilgesellschaftlicher Finanzierungsbeiträge für den Verfügungsfonds wurde dem Citymanagement zugeordnet. Die Bestimmung des Verwendungszwecks des Verfügungsfonds (im Sinne eines Katalogs von Fördertatbeständen) ist durch die Lokale Partnerschaft zu entwickeln und durch die Gremien der Stadt zu beschließen. Weil ein Verfügungsfonds nur sinnvoll ist, wenn die über die Weiterreichung als Förderung einfach, schnell und unbürokratisch entschieden werden kann, liegt es nahe, die Entscheidung über einzelne Förderungen der Lokalen Partnerschaft zu übertragen.



- **Städtebauliche Beratung**

  Ein weiteres Element, das bereits oben beschrieben wurde, ist die städtebauliche Beratung. In einem Gebiet, bei dem im öffentlichen Bereich, insbesondere aber bei privaten Liegenschaften und Gebäuden viele

Gestaltungsmängel und missständlichen Situationen vorliegen, ist ein kostenloses Beratungsangebot für private Bauherren unverzichtbar. Die Modernisierungsberatung hat dabei die Aufgabe, zu baulichen Investitionen zu ermutigen und in Zusammenarbeit mit dem Kernbereichsmanagement auf Fördermöglichkeiten hinzuweisen. Sie arbeitet hierbei eng mit dem Kernbereichsmanagement zusammen. Zugleich soll eine Modernisierungsberatung noch vor der Einreichung des förmlichen Bauantrags beraten, wie ein solches Vorhaben in die Innenstadtentwicklung in Nutzung und Gestaltung eingepasst werden kann. Diese Beratung ist umso bedeutsamer in einem Programm wie Aktive Kernbereiche, weil hier die Förderung von Privatvorhaben im Regelfall ausgeschlossen ist und somit die Steuerung über Fördervereinbarungen nicht möglich ist.

9 Zusammenfassung

Das Untersuchungsgebiet Aktiver Kernbereich Innenstadt stellt sich als ein Gebiet mit ausgeprägten Mängeln in Wirtschaft, baulichen Anlagen und öffentlichem Raum dar. Vieles davon ist in der historischen Entwicklung angelegt, in der die Altstadt um ein Handwerkerviertel erweitert wurde, das in der weiteren Geschichte dann mehrfach dem jeweiligen Zeitgeist entsprechend überformt wurde. Zugleich wirken auf das Untersuchungsgebiet Großtrends ein, die - wie die Tendenz zu suburbanen Wohnen und zum Einkauf in Malls und Einkaufszentren – als gegeben hinzunehmen sind.

Die Analysen haben aber gezeigt, dass viele Entwicklungshemmnisse in der Innenstadt selbst begründet oder von den örtlichen Akteuren selbst verursacht sind. Ebenso wie die Störung des Branchenmix' ist auch die Wiederansiedlung eines Lebensmitteleinzelhandels an der wenig kooperativen Haltung von Grundeigentümern gescheitert, das Fehlen lokaltypischer Handelsprodukte spricht bei der Besucherzahl von knapp einer Million für einen mangelnden Geschäftssinn im Handel, und die als lieblos beklagte Gestaltung des öffentlichen Raums ist wohl Ausdruck dessen, dass die Altstadtsanierung finanzielle und personelle Ressourcen im Übermaß gebunden hat.

Dies alles sind Beispiele dafür, dass vieles der gegenwärtigen Situation nicht übermächtigen Einflüssen von außen und auch nicht Vorsatz oder gar bösem Willen geschuldet ist.

Hierin liegt auch der Ansatzpunkt für einen Aktiven Kernbereich Innenstadt. Mit dem erfolgreichen Bemühen um die Aufnahme sowohl des interkommunalen Stadtumbaus wie zuletzt um das Programm Aktive Kernbereiche sind die Voraussetzungen gegeben, zusammen mit den Finanzhilfen des Bundes und der Länder die auf das Zentrum gerichteten Bemühungen des Magistrats konsequent fortzusetzen. Anders als bei der Altstadtsanierung tut hier die **zügige Durchführung** not. Zum einen, weil diese Förderungen nur befristet zur Verfügung stehen. Zum anderen, weil sowohl die Bevölkerungsstruktur in der Innenstadt im Umbruch ist wie auch die lokale Ökonomie. Und die vielen Anstrengungen der Akteure vor Ort, um für die Stadt imagewirksame Veranstaltungen und Initiativen – wie z.B. die Aktion „Ab in die Mitte" – bedürfen einer **investiven Absicherung** im Rahmen der Stadterneuerung.

Das zusammen mit der Lokalen Partnerschaft entwickelte Maßnahmenkonzept hat unter der General-Überschrift „Die Innenstadt muss Zentrum bleiben" den Erhalt des vielschichtigen Stadtmodells mit „Markt", „Treffpunkt" und „Erlebnisraums" zum Ziel.. Mit dem Bemühen des Begriffs **„Zentrum"** werden die Merkmale des „Städtischen" herausgestellt, die eine andere, höhere Qualität und Angebotsbreite gegenüber dem, was die Großtrends in Konsum, Wohnen und Freizeit, nicht zuletzt auch Stadtgestalt, an allgemeiner Entwicklung vorgeben.

Man kann einen solchen Ansatz des Schwimmens gegen den Strom der Großtrends als die Erhaltenswürdigkeit der Kultur der europäischen Stadt als Lebensform bezeichnen. Es genügt bereits, wenn sich Heppenheim über eine konsequente Innenstadtentwicklung zum Image als Kreisstadt und „Stadt der Feste" auch das **Prestige einer vitalen Innenstadt** hinzu erwirbt. Unter Bedingungen eines erlahmten Wachstums und einer alternden Gesellschaft ist ein solches Prestige gerade auch für ein kleines **Mittelzentrum in einem dichten Siedlungsband** überlebenswichtig.

Die im Maßnahmenkonzept erkennbare Strategie ist die eines „Schwächen beseitigen“. Dies ist eine **Strategie der vielen miteinander verbundenen Bausteine** zur Beseitigung von Mängeln und des Nachentwickelns. Sowohl jede einzelne wie die Gesamtheit der Maßnahmen ist durchführbar.

Die vorgenommene **Ex-ante-Evaluierung** der Maßnahmeansätze zeigt (bei aller methodischen Schlichtheit) des weiteren, dass das Maßnahmenkonzept in sich stimmig ist und alle Zieldimensionen abdeckt. Insgesamt ist das Konzept eher von Synergien der Maßnahmen gekennzeichnet. Die vereinzelt bestehenden Zielkonflikte sind keine systematischen und grundsätzlichen. Vielmehr sind sie in der Durchführung und im operativen Handeln der Projektsteuerung moderierbar. Eine entsprechende Information vorausgesetzt und die Verdeutlichung der Einbettung in das Gesamtkonzept einer „lebenswerten Innenstadt“, sollten auch diese Interessenskonflikte beinhaltenden Maßnahmenansätze auch in der Öffentlichkeit gut vermittelbar sein. Ein Ergebnis der Ex-ante-Evaluierung ist auch, dass die Ziele der Erneuerung des Aktiven Kernbereichs mehrfach mit Maßnahmen belegt sind. Diese „Redundanz“ ist aber keine eines „Doppelt-gemoppelt“, sondern Teil der Strategie der vielen Bausteine, die das Gesamtziel auch dann noch realisierbar macht, wenn einzelne Maßnahmen sich wider erwarten als undurchführbar erweisen sollten.

Die Analysen haben auch zu der Empfehlung geführt, die Stadterneuerung des Aktiven Kernbereichs Innenstadt im **Vereinfachten Verfahren der Sanierung** durchzuführen. Bei gegebenen schweren Problemlagen, vielen Mängeln und einigen, aber gravierenden Missständen, wie sie in der Bestandsanalyse aufgezeigt wurden, erscheint dies in der Sache geboten. Im Wissen darum und die Zähigkeit von Stadterneuerungsprozessen im Allgemeinen war der strategische Ansatz der Klassischen Sanierung dabei folgender:

Anders als die frühere klassische Sanierungen, die durch starke Eingriffsrecht, eine starke Förderung und einen langen Durchführungszeitraum gekennzeichnet waren, stellt es sich im Programm Aktive Kernbereiche als befristete und in den Fördertatbeständen wie auch im realistischen Gesamtvolumen eingeschränkte Förderung dar. Die **Befristung der Programmlaufzeit und die Knappheit an Finanzierungsmitteln** (nicht nur aus dem Bund-Länder-Programm, sondern auch der Stadt in der Mitleistung hierzu und nicht zu vergessen aufgrund rückläufiger Renditen auch bei privaten Grundeigentümern) sind als unumstößlich hinzunehmen. Mit weniger Geld und auch noch schneller das gleiche Ergebnis der Stadterneuerung zu erzielen, und dabei noch auf die **steuernden Eingriffsrechte des besonderen Städtebaurechts** zu verzichten, würde u.E. eine Quadratur des Kreises darstellen.

Für das Sanierungsverfahren konnte aufgrund einer (ebenfalls ex-ante getroffenen) Einschätzung eine wesentlicher Sanierungsbedingter Bodenwertzuwachs ausgeschlossen werden und damit auch der § 144 (2) BauGB. Empfohlen wird jedoch die Anwendung des § 144 (1) BauGB, der auch solche Vorhaben nach dem Sanierungsrecht genehmigungspflichtig macht, die nicht unter die baurechtliche Genehmigungspflicht fallen, soweit sie wertsteigernder Natur sind. Im Zentrum der Empfehlung steht hierbei, dass viele Mängel der Innenstadt durch solche baurechtlich nicht genehmigungspflichtigen Bauvorhaben der Vergangenheit erst entstanden sind. Dem für die Zu-

kunft entgegenzusteuern ist nicht Gängelung investitionsbereiter Eigentümer, sondern der Versuch „besseren Bauens“.

Das für den Aktiven Kernbereich vorgeschlagene Sanierungsrecht hat zur Folge einen erhöhten Steuerungsaufwand auf Seiten der Stadt und der von ihr Beauftragten. So ist im Zusammenhang mit dem § 144 (1) BauGB „Genehmigungspflicht von Vorhaben“, soweit sie immobilienwertsteigernd sind, verbunden, dass sie gefolgt sein sollte von einem Angebot zur Modernisierungsberatung für die privaten Grundeigentümer. Und an der Schnittstelle der Sektoren Immobilienwirtschaft und gewerbliche Wirtschaft empfiehlt es sich, ein Citymanagement zu erproben, um die Ziele (Stichworte: Branchenmix und „Koppelungsgeschäfte“) im Handlungsfeld Wirtschaft zu realisieren. Beides schlägt sich in einem personalintensiver Steuerung nieder, die natürlich ihren Preis hat. Sie ist jedoch nicht nur zu messen an den Kosten, sondern auch der Wirkung, die sie für die Realisierung des Oberziels „Stadtzentrum“ für die Kreisstadt Heppenheim insgesamt hat.

Was die finanzielle Seite angeht, lässt sich die **Durchführbarkeit** an der Kosten- und Finanzierungsübersicht ablesen. Bezogen auf Werte vergleichbarer Sanierungsvorhaben in der Vergangenheit (nicht nur in Heppenheim) liegt die finanzielle Intensität weit darunter und verspricht durch die Systematik und Konzentration eine **günstige Kosten-Nutzen-Relation** – ganz im Sinne des Förderprogramms.

Vorausgesetzt ist aber, die beharrliche Koordination der Ziele und Maßnahmen – auch über den Förderzeitraum hinaus. Auch dies setzt die entsprechenden personellen Ressourcen voraus, darüber hinaus auch den **Willen aller Beteiligten**, auf dem eingeschlagenen Weg fortzuschreiten. Dort, wo es im Einzelfall an gutem Willen mangelt, ist Information und Überzeugungsarbeit gefordert. Und da, wo es an Einsicht dauerhaft mangelt, muss die Stadt Heppenheim die Rechtsgrundlagen schaffen, um das öffentliche Interesse und das Allgemeinwohl im Zweifelsfall auch mit den gebotenen rechtlichen Mitteln durchzusetzen.

Doch alle Analysen zeigen auch, dass diese Mitwirkungsbereitschaft zum Aktiven Kernbereich Innenstadt allgemein vorhanden ist, ja mehr noch: eine **Aktivierung lokaler Akteure** besteht, die neben dem Plan und der Förderung zur Innenstadtentwicklung als gleichgewichtige Ressource hinzutritt.

Literaturnachweis

Ackers, Walter: “Auf der Suche nach Ansehen. Über den städtischen Kern unserer Identität“ Referat auf der Netzwerktagung „Aktive Kernbereiche in Hessen“ 19.11.2009

Ab in die Mitte 2008 - „Heppenheim zeigt Farbe“ – Dokumentation entnommen unter http://www.heppenheimzeigtfarbe.de/index.php?id=12

BauGB – Baugesetzbuch

Strukturanalyse der Stadt Heppenheim für den zentralen Innenstadtbereich

Sartorius u. Partner, Planungs- und Ingenieurbüro, Bensheim August 1995

BBSR Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (Hrsg.), ExWoSt Informationen 37, Eigentümerstandortgemeinschaften im Stadtumbau, Bonn, 11.2009

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, „Prognos-Familienatlas“, Berlin 2007

Büro für Sozialforschung Dr. Brauerhoch, Bewohner- und Passantenbefragung, im Auftrag des Magistrats der Kreisstadt Heppenheim, Heppenheim 2006

Bertelsmannstiftung, Demographiewegweiser, entnommen 6.12.2009 unter http://wegweiser-kom-mune.de/datenprognosen/demographietypen/Demographietypen.action

Denkmaltopographie Bergstraße I“ von Dieter Griesbach-Maisant, hrsgg. vom Landesamt für Denkmalpflege Hessen

Geist J.F., Passagen – ein Bautyp des 19. Jhdts.“ 1978: Definition Passage

GMA, Die Kreisstadt Heppenheim als Standort für Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk, Ludwigsburg 1999

GMA Die Kreisstadt Heppenheim als Standort für ein SB-Warenhaus, Ludwigsburg 2005

GMA, Standortuntersuchung zur Innenstadt im Auftrag des Magistrats der Stadt Heppenheim, Ludwigsburg 1999

Göschel, Albrecht, Stadt und Region im Umbruch, SRL-Tagung, am 10. Oktober 2006 in Nürnberg

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Hrsg.), Aktive Kernbereiche in Hessen, Das Förderprogramm –Informationen zum Programmstart, Wiesbaden 2008

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Richtlinien zum Einsatz von Städtebauförderungsmitteln für eine nachhaltige Stadtentwicklung, RiLiSe, (Hrsg.), Wiesbaden 2008

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung,(Hrsg.), Gemeinschaftsinitiative Stadtumbau in Hessen, Wiesbaden 2006

Fachkommission der Bauministerkonferenz, Muster-Einführungserlass zum Gesetz zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung von Städten, Einführung des BauGBÄndG 2007

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Hrsg.), Aktive Kernbereiche in Hessen, Wiesbaden, 3.2009

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Hrsg.), Ausschreibung Landeswettbewerb „Ab in die Mitte“, Die Innenstadt-offensive in Hessen, entnommen am 20.1.0.2009 unter http://www.wirtschaft.hessen.de/irj/HMWVL_Internet?cid=b07fc6182df9ddd0852d472407577d72

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Veranstalter), „Stadtumbau in Hessen“, Netzwerktagung am 29.6.2006 in Kassel

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Veranstalter), „Aktiver Kernbereiche in Hessen“, Netzwerktagung am 19.11.2009 in Limburg

INGE Gesetz zur Stärkungen von innerstädtischen Geschäftsquartieren in Hessen

IHK Darmstadt, Gemeindestreckbriefe, Darmstadt 2009 entnommen am 12.11.2009
http://www.darmstadt.ihk24.de/produktmarken/standortpolitik/Standortmarketing/anhaengsel/090928-Mietpreisspiegel.pdf

IHK Darmstadt, IHK-Bezirk in Zahlen 2008 | 2009, auf der Basis der GfK, Darmstadt 2009

Kreisstadt Heppenheim (Hrsg), Fachbereich Stadtplanung und Bauen, erstellt von Dr. Naumann: „Wirt-schaftsstandort Heppenheim, Zahlen – Fakten – Impulse“, Heppenheim 2002

Kreisstadt Heppenheim, (Hrsg), Stadtbauamt erstellt von Dr. Jochen Naumann, Wirtschaftsstandort Heppen-heim, Zahlen – Fakten – Impulse“, Heppenheim 2002, S. 5

Kreisstadt Heppenheim, FB Stadtplanung und Bauen, Dr. Jochen Naumann: Regionalstudie Die Kreisstadt Heppenheim im Kontext zu ihren Umlandgemeinden und den Ballungsräumen Rhein-Main und Rhein-Neckar, Heppenheim 2005 (zitiert als Regionalstudie)

Kreisstadt Heppenheim, der Magistrat (Hrsg), Zukunftswerkstatt Heppenheim Mitte, Dokumentation, Heppenheim 2007

Kreisstadt Heppenheim, Der Magistrat, Schreiben des FB 3 vom 21.10.2009

Prognos,“Zukunftsatlas 2007“, Basel, Berlin u.a. 2007

Prognos,“Zukunftsatlas Branchen 2009“, Basel, Berlin u.a. 2009

Statistische Landesamt Hessen, ausgewählte Regionaldaten, entnommen 7.2009 bis 11.2009 unter http://www.statistik-hes-sen.de/Gem_Daten/Gemeinde_Dat1.jsp?OP=Regionaldaten&Auswahl=Bevoelkerung_Gebiet

Anhang

Aktiver Kernbereich Heppenheim Innestadt

Anhang 1 Befragung Bewohner der Innenstadt

Intro: Die Innenstadt Heppenheims ist in das Förderprogramm Aktive Kernbereich aufgenommen worden. Im Auftrag des Magistrats befragen wir zur Innenstadtentwicklung auch Bewohner.Wir würden Sie gern mit einigen Fragen behelligen

Wo wohnen Sie in der Innenstadt Heppenheims?

Straße ☐ Nr. ☐

Seit wann wohnen Sie hier? Jahre ☐

Wenn in den letzten 5 Jahren zugezogen: Was waren die Gründe in die Innenstadt zu ziehen?

- *berufliche Gründe* ☐
- *Ausbildung* ☐
- *familiäre und persönliche Gründe* ☐
- *zentrale Lage* ☐
- *Wohnqualität in der Innenstadt* ☐
- *günstiges Mietangebot* ☐

Wie wohnen Sie in der Innenstadt?

- *zur Miete* ☐
- *in Wohneigentum* ☐

Ihre Wohnform in der Innenstadt?

- *in eigenem Haushalt* ☐
- *in Wohngemeinschaft/ bei den Eltern* ☐
- *in Seniorenheim* ☐

Wenn Sie die Qualitäten der Innenstadt betrachten: was sind diese hauptsächlich?

- *Städtisches Leben* ☐
- *Errreichbarkeit und zentrale Lage* ☐
- *Einkaufsmöglichketien* ☐
- *Einrichtungen sozialen Infrastruktur* ☐
- *kulturelles Leben und Veranstaltungen* ☐
- *gute Nachbarschaften* ☐
- *Wohnumfeldqualität* ☐
- *Sonstiges* ☐

Wenn Sie Defizite Ihrer Wohnsituation und der Innenstadt Heppenheims beschreiben wollten: welche sind diese hauptsächlich?

- *Schlechter Wohnstandard* ☐
- *Miete zu hoch* ☐
- *fehlendes Grün in der Innenstadt* ☐
- *zuwenig Spielplätze* ☐
- *zuwenig Aufenthaltsräume* ☐

	fehlende Einkaufsmöglichkeiten	
	fehlende Parkmöglichkeiten	
	schlechter ÖPNV	
	Störungen durch Verkehrslärm	
	Kneipen und Veranstaltungen	
	ungenügende Pflege und Schmutz	
	sonstiges	
	zu weite Wege	
Haben Sie die Absicht, aus der Innenstadt wegzuziehen?		ja/nein
	Wenn ja: weshalb:	
	wohin	

Zum Schluss noch ein paar persönliche Fragen

	Geschlecht	m/w
	Alter	Jahre
	Familienstand	ledig, gesch., verwitwet
		Partnerschaft/verheiratet
Sind Sie berufstätig?		ja/nein
Wieviel Personen leben in Ihrem Haushalt?		Zahl
	darunter Kinder unter 18	Zahl
	darunter Senioren/über 60	Zahl
Wie groß ist Ihre Wohnung?	*Zimmer (ohne Küche)*	Zahl
	Wohnfläche	qm
Wohnungsausstattung	*Zentralheizung*	ja/nein
	Bad/Dusche	ja/nein
	Balkon/Terrasse	ja/nein
	Lift	ja/nein
	Stellplätze/Garage	Zahl
Nur bei Mietern: Können Sie uns sagen, welche Kaltmiete Sie entrichten?		€ kalt
Entspricht die Wohnungsausstattung Ihren Erwartungen?	*genau richtig*	
	zu klein	
	zu groß	
	zu teuer	
	nicht barrierefrei	
	nicht haushaltsgerecht	

E&P, Eig/Ka *05.10.2009*

Anhang 2 Interviewleitfaden Gewerbetreibende
Kreisstadt Heppenheim

EIGLER &Partner

Aktiver Kernbereich Innenstadt, Wirtschaft und Beschäftigung

64

Angaben zum Betrieb und Beschäftigung

Name des Betriebs	Freitext					
Anschrift Straße	Straße					
Hausnummer	Zahl					
Name des Auskunftserteilenden	Name/Freitext					
Funktion im Betrieb	Freitext					
Welche Rechtsform hat der Betrieb	EinzelUntern	OHG	KG	GmbH	AG	Sonstiges
bei Einzelunternehmen: wer ist Betriebsinhaber?	Name/Freitext					
Betriebsinhaber: Nationalität/Migrationshintergrund?					ja	nein
wievielte Generation? U.U. nachfragen!						frei Zahl
Ist dies Hauptsitz	Hauptsitz HS	selbständige Betriebsstätte mit Filialen SBmF	selbständige Betriebsstätte ohne Filialen SBoF	unselbständige Betriebsstätte usB	Franchise-Betrieb FB	sonstiges Sonst
Wenn dies nicht der Hauptsitz des Unternehmens ist: wo befindet sich dieser?	PLZ, Ort					
welche Branche ist der Betrieb zugehörig	EinzelHandel	GroßHandel	HandWerk	HBankenVers	Gastro/Hotels	DienstLeistun	Soz.Dienste, Ku	Gesundheit	Sonstiges
Geschäftsfelder	Freitext					
Sind in den letzten drei Jahren neue Geschäftsfelder hinzugekommen?					ja	nein
Wie lang besteht der Betrieb am Standort Innenstadt?						Jahre
schon immer am gleichen Standort					ja	nein
wo vorher:	HP anderer Stadtteil	andere Stadt Bergstraße	sonst. Südhessen	Hessen	Bundesgebiet	außerhalb BRD
Die Geschäftsräume sind					angemietet	im Eigentum
Wie groß sind die Geschäftsräume?					insgesamt	qm
					davon Ladenräume	qm
					Büroräume	qm
					Lagerflächen	qm
					Stellplätze/Zahl	Zahl
wie hoch ist die (Kalt)Miete?						Euro
Haben Sie die Absicht, den Betrieb...	zu schließen	erweitern	übergeben	verlagern	Änderung Geschäftsfeld	keine Änderung
Bei Betriebesverlagerung: wohin	Ort Adresse /Freitext					
Bei Betriebesverlagerung: Gründe	Gründe, Freitext					
wie viele Beschäftigte hat der Betrieb vor Ort an der Betriebsstätte?					insgesamt	Zahl
darunter:					sozialversich.pfl. Beschäftigte	Zahl
					geringfügig Beschäftigte	Zahl
					Mithelfende FamAngehörige	Zahl
Veränderung der Mitarbeiterzahl gegenüber Vorjahr?						Zahl
Bilden Sie an der Betriebsstätte aus?					ja	nein
Wenn ja: wieviele Auszubildende haben Sie derzeit?						Zahl
wo wohnen die Beschäftigten überwiegend?					in HP	im Kreis	in der Region

Aktiver Kernbereich Innenstadt, Wirtschaft und Beschäftigung

64

Liefer-/Kundenströme

woher beziehen Sie die Waren/Vorprodukte überwiegend?

Großhandel, Großmarkt	ja	nein
Einkaufsorganisation	ja	nein
direkt vom Hersteller	ja	nein
persönliche Verbindungen/Einkaufsnetze	ja	nein
über eine Einkaufsgemeinschaft	ja	nein
sonstiges (was?)	Freitext	

wo haben die Hauptlieferanten/wichtigsten Bezugsquellen ihren Sitz?

in HP	im Kreis	Südhessen	Bundesgebiet	gemischt/ wechselnd

wenn Sie an die Wettbewerber auf in Ihrem Geschäftsfeld denken: wer sind die stärksten Konkurrenten und wo haben diese ihren Sitz?

keine Antworten vorgebe, u.U. Ort und Zentru notieren!

im angrenzende Stadtgebiet	ja	nein
Fachmärkte und Einkaufszentren im Stadtgebiet	ja	nein
Fachmärkte und Einkaufszentren der Nachbarstädte	ja	nein
Fachmärkte und Einkaufszentren in den Oberzentren DA, HD, MA	ja	nein
Internethandel und Versandhäuser	ja	nein
sonstiges (was?)	Freitext	

Welche externen Dienstleistungen vergeben Sie zur Erreichung der Betriebsziele?
Welche davon haben ihren Sitz in Heppenheim? (HP)
ankreuzen, HP für Heppenheim

Buchhaltung, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer	ankreuzen
EDV-Dienstleister	ankreuzen
Reinigungsdienste	ankreuzen
Personalberater/Personalserviceagenturen/Zeitarbeitsunternehmen	ankreuzen
Werbefachleute, Anzeigenschaltungen, Druckereien	ankreuzen
Sonstige	ankreuzen

Freitext

Freitext

Kundenbeziehungen und betriebliche Entwicklung

Woher kommen Ihre Kunden überwiegend?

HP Kernstadt	HP insgesamt	Region	überregional

Wie erreicht Sie Ihre Kundschaft überwiegend?

zu Fuß	PKW	ÖPNV	teils/teils

Wie würden Sie Ihre Kundenbeziehung überwiegend charakterisieren?

Stammkundschaft	Laufkundschaft	wechselnd	Fachkundenkreis	Kundenbeziehung im Aufbau

Was sind Ihre hauptsächlichen Werbemittel?

Schaufenster	ankreuzen
Anzeigen Printmedien, Beilagen, Flyer	ankreuzen
über Werbeverbünde	ankreuzen
Internet-Präsentation	ankreuzen
Messepräsentation und Märkte	ankreuzen

Wie hat sich die Kundenfrequenz in den letzten Jahren entwickelt?

konstant	gestiegen	gesunken	wechselnd

Wie beurteilen Sie die betriebliche Entwicklung in den letzten (drei) Jahren?
Umsatzenwicklung (Note 1 - 6)

Note

Wenn Sie Gründe für die geschäftliche Entwicklung Ihres Betriebes suchen: worin liegen diese?

keine Antworten vorgeben! Geg.falls nach Bedeutung (1-6) fragen!

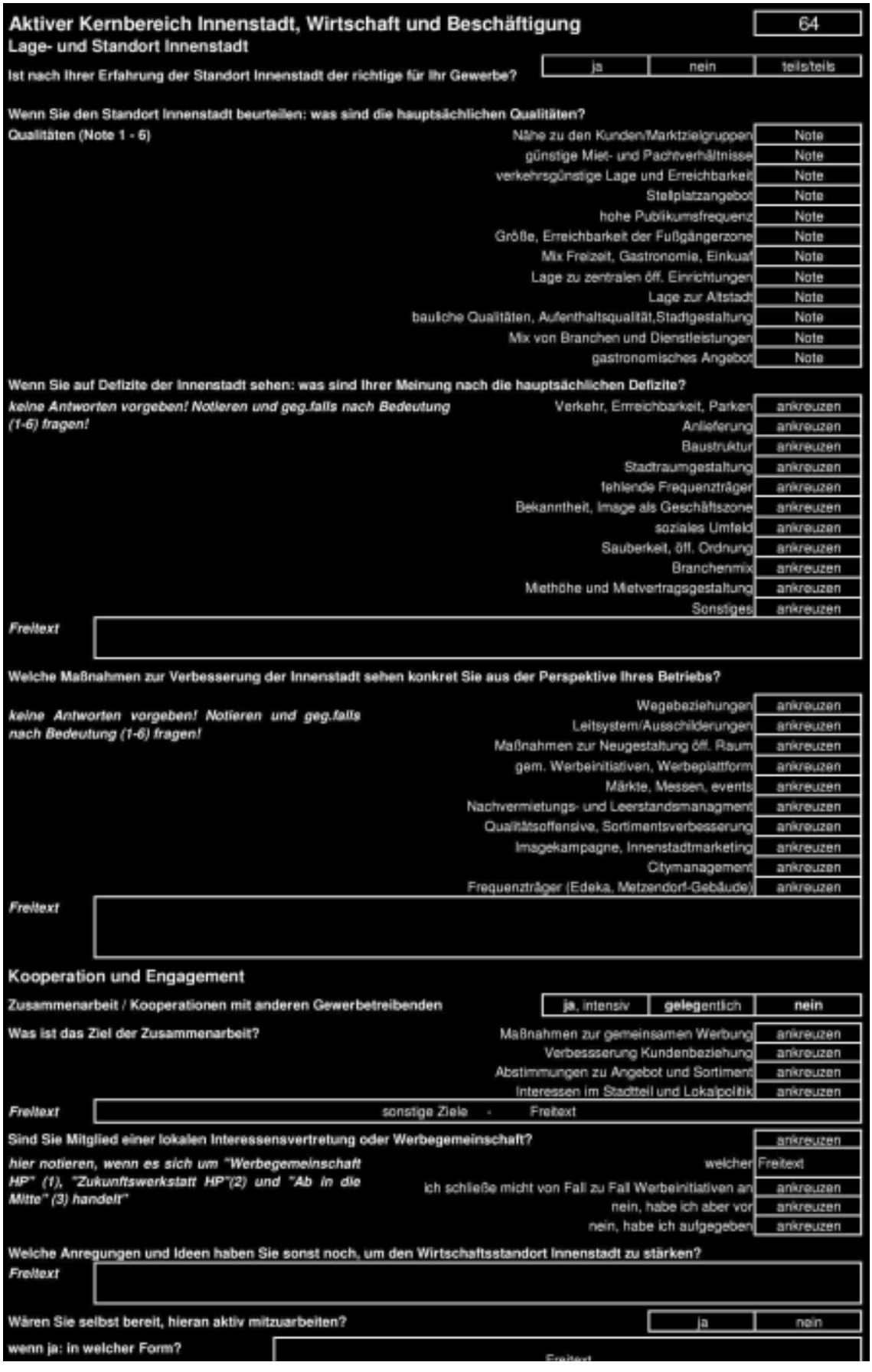
allgem. Wirtschaftl. Entwicklung/Konjunktur	Note
Wettbewerbssituation in der Branche allgemein	Note
Wettbewerbssituation in der Stadt HP	Note
Verlsut an Lagequalität des Standorts	Note
Wettbewerbssituation in Stadt und Region	Note
gewandeltes Konsumverhalten	Note
Großmärkte und Einkaufszentren	Note
Internethandel	Note

Welche Initiativen ergreifen Sie, um die geschäftliche Entwicklung Ihres Betriebes zu verbessern?

keine Antworten vorgeben! Notieren, u.U. später codieren!

verstärkte Werbung	ankreuzen
Sonderangebote, Preisnachlässe	ankreuzen
Sortimentsanpassung und -umstellung	ankreuzen
Ladengestaltung und Warenpräsentation	ankreuzen
gemeinsame Werbeinitiativen mit and. Nachbarn	ankreuzen
Sonstige	ankreuzen

Freitext



Aktiver Kernbereich Innenstadt, Wirtschaft und Beschäftigung

64

Lage- und Standort Innenstadt

Ist nach Ihrer Erfahrung der Standort Innenstadt der richtige für Ihr Gewerbe?	ja	nein	teils/teils

Wenn Sie den Standort Innenstadt beurteilen: was sind die hauptsächlichen Qualitäten?

Qualitäten (Note 1 - 6)	
Nähe zu den Kunden/Marktzielgruppen	Note
günstige Miet- und Pachtverhältnisse	Note
verkehrsgünstige Lage und Erreichbarkeit	Note
Stellplatzangebot	Note
hohe Publikumsfrequenz	Note
Größe, Erreichbarkeit der Fußgängerzone	Note
Mix Freizeit, Gastronomie, Einkauf	Note
Lage zu zentralen öff. Einrichtungen	Note
Lage zur Altstadt	Note
bauliche Qualitäten, Aufenthaltsqualität,Stadtgestaltung	Note
Mix von Branchen und Dienstleistungen	Note
gastronomisches Angebot	Note

Wenn Sie auf Defizite der Innenstadt sehen: was sind Ihrer Meinung nach die hauptsächlichen Defizite?

keine Antworten vorgeben! Notieren und geg.falls nach Bedeutung (1-6) fragen!

Verkehr, Erreichbarkeit, Parken	ankreuzen
Anlieferung	ankreuzen
Baustruktur	ankreuzen
Stadtraumgestaltung	ankreuzen
fehlende Frequenzträger	ankreuzen
Bekanntheit, Image als Geschäftszone	ankreuzen
soziales Umfeld	ankreuzen
Sauberkeit, öff. Ordnung	ankreuzen
Branchenmix	ankreuzen
Methöhe und Mietvertragsgestaltung	ankreuzen
Sonstiges	ankreuzen

Freitext

Welche Maßnahmen zur Verbesserung der Innenstadt sehen konkret Sie aus der Perspektive Ihres Betriebs?

keine Antworten vorgeben! Notieren und geg.falls nach Bedeutung (1-6) fragen!

Wegebeziehungen	ankreuzen
Leitsystem/Ausschilderungen	ankreuzen
Maßnahmen zur Neugestaltung öff. Raum	ankreuzen
gem. Werbeinitiativen, Werbeplattform	ankreuzen
Märkte, Messen, events	ankreuzen
Nachvermietungs- und Leerstandsmanagment	ankreuzen
Qualitätsoffensive, Sortimentsverbesserung	ankreuzen
Imagekampagne, Innenstadtmarketing	ankreuzen
Citymanagement	ankreuzen
Frequenzträger (Edeka, Metzendorf-Gebäude)	ankreuzen

Freitext

Kooperation und Engagement

Zusammenarbeit / Kooperationen mit anderen Gewerbetreibenden	ja, intensiv	gelegentlich	nein

Was ist das Ziel der Zusammenarbeit?

Maßnahmen zur gemeinsamen Werbung	ankreuzen
Verbesserung Kundenbeziehung	ankreuzen
Abstimmungen zu Angebot und Sortiment	ankreuzen
Interessen im Stadtteil und Lokalpolitik	ankreuzen

Freitext sonstige Ziele - Freitext

Sind Sie Mitglied einer lokalen Interessensvertretung oder Werbegemeinschaft? ankreuzen

hier notieren, wenn es sich um "Werbegemeinschaft HP" (1), "Zukunftswerkstatt HP"(2) und "Ab in die Mitte" (3) handelt"

welcher	Freitext
ich schließe nicht von Fall zu Fall Werbeinitiativen an	ankreuzen
nein, habe ich aber vor	ankreuzen
nein, habe ich aufgegeben	ankreuzen

Welche Anregungen und Ideen haben Sie sonst noch, um den Wirtschaftsstandort Innenstadt zu stärken?

Freitext

Wären Sie selbst bereit, hieran aktiv mitzuarbeiten?	ja	nein

wenn ja: in welcher Form? Freitext

EIGLER &Partner

Anhang 3 Interviewleitfaden Grundeigentümer

Name des Grundeigentümers, Kontaktadressen

Intro: Vorstellen des Programms: Aktiver Kernbereich, Lokale Partnerschaft

Fragen zum Portfolio

Welche Liegenschaften besitzen Sie in der Innenstadt?

Wie viele gewerbliche Mietobjekte oder Einheiten sind darunter?

Sind eigengenutzte Objekte darunter?

Wie lang sind die Objekte in Ihrem Besitz?

Besitzen Sie weitere Liegenschaften in HP? Wo?

Erfahrungen in der Vermietung

Welches waren die Erfahrungen der letzten Jahre in der Vermietung?

- gab es häufigeren Mieterwechsel? Sind die Gründe der Mieterwechsel erkennbar bei Wohnen? Bei gewerblichen Objekten?
- Wie verlief die Nachvermietung?
- Längere Leerstände? Schwierige Mietersuche?
- Miethöhe nicht wie erwartet?
- Konnte unter Mietinteressenten ausgewählt werden? Was waren letztlich Zuschlagskriterien?
- Waren Makler eingeschaltet? Konnte die Courtage umgelegt werden?
- Mussten bei gewerblichen Objekten Mietnachlässe eingeräumt werden?

Nur bei gewerblichen Mietobjekten:

- wie viele sind es? Welche Lagen?
- Wie ist Modernisierung und Instandsetzung geregelt?
- Welche Laufzeiten sind für die Mietverträge vereinbart?
- Welche qm-Miethöhen wurden vereinbart? (Wohnen, Gewerbe (jeweils kalt)?
- Gibt es bei gewerblichen Objekten auch umsatzabhängige Mietregelungen?
- Gibt es Kontroversen bei laufenden Mietverträgen? Zur Miethöhe, zu den MietNK?

Persönliche Einschätzungen und Konsequenzen

- Was sind die Qualitäten der Innenstadt in immobilienwirtschaftlicher Sicht?
- Gibt es in der Innenstadt Defizite in Stadtgestaltung, Erschließung, Prestige?
- Einschätzung der Nutzungsstruktur der Innenstadt: Defizite im Branchenmix, der sozialen Struktur? Öffentliche Sicherheit und ordnung?
- Erfahrungen mit Bauaufsicht und Denkmalschutzbehörden?
- Welche Erwartungen bestehen gegenüber der Stadt?
- Absicht zu weiterem investives Engagement zum Erwerb von Liegenschaften in der Innenstadt oder Heppenheim? Wenn nein: warum?
- Besteht für die eigenen Objekte Bedarf an Modernisierung und Instandsetzung? Sind das konkrete Pläne? Wenn schon länger bestehend: warum wurden diese noch nicht realisiert? Wie sieht es hinsichtlich der Rentierlichkeit von werterhaltenden und –steigernden Investitionen?
- Wie ist das nachbarschaftliche Verhältnis? Wurde schon mal über gemeinschaftliche Maßnahmen zur Wertentwicklung der Bestandsimmobilien gesprochen? Wäre die Bereitschaft da, an einem gemeinschaftlichen Konzept mitzuarbeiten?
- Gibt es Kontakte in die lokale Wirtschaft hinein (Werbegemeinschaft, Wirtschaftsvereinigung), zu Informationsaustausch oder Zusammenarbeit?
- Gibt es über Haus und Grund Diskussionen zur Innenstadtentwicklung?
- Gibt es die Bereitschaft, in einer Arbeitsgruppe der Lokalen Partnerschaft mitzuarbeiten (3- bis 4mal jährlich), um Konzepte und Maßnahmen zu entwickeln?

EIGLER &Partner

IHK Aktiver Kernbereich Heppenheim
Anhang 4 Interviewleitfaden Experteninterviews

Interview am mit:

Impuls Stadtwirtschaft allgemein:

Der Kreis Bergstraße gilt gemeinhin als stark an Potenzialen und Dynamik. Wie sehen Sie das?

Zwei Metropolregionen: In zwei Metropolregionen oder dazwischen?

Die Metropolregionen sind bestimmt durch Leitindustrien (Chemie, Pharma, Maschinenbau, Informatik) und Finanzwesen sowie hoschspezialisierte Wissenschaftstandorte (Ingenieurwissenschaft, Informatik DA, Medizin HD, Finanzwesen FFM) und Forschung und Entwicklung: kann der kreis und die Stadt Heppenheim von diesen Clustern profitieren? Gibt es Transfers in die Städte der Bergstraße? Wenn ja welcher Art?

Was sind die Hauptargumente, die eine Wirtschaftsförderung und ein Stadtmarketing ins Feld führen kann?

Wie steht es um **Bekanntheit, Prestige und Image des Wirtschaftsstandorts**? Gibt es noch **Flächenreserven?**

Gibt es – im weitesten Sinne – Infrastrukturdefizite? Welche?

Wie sehen Sie die gewerbliche Entwicklung insgesamt, die des produzierenden Gewerbes, die des Einzelhandels? Innovative Unternehmen und Unternehmensneugründungen?

Oder sind HP und Bensheim nur die attraktiven Wohnstandorte? Wie sieht das aus bei tendenziell verlangsamtem Wachstum und alternder Bevölkerung?

Verflechtungsraum: hohe Mobilität. Verhältnis zu den Oberzentren DA, MA und HD?

Wie hat sich das Verhältnis der Bergstraßengemeinden in den letzten Jahren der relativen Stagnation verändert? Zentralisierungstendenzen? Konkurrenz gestiegen? Oder spielen die Bergstraßengemeinden Kostenvorteile (Agglomerationskosten) aus?

Wie ist dies bei der Wirtschaft? Wie bei der Wohnbevölkerung?

Kooperation und Konkurrenz der Kommunen an der Bergstraße:

Wie hat sich denn der Wettbewerb in den letzten Jahren (relative Stagnation) entwickelt?
Mit welchen Mitteln wird in der Konkurrenz gearbeitet?
Gibt es derzeit anstehende konkurrierende und konfliktträchtige Vorhaben?
wie werden Interessenskonflikte moderiert? Rolle der Regionalplanung? Welche Entwicklungsrichtung?

Gibt es eine Abstimmung zwischen den Wirtschaftsförderungen der Städte an der Bergstraße? Wie ist die im Ergebnis einzuschätzen? Welche gemeinsamen Aktivitäten? Z.B. gemeinsame Gewerbeflächenentwicklung? Wie ist die Richtung Weinheim/Badn-Württemberg?

Gibt es Gemeinschaftsprojekte? Stichwort" wissensbasierte Entwicklung, KMU, „Pool"...

Impuls: neue Gewerbegebiete nahe der Autobahn lässt die Innenstädte in den Windschatten geraten. Ist der Eindruck richtig? Wie ist dies in Heppenheim?

Einzelhandel:

Impuls: Die Krise des innerstädtischen Einzelhandels als Kombination von stagniereden Masseneinkommen, veränderten Konsumgewohnheiten, Mobilität…
Folge: niedrigere Umsatzrenditen, Zentralisation in immer größeren Einheiten, Großmärkte und Einkaufszentren an der Peripherie:

wie sieht dies für die Bergstraße aus? Wie reagiert die Politik darauf?

HP hat als kleinste der Städte **kleinteilige EH-Strukturen und geringe Kaufkraftbindung**. Woran liegt das? Innerörtliche Probleme, interkommunale Konkurrenz? Welche rollen spielen Viernheim RNZ und DA und HD?

Was müsste passieren, um die Kaufkraftbindung in HP zu erhöhen?

Gibt es ein **Bekanntheits- und Imagedefizit?**

HP hat ja **zwei EH-Zentren**: Innenstadt und Tiergartenstr. Wie entwickeln sich beide? Konkurrieren diese?

Diskussion in Zukunftswerkstatt: 4 Schwerpunkte a) Verkehr, Parken, b) Metzendorf-Ruine und Starkenburg-Passage c) bisschen Stadtgestaltung d) fehlende Unterstützung durch die Stadtregierung. **Wie ist die Sicht eines Profis hierauf**? Welche Punkte und Maßnahmenansätze fehlen? Welche Perspektive hat die Innenstadt?

Die Innenstadt ist als **EH-Zentrum deutlich schwächenbehaftet**: Woran liegt das?
- Tradition und Image als EH-Zentrum
- Erreichbarkeit/Verkehr/Parken
- Flächenangebot und Mietpreise
- Fehlende Frequenzträger und Bindungskraft
- Branchen- und Angebotsmix
- Gestaltungsmängel
- Organisat. Schwächen; fehlende Kooperation, Resignation,

Welche Frequenzträger gibt es, welche sähe ein Wirtschaftsförderer gern in der Innenstadt? Welche Chancen gibt es hierfür?

Eigene Einschätzung: einerseits die Probleme zwar wachsend, aber nicht akut (geringer Leerstand, Nischenökonomie unausgeprägt…) andrerseits gewisse Bequemlichkeit erkennbar und Überschlag zur Dienstleistungsstadt HP nicht vollzogen. Spricht nicht gerade den „Lustkauf" an. **Angebotsunzufriedenheit gem. Passantenbefragung 2005**

Wie war dies eigentlich vor der Altstadtsanierung?

Welches Engagement zeigen denn die **Grundeigentümer in der Innenstadt**? Wirtschaftliche lage (Vermeitung)? Gibt es Ansätze für eine Koop. mit Geschäftsleuten? Bereitschaft zu Steuerung Branchenmix und City-Management? Finanzielle Beteiligung an Verfügungsfonds?

Rolle der Metzendorf-Ruine? Welche Ideen hat ein Wirtschaftsförderer dazu? („Idee Kleinmarkthalle", shop in shop, fliegende Händler, überdachter markt, Kultur…)

Verhältnis Handel, Wohnen, Dienstleistung Verwaltung in der Innenstadt: an welcher Stelle entwickelbar? Chancen einer Integration von Innenstadt, Altstadt und Marktgeschehen?

E&P 14.7.2009, Eig

Anlage 5 Meinungen und Einschätzungen der Lokalen Partner
Kreisstadt Heppenheim

Aktiver Kernbereich Innenstadt

Sehr geehrte Damen und Herren in der Lokalen Partnerschaft,

zum Auftakt möchten wir Sie gleich mit einigen Einschätzungs- und Wertungsfragen zur Innenstadt konfrontieren und Sie bitten, diesen Fragebogen uns zum Ende der Sitzung zurückzugeben..

Uns geht es hierbei darum, die zum Beginn der Arbeit der Lokalen Partnerschaft vorliegenden Meinungen und Einschätzungen zu erfassen und zu überprüfen, ob diese übereinstimmen oder inwieweit diese auseinandergehen.

Wir werden bei der nächsten Sitzung Ihnen die zusammengefassten Ergebnisse vorstellen - einfach schon um unser aller Selbstverständnis von der Innenstadtproblematik zu Beginn der Erarbeitung des Integrierten Handlungskonzepts zu dokumentieren. Wir, die Bearbeiter des Integrierten Handlungskonzepts und die Vertreter der Nassauischen Heimstätte als Kernbereichsmanager, werden natürlich ebenfalls Einschätzungen abgeben.

Besten Dank! Und bitte nicht vergessen, uns den Bogen am Ende der Sitzung zurückzugeben.

Herbert Eigler *Sigrid Bormann*

Meinungen und Einschätzungen - Auftakt der Lokalen Partnerschaft am 20.8.2009

Zunächst eine Frage zur allgemeinen Einschätzung: Das Fördergebiet des "Aktiven Kernbereichs Innenstadt" ist vorläufig von Lehrstraße, Graben, Werlestraße und B3 begrenzt.

Deckt sich diese Gebietsabgrenzung Ihrer räumlichen Vorstellung von der Innenstadt Heppenheims?
Bitte kreuzen Sie das Zutreffende an.

Die bisherige Gebietsabgrenzung ist richtig gewählt.	☐
Man könnte sich noch auf einen kleineren Aktionsbereich beschränken.	☐
Die Altstadt hat ganz ähnliche Probleme und sollte mit betrachtet werden.	☐
Der Raum deckt nicht den ganzen Zusammenhang innenstadtrelevanter Entwicklungen ab.	☐

Anmerkung

Aktiver Kernbereich Innenstadt

Worin sehen Sie die Gründe dafür, dass die Innenstadt Heppenheims Defizite hat?
Bitte bewerten Sie diese auf der "Noten"-Skala 1 (sehr wichtig und richtig) bis 6 (unwichtig, unrichtig) an.

	"Note"
Die Innenstadtentwicklung ist in vielen Städten rückläufig, Heppenheim ist da keine Ausnahme.	
Speziell an der Bergstraße machen sich die Innenstädte große Konkurrenz.	
Das Einkaufszentrum "Tiergartenstraße" ist der Hauptgrund	
Es sind die Einkaufszentren "auf der grünen Wiese" in der Region	
Hierfür sind innerstädtische Fehlentwicklungen in Heppenheim maßgeblich.	
Es liegt viel an den Geschäftsleuten selbst, die sich der Zeit nicht anpassen.	
Die Stadt tut zu wenig, um die Innenstadt attraktiver zu machen.	
Die Vermietungspraxis der Grundeigentümer ist abträglich.	
Sonstiges	

Wenn Sie die Schwachstellen der Innenstadt sehen, worin liegen diese Ihrer Auffassung nach hautptsächlich?
Bitte bewerten Sie diese auf der "Noten"-Skala 1 (sehr wichtig) bis 6 (unwichtig) an.

	"Note"
Der Innenstadt fehlt es an Bekanntheit als Einkaufsort	
Branchenmix und Sortiment haben Mängel	
Erreichbarkeit und Parkmöglichkeiten in der Innenstadt sind unzureichend	
Die Stadtgestaltung ist unattraktiv	
Die innere Erschließung (Wegebeziehungen) ist unbefriedigend	
Der bauliche Zustand vieler Gebäude ist abträglich.	
Die Geschäftsleute sind in Öffnungszeiten und Service nicht kundenorientiert	
Die Preise des Einzelhandels in der Innenstadt sind unattraktiv.	
Die Mieten in der Innenstadt sind vielfach zu hoch.	
Es fehlt an Anziehungspunkten und Attraktionen (jenseits desEinzelhandels)	
Sonstiges	

Welches sind die dringendsten Probleme, die angegangen werden müssen??
Bitte bewerten Sie diese auf der "Noten"-Skala 1 (sehr wichtig) bis 6 (unwichtig) an.

	"Note"
Image und Bekanntheitsgrad der Innenstadt erhöhen	
Steuerung und Entwicklung des Branchenmixes	
Qualität des Angebots in Einzelhandel und Gastronomie muß verbessert werden.	
Leerstands- und Nachvermietungsmanagement	
Lebensmitteleinzelhandel in der Innenstadt	
Ansiedlung eines Frequenzträgers in der Innenstadt	
Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum steigern	
Öffentliche Sicherheit und Sauberkeit sind zu verbessern	
Sonstiges	

Wenn Sie einige Problemfeldern mit Prioritäten versehen wollten: welches Priorität ordnen Sie den nachfolgenden Punken zu?
Bitte bewerten Sie diese auf der "Noten"-Skala 1 (sehr wichtig) bis 6 (unwichtig) an.

	"Note"
Leerstand Starkenburg-Passage	
Metzendorf-Immobilie	
Gestaltung Kreuzung Friedrich-/ Wilhelmstraße/ Zwerchgasse	
Neugestaltung Parkhofgelände	
Ruhezonen, Aufenthaltsbereiche unabhängig von Wegebeziehungen und Verkehrsflächen	
Platzgestaltung "Kleiner Markt"	
Wegebeziehungen und Passagen im Gebiet	
Wegebeziehungen nach "außen" (Postknoten, Altstadt, ü Lehrstr. nach Nord, ü Ludwigstr. nach West)	
Sonstiges	

Heppenheim 23.8.2009 Eig/Bo

Anhang 6 Auswertung
Aktiver Kernbereich Innenstadt

Befragung Lokale Partnerschaft - Sitzung 20.8.2009

EIGLER &Partner

Streuung um arithmetischen Mittelwert = Standardabweichung

Mindestwert in den Antworten

Maximalwert in den Antworten

Schiefe = ungleiche Verteilung (keine Glockenverteilung)

Modalwert: häufigster Wert

Median = Mittelwert = Hälfte der Werte drunter, Hälfte drüber

Legende

- *hohe Bedeutung und einstimmig*
- *hohe Bedeutung, aber große Varianz der Meingungen*
- *geringe Bedeutung, einhellig*
- *geringe Bedeutung, aber hohe Varianz*

Deckt sich diese Gebietsabgrenzung Ihrer räumlichen Vorstellung der Innenstadt Heppenheims?
Bitte kreuzen Sie das Zutreffende an.

	Anzahl	% der Nennungen
Die bisherige Gebietsabgrenzung ist richtig gewählt.	6	50%
Man könnte sich noch auf einen kleineren Aktionsbereich beschränken.	0	0%
Die Altstadt hat ganz ähnliche Probleme und sollte mit betrachtet werden.	2	17%
Der Raum deckt nicht den ganzen Zusammenhang innerstadtrelevanter Entwicklungen ab	4	33%

Anmerkung:

Worin sehen Sie die Gründe dafür, dass die Innenstadt Heppenheims Defizite hat?
Bitte bewerten Sie diese auf der "Noten"-Skala 1 (sehr wichtig und richtig) bis 6 (unwichtig, unrichtig) an.

	Anzahl	Mittelwert "Note"	Streuung	Mindestwert	Maximalwert	Schiefe	Modalwert	Median
Die Innenstadtentwicklung ist allgemein rückläufig, Heppenheim ist keine Ausnahme.	12,00	2,58	1,71	1,00	6,00	1,23	1	2,00
Speziell an der Bergstraße machen sich die Innenstädte große Konkurrenz.	12,00	3,67	0,75	2,00	5,00	-0,67	4	4,00
Das Einkaufszentrum "Tiergartenstraße" ist der Hauptgrund.	12,00	3,17	1,40	1,00	5,00	-0,13	3	3,00
Es sind die Einkaufszentren "auf der grünen Wiese" in der Region.	12,00	3,00	1,11	2,00	5,00	0,64	2	3,00
Hierfür sind innerstädtische Fehlentwicklungen in Heppenheim maßgeblich.	12,00	2,00	1,15	1,00	5,00	1,49	1	2,00
Es liegt viel an den Geschäftsleuten selbst, die sich der Zeit nicht anpassen.	12,00	2,92	1,32	2,00	6,00	1,42	2	2,00
Die Stadt tut zu wenig, um die Innenstadt attraktiver zu machen.	12,00	2,00	0,82	1,00	3,00	0,00	1	2,00
Die Vermietungspreis der Grundeigentümer ist abträglich.	12,00	2,25	1,09	1,00	5,00	1,19	2	2,00

Sonstiges:

Anhang 6 Auswertung
Aktiver Kernbereich Innenstadt

Befragung Lokale Partnerschaft - Sitzung 20.8.2009

EIGLER &Partner

Wenn Sie die Schwachstellen der Innenstadt sehen, worin liegen diese Ihrer Auffassung nach hauptsächlich?
Bitte bewerten Sie diese auf der "Noten"-Skala 1 (sehr wichtig) bis 6 (unwichtig) an.

	Anzahl	Mittelwert	Streuung	Mindestwert	Maximalwert	Schiefe	Modalwert	Median
Der Innenstadt fehlt es an Bekanntheit als Einkaufsort	11	3,27	1,29	1,00	6,00	0,29	4	3,00
Branchenmix und Sortiment haben Mängel	12	1,92	0,64	1,00	3,00	0,09	2	2,00
Erreichbarkeit und Parkmöglichkeiten in der Innenstadt sind unzureichend	12	4,25	1,09	2,00	6,00	-0,58	5	4,50
Die Stadtgestaltung ist unattraktiv	12	1,92	1,04	1,00	4,00	1,22	1	2,00
Die innere Erschließung (Wegebeziehungen) ist unbefriedigend	12	3,08	1,38	1,00	6,00	0,70	2	3,00
Der bauliche Zustand vieler Gebäude ist abträglich.	12	2,58	1,26	1,00	5,00	0,56	2	2,50
Die Geschäftsleute sind in Öffnungszeiten und Service nicht kundenorientiert	12	2,71	1,05	1,00	4,00	-0,33	3	3,00
Die Preise des Einzelhandels in der Innenstadt sind unattraktiv.	12	4,50	1,12	3,00	6,00	0,00	4	4,50
Die Mieten in der Innenstadt sind vielfach zu hoch.	11	2,59	1,36	1,00	6,00	1,41	2	2,00
Es fehlt an Anziehungspunkten und Attraktionen (jenseits des Einzelhandels)	12	2,25	0,92	1,00	4,00	0,14	2	2,00

Sonstiges:

Welches sind die dringendsten Probleme, die angegangen werden müssen??
Bitte bewerten Sie diese auf der "Noten"-Skala 1 (sehr wichtig) bis 6 (unwichtig) an.

	Anzahl	Mittelwert	Streuung	Mindestwert	Maximalwert	Schiefe	Modalwert	Median
Image und Bekanntheitsgrad der Innenstadt erhöhen	12	2,67	1,25	1,00	6,00	1,62	2	2,00
Steuerung und Entwicklung des Branchenmixes	12	1,92	0,95	1,00	4,00	0,85	1	2,00
Qualität des Angebots in Einzelhandel und Gastronomie muß verbessert werden.	12	2,50	0,90	1,00	5,00	1,31	2	2,00
Leerstands- und Nachvermietungsmanagement	12	2,17	1,21	1,00	5,00	1,24	2	2,00
Lebensmitteleinzelhandel in der Innenstadt	12	1,42	0,64	1,00	3,00	1,46	1	1,00
Ansiedlung eines Frequenzträgers in der Innenstadt	12	1,58	0,86	1,00	4,00	1,95	1	1,00
Mit Maßnahmen im öffentlichen Raum muss die Aufenthaltsqualität verbessert werden.	12	1,92	1,04	1,00	4,00	1,22	1	2,00
Öffentliche Sicherheit und Sauberkeit sind zu verbessern	12	2,42	1,04	1,00	4,00	0,00	3	2,50

Sonstiges:

Anhang 6 Auswertung

Aktiver Kernbereich Innenstadt **Befragung Lokale Partnerschaft - Sitzung 20.8.2009**

Wenn Sie einige Problemfeldern mit Prioritäten versehen wollten: welches Priorität ordnen Sie den nachfolgenden Punken zu?

Bitte bewerten Sie diese auf der "Noten"-Skala 1 (sehr wichtig) bis 6 (unwichtig) an.	Anzahl	Mittelwert	Streuung	Mindestwert	Maximalwert	Schiefe	Modalwert	Median
Leerstand Stalkenburg-Passage	12	2,08	0,86	1,00	4,00	0,71	2	2,00
Metzendorf-Immobilie	12	1,17	0,55	1,00	3,00	3,46	1	1,00
Gestaltung Kreuzung Friedrich- / Wilhelmstraße/ Zwerchgasse	12	2,58	0,86	1,00	4,00	0,15	2	2,50
Neugestaltung Parkhofgelände	12	1,33	0,47	1,00	2,00	0,81	1	1,00
Ruhezonen, Aufenthaltsbereiche unabhängig von Wegebeziehungen und Verkehrsflächen	12	2,42	0,76	1,00	4,00	0,30	2	2,00
Platzgestaltung "Kleiner Markt"	12	3,83	1,21	2,00	6,00	0,05	3	4,00
Wegebeziehungen und Passagen im Gebiet	12	3,25	1,01	2,00	5,00	0,52	3	3,00
Wegebeziehungen nach "außen" (Postkreisel, Altstadt, ü Lehrstr. nach Nord, ü Ludwigstr	12	3,50	1,38	2,00	6,00	0,65	4	3,50

Sonstiges

Heppenheim 20.8.2009 EigRo

Anhang 7

Maßnahmevorschläge der lokalen Partner - Auswertung

EIGLER &Partner

Sitzung der lokalen Partnerschaft am 27.10.2009 - TOP SWOT-Analyse

Vorbereitung der SWOT-Analyse

Analyse von inneren Stärken und Schwächen und auf die Innenstadt einwirkende Risiken und Chancen aus der "Umgebung"

Arbeitshilfe für die Mitglieder der Lokalen Partnerschaft

Sehr geehrte Damen und Herren in der Lokalen Partnerschaft,

wir haben Ihnen eine Reihe von Stichworten zusammengestellt, die für die Innenstadtentwicklung von Bedeutung sein könnten. Als Arbeitserleichterung sind diese der Systematik der SWOT-Analyse folgend geordnet.

Bitte kreuzen Sie uns an, welche Punkte für eine Konkretisierung der Ziele der Innenstadtentwicklung von besonderer Bedeutung sind.

Wenn Sie Stichworte vermissen, die wichtig sind, nutzen Sie bitte die freien Felder für Ergänzungen. Wenn es Punkte gibt, die Sie anders werten (z.B. als Stärke statt als Schäche), vermerken Sie dies bitte.

Wenn Sie auch noch versuchen würden, sich nur auf die bedeutendsten Stichworte zu beziehen und *maximal 20 Felder* ankreuzen würden. Sie können direkt in das Arbeitsblatt eintragen oder uns den Ausdruck mit Ihren Einträgen zufaxen. Bitte beachten Sie dabei: inwieweit ist das jeweilige Stichwort in Ihren Augen für die Innenstadtentwicklung relevant?

Nochmals besten Dank für die Mitarbeit. Wir werden versuchen, alle zugesandten Bögen bis zur nächsten Sitzung auszuzählen und das Ergebnis zur Diskussion vorstellen.

Mit freundlichen Grüßen

Herbert Eigler | Sigrid Bormann | Lutz Kaffenberger

E&P, 15.10.2009 Eig/Bo

Sitzung der lokalen Partnerschaft am 27.10.2009 - TOP SWOT-Analyse

Außeneinflüsse auf die Innenstadtentwicklung	*Ergebnis*	
Chancen, Optionen	*36*	
Potenziale aus forschungsintensivem Umfeld (Hochschulen, Industrien)	*0*	
Angebotsvielfalt im Wohnen	*1*	
überdurchschnittliches Qualifikationsprofil der Bevölkerung	*2*	
Freizeit und Naherholungsqualität	*3*	x
soziale Stabilität und wirtschaftliche Diversität (Branchenvielfalt) der Stadt	*3*	
Standortqualitäten für innovative Unternehmen und solchen in Wachstumsbranchen	*6*	
Lage- und Verkehrsgunst für Wirtschaft, Beruf, Freizeit, Ausbildung	*7*	x
wirtschaftliche Stärke der Region in Beschäftigung und Kaufkraft	*7*	x
Positives Image von Heppenheim und der Bergstraße	*7*	
.....	*0*	
.....	*0*	
.....	*0*	

Außeneinflüsse auf die Innenstadtentwicklung		
Risiken und Gefährdungen	*36*	
"Entwicklungsbrei" - konkurrierende Standorte mit gleichen Infrastrukturqualitäten	*7*	
Sogkraft der Wachstumskerne (Oberzentren)	*3*	
Einkaufszentren und Großmärkte in der Region und der Stadt	*12*	x
Polarisierung des Konsums in Massenprodukte und Luxuswaren	*3*	
Änderungen des Konsumverhaltens	*3*	
demografischer Wandel	*3*	x
Knappheit an Entwicklungsflächen	*2*	
hohe Berufs- und Bildungsmobilität und wachsende Mobilität bei Konsum und Freize	*1*	
.....Imageverlust der Stadt als Einkaufsziel	*1*	
.....HP hinkt hinteher, and. Innenstädte entwickeln sich schneller, Bedarf dort schnell	*1*	
.....	*0*	

Sitzung der lokalen Partnerschaft am 27.10.2009 - TOP SWOT-Analyse

innere Stärken der Innenstadt

städtebauliche Stärken

	34	
Altstadt als "Aushängeschild" für die Innenstadt	*10*	x
hoher Anteil des Wohnens in der Innenstadt	*5*	
nachbarschaftliche Nähe, gegenseitige Bekanntheit	*3*	
kleinteilige Strukturen	*0*	
Leerstände als verfügbarer Raum für ergänzende Nutzungen	*3*	
Innenstadt als Treffpunkt	*8*	x
.....ebenerdiger gesch.nahe parkraum	*2*	
.....Behörden in der Innstadt	*2*	
.....Fußgängerzone, Verkehrsber. Bereich	*1*	

gewerbliche und immobilienwirtschaftliche Stärken

	42	
Zentrumsfunktionen, zentralörtliche Einrichtungen	*6*	
Feste/Events in der Innenstadt/Altstadt, hohe touristische Frequenz	*7*	x
Gesundheitswesen (Ärzte, Apotheken, Krankenpflege etc) als "zweites Rückgrat"	*9*	x
Leerstandsproblematik räumlich eingrenzbar	*2*	
Initiativen und Engagement lokaler Akteure, hoher Organisationsgrad des Gewerbes	*5*	x
Nebeneinander von Gastronomie, Einkauf, Dienstleistung, Gesundheitswesen, Touri	*6*	x
hoher Anteil inhabergeführter Läden	*7*	x
.....	*0*	
.....	*0*	
.....	*0*	

innere Schwächen der Innenstadt

städtebauliche Schwächen

	59	
fehlende räumliche Integration Altstadt - Innenstadt	*6*	x
Defizite der Nahversorgung	*7*	x
z.T. fehlende Wohnumfeldqualität (Grün), Unattraktivität des Wohnens für Familien	*5*	
kaum Freizeitangebote (Kultur, Sport, Kinderspiel ...) in der Innenstadt	*5*	
wenige gemütliche Aufenthaltsflächen ohne Konsumdruck	*9*	
Stagnation und verhärtete Verhandlungen bei Schlüsselgrundstücken	*6*	x
Leerstände, z.T. mangelhafter Erhaltungszustand von Gebäuden	*10*	x
Gestaltungsdefizite der Innenstadt - städtebaulich ebenso wie bei Werbung und Sch	*7*	
allgegenwärtige Hinterhofsituationen	*2*	
lineare Struktur des Einkaufsbereichs	*2*	
.....	*0*	
.....	*0*	
.....	*0*	

Sitzung der lokalen Partnerschaft am 27.10.2009 - TOP SWOT-Analyse

gewerbliche und immobilienwirtschaftliche Schwächen

	46	
Defizite im Branchenmix, Lücken in Angebotspalette, kaum Frequenzträger	8	x
z.T. hohe Gewerbemieten	4	x
wenig "Kreativwirtschaft" und "Szene"	2	
unzureichende Repräsentanz von Innenstadtinteressen in der Stadtpolitik	7	x
hohe Fluktuation der Einzelhandels- und Gastronomie-Betriebe in der Innenstadt	1	
langjährige Leerstände mit Ausstrahlungswirkung	11	x
Fehlende Anpassung des Einzelhandels an Wünsche von Touristen wie Bewohner	2	
Imagedefizite als Einkaufs"zentrum", zuwenig Einkaufsathmosphäre	3	
Defizite im Mietmanagement bei Gewerbeflächen	4	x
kaum gebührenfreie Parkplätze	3	
.....bürgerfeindl. Verhalten der Ordnungshüter/Verwarnungen	1	
.....	0	
.....	0	
		21

E&P, 15.10.2009 Eig/Bo

Raum für Ihre Anmerkungen und Kommentare

1 es gibt nur einen Leerstand....
2 Punkt Freizeitangebote: In HP fehlen eigentlich zeitgemäße Spielgeräte für die Kinder
> Fußgängerzone muss zum Verweilen anregen, > "Kommunikationstreff" und >"Erlebniskauf" werden. > Die Altstadt darf kein "Museeum" werden. >Parkleitsystemf ür Autos fehlt. > "Leitung der Fußgänger vom Parkhof über die Fußgängerzone in die Altstadt fehlt. Fußgänger sollten "von unten" durch die Passage in die Fußgängerzone und weiter in die Altstadt geleitet werden. >Inhaber geführte Läden machen manchmal sehr bequem (Nachfolgeregelung bzw. die Einstellung: uns reicht es . . .).

Kreisstadt Heppenheim - Aktiver Kernbereich Innenstadt
SWOT-Analyse: Stärken/Schwächen/Chancen/Risiken

EIGLER &Partner

Sitzung der Lokalen Partnerschaft am 27.11.2009

TO-Punkt SWOT-Analyse

Ergebnis der Befragung der Lokalen Partner zu Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken der Innenstadtentwicklung

Innere Stärken:	84 Nennungen
Innere Schwächen:	113 Nennungen
Entwicklungschancen:	42 Nennungen
Entwicklungsrisiken:	37 Nennungen

			Interne Analyse - innere Stärken und Schwächen der Innenstadt	
			Innere Stärken	**Innere Schwächen**
externe Analyse - Umgebungseinflüsse	Entwicklungschancen	Positives Image von HP und Bergstraße Lage- und Verkehrsgunst wirtschaftliche Stärke der Region Standortqualitäten für innov. Unternehmen Freizeit und Naherholungsqualität soziale Stabilität und Branchenvielfalt	**Strategietyp** Chancen ergreifen	**Strategietyp** Schwächen eliminieren
	Entwicklungsrisiken	Einkaufszentren in Region und der Stadt "Entwicklungsbrei" - Standortkonkurrenz Änderungen des Konsumverhaltens Sogkraft der Oberzentren Polarisierung des Konsums Knappheit an Entwicklungsflächen	**Strategietyp** Risiken durch Stärken abwehren	**Strategietyp** Verteidigungsstrategien

städtebauliche Stärken
Altstadt als "Aushängeschild" der Innenstadt
Innenstadt als Treffpunkt
hoher Anteil des Wohnens in der Innenstadt
Leerstände als Raum für ergänzende Nutzungen
nachbarschaftliche Nähe, "sich Kennen"

gewerbliche + immobilienwirtsch.Stärken
Gesundheitswesen als "zweites Rückgrat"
Zentrumsfunktionen, zentralörtliche Einrichtunge
Feste/Events in der Innenstadt/Altstadt, Tourismu
hoher Anteil inhabergeführter Läden
Mischung von Funktionen
Initiativen und Engagement lokaler Akteure

städtebauliche Schwächen
wenig Aufenthaltsflächen ohne Konsumdruck
Leerstände, z.T. mangelhafter Erhaltungszustand
Defizite der Nahversorgung
verhärtete Verhandlungen bei Schlüsselgrd.stücken
fehlende Integration Altstadt - Innenstadt
Gestaltungsdefizite der Innenstadt
fehlende Wohnumfeldqualität (Grün)...
kaum Freizeitangebote (Kultur, Sport, Kinderspiel ...)

gewerbliche + immobilienwirtsch. Schwächen
langjährige Leerstände
Defizite im Branchenmix und Angebot
fehlende Repräsentanz in der Stadtpolitik
Imagedefizite als Einkaufs"zentrum"
Defizite im Mietmanagement bei Gewerbeflächen
z.T. hohe Gewerbemieten

Anlage 8 Legitimation für die Befragungen

KREISSTADT HEPPENHEIM
DER MAGISTRAT

Der Magistrat der Kreisstadt • Postfach 1808 • 64638 Heppenheim

Fachbereich Stadtplanung, Bauen & Immobilienmanagement
Dienstgebäude: Gräfstraße 7-9
64646 Heppenheim
E-Mail-Adresse: naumann@stadt.heppenheim.de
Telefon: (0 62 52)13-0
Durchwahl: (0 62 52)13-11 51
Telefax: (0 62 52)13-11 38
Auskunft erteilt: *Herr Dr. Naumann*
Sprechstunden: Mo. - Fr. 8 - 12 Uhr

Datum und Zeichen Ihres Schreibens: | Unser Zeichen: 60-650 Nau/hg | Datum: 08.07.2009

Aktiver Kernbereich Innenstadt
Befragung unter Bewohnern, Geschäftsleuten und Grundeigentümern

Bestätigung
über die Durchführung einer Untersuchung
im Aktiven Kernbereich Innenstadt
im Auftrag des Magistrats
der Kreisstadt Heppenheim

In seinem Bemühen, die Wirtschafts- und Lebenssituation in der Innenstadt zu verbessern, hat sich der Magistrat der Kreisstadt Heppenheim erfolgreich um die Aufnahme in das Städtebauförderungsprogramm „Aktive Kernbereiche" des Bundes und der Länder beworben. Im Zuge der planerischen Vorbereitung von Maßnahmen ist die Erarbeitung eines sogenannten „Integrierten Handlungskonzeptes" erforderlich.

Das vom Magistrat mit der Erstellung des Integrierten Handlungskonzeptes beauftragte Büro **EIGLER & Partner Gesellschaft für Kommunalberatung mbH** führt dazu in der Innenstadt Heppenheim Untersuchungen durch. Neben Experten werden dazu auch in einer Stichprobe Geschäftsleute, Grundeigentümer und Bewohner der Innenstadt befragt. Ziel dieser Befragungen ist es, Meinungen und Einschätzungen der Bürger in Erfahrung zu bringen und ebenso deren Überlegungen und Ideen zur weiteren Entwicklung der Innenstadt.

Wir bitten Sie, die Fragen der Interviewer unvoreingenommen zu beantworten und durch Ihre Mitarbeit am Ziel einer positiven Entwicklung der Innenstadt beizutragen.

Das Büro und seine Mitarbeiter sind nach § 138 (3) BauGB zum Datenschutz verpflichtet und die Daten und Auswertungen nur an die Kreisstadt Heppenheim weiterzugeben. Ihre Angaben werden **streng vertraulich** behandelt. Es erfolgt keine Auswertung, die auf einzelne Betriebe oder Personen gerichtet ist oder bei der Rückschlüsse auf einzelne Unternehmen möglich wären.

Postgirokonto Frankfurt/Main (BLZ 500 100 60) Nr. 13 536-605
Sparkasse Starkenburg (BLZ 509 514 68) Nr. 30 355
Volksbank Bergstraße eG Heppenheim (BLZ 509 601 01) Nr. 18 708
Vereinsbank Heppenheim (BLZ 509 914 06) Nr. 11 0154 09

1

Es werden keine Daten an andere Behörden oder Stellen als an den Fachbereich Stadtplanung, Bauen und Immobilienmanagement mitgeteilt.

Dennoch ist Ihre Beteiligung an der Befragung freiwillig. Zur Beantwortung von Fragen stehen Ihnen Mitarbeiter des Büros unter der Telefon-Durchwahl 0173 - 323 5430 (per e-mail: info@esprojekt.de) zur Verfügung.
Ansprechpartner bei der Stadtverwaltung ist Herr Dr. Naumann unter Telefon 06252 / 131151.

Die Mitarbeiter der Eigler & Partner GmbH weisen sich neben dieser Legitimation durch einen Personalausweis aus.

Mit freundlichen Grüßen

Gerhard Herbert
Bürgermeister