

ENTWICKLUNGS- KONZEPT INNENSTADT

**Dokumentation
3. ideentisch**

**Eldorado oder wüste -
Einkaufen 20xx**

25.04.2007

3. IDEENTISCH am 25. April 2007 (19.00-21.00 Uhr)

Stadtparkasse Rhein-Neckar.Nord, D2, 1-3

Saal Toulon

Im Zuge des Stadtjubiläums 2007 wurde die Kurpfalzachse deutlich aufgewertet. Allerdings zeichnen sich nach wie vor Defizite ab. Leerstand bleibt weiterhin ein Thema, die angrenzenden Seitenstraßen profitieren kaum von der Aufwertung, die Straße wirkt isoliert. Der dritte Ideentisch thematisiert künftige Strategien für die Ausrichtung von Mannheims beliebtesten Flaniermeilen, den Umgang mit dem Einzelhandel in der „2. Reihe“ sowie die Entwicklungspotenziale der lokalen Ökonomie der einzelnen Quartiere.

PROGRAMM

Begrüßung durch Herrn Gwildis (EKI-Team, Fachbereich Städtebau Stadt Mannheim) und durch den Gastgeber Herrn Brettschneider (Vorstand der Stadtparkasse Rhein-Neckar Nord, Mannheim)

Kurzbericht zum Stand des EKI-Prozesses, Markus Neppl (astoc)

Kurzbericht „Aktuelle Projekte im Umfeld der Innestadt“, Robert Bechtel (Fachbereichsleiter Städtebau Stadt Mannheim)

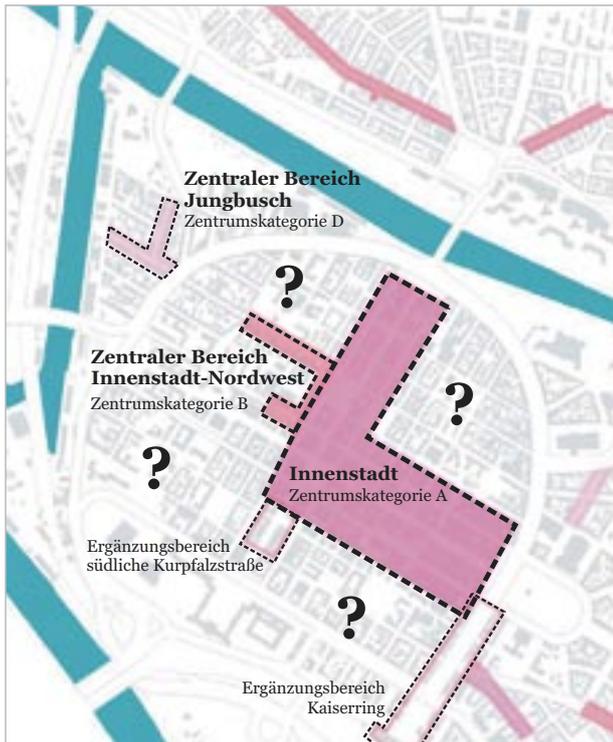
Input:

Eldorado oder Wüste- Einkaufen 20XX. Sieben Thesen zur Einkaufsstadt Mannheim, Klaus Overmeyer (Studio UC)

anschließend Workshops



input 1: Eldorado oder Wüste- einkaufen 20xx. sieben Thesen zur Einkaufsstadt Mannheim

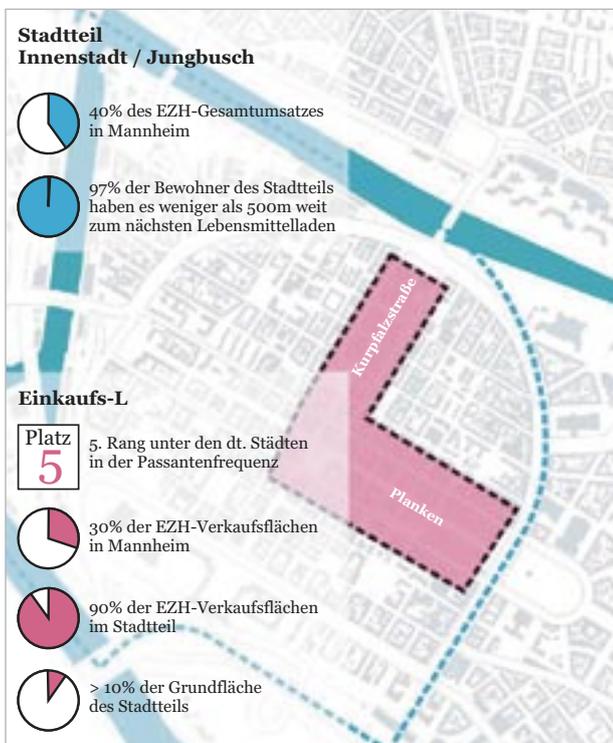


Legende

Zentrenstruktur nach Entwurf FS Zentrenkonzept 2007

- Ergänzungsbereiche
- Zentrums-kategorie A
- Zentrums-kategorie B
- Zentrums-kategorie C
- Zentrums-kategorie D

These: Der Einzelhandel konzentriert sich nach Aussage des Zentrenkonzeptes (Entwurfsstand) auf unterschiedlich bedeutende Bereiche. Die dominante Stellung nimmt dabei der zentrale Bereich Innenstadt ein.

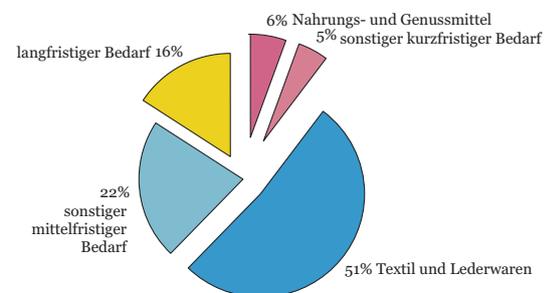


Legende

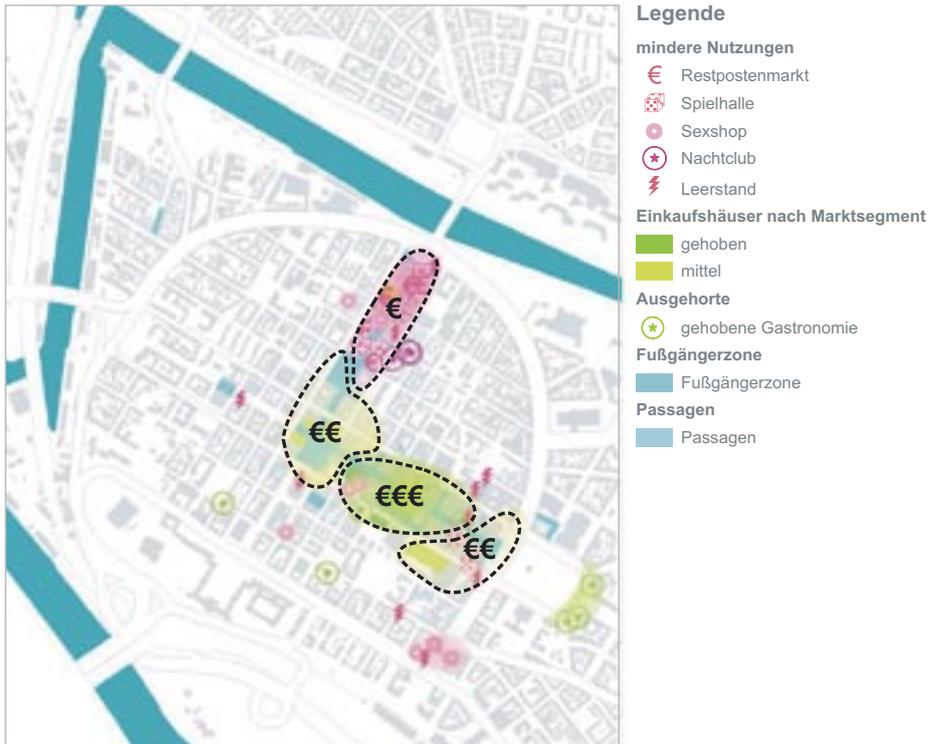
Zentrenstruktur nach Entwurf FS Zentrenkonzept 2007

- Innenstadt

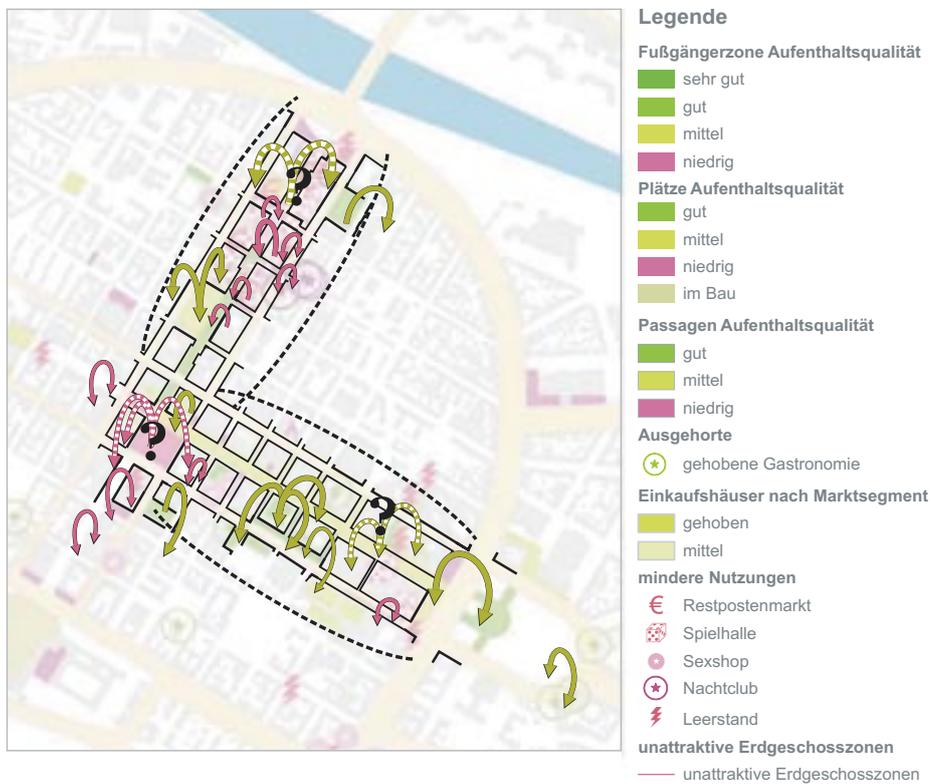
Verkaufsflächenanteil nach Branchen im Einkaufs-L



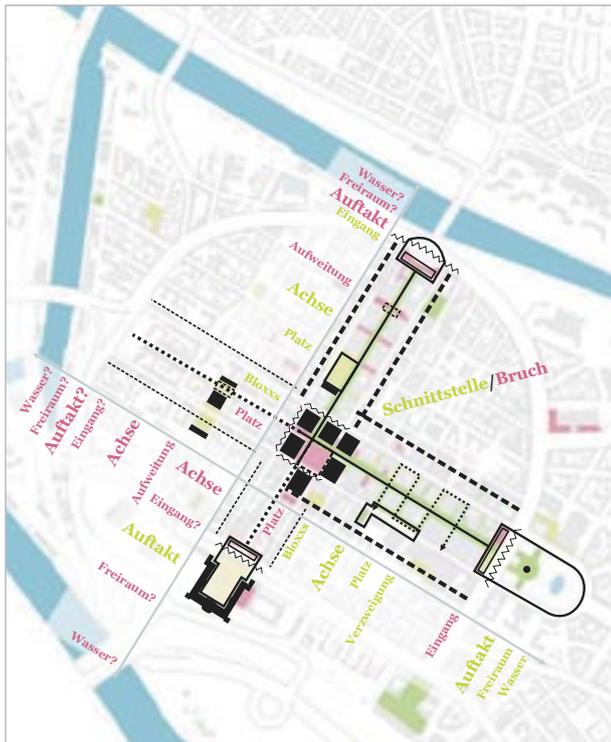
These: Der Einzelhandel ist ein bedeutender Faktor in der Mannheimer Innenstadt. Aber nicht der einzige!



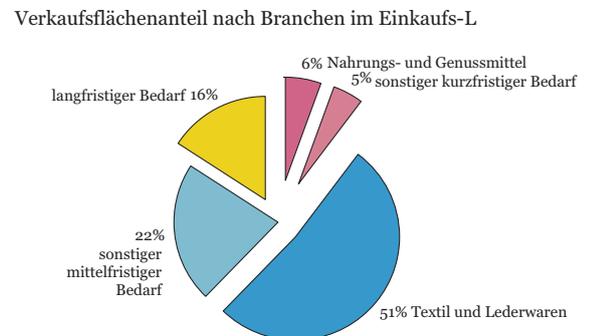
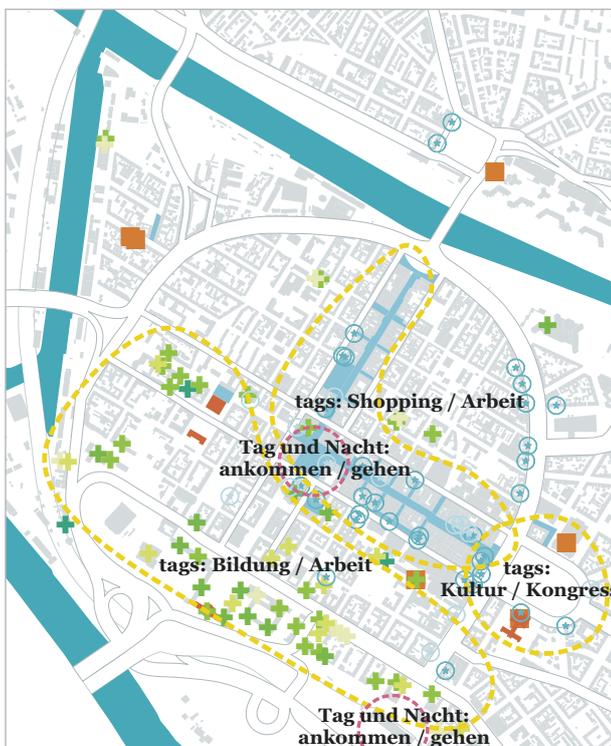
These: Innerhalb der Innenstadt gibt es, sowohl zwischen den einzelnen Abschnitten der Einkaufsachsen als auch der Randlagen („zweite Reihe“), eine starke Differenzierung von Einkaufsqualitäten



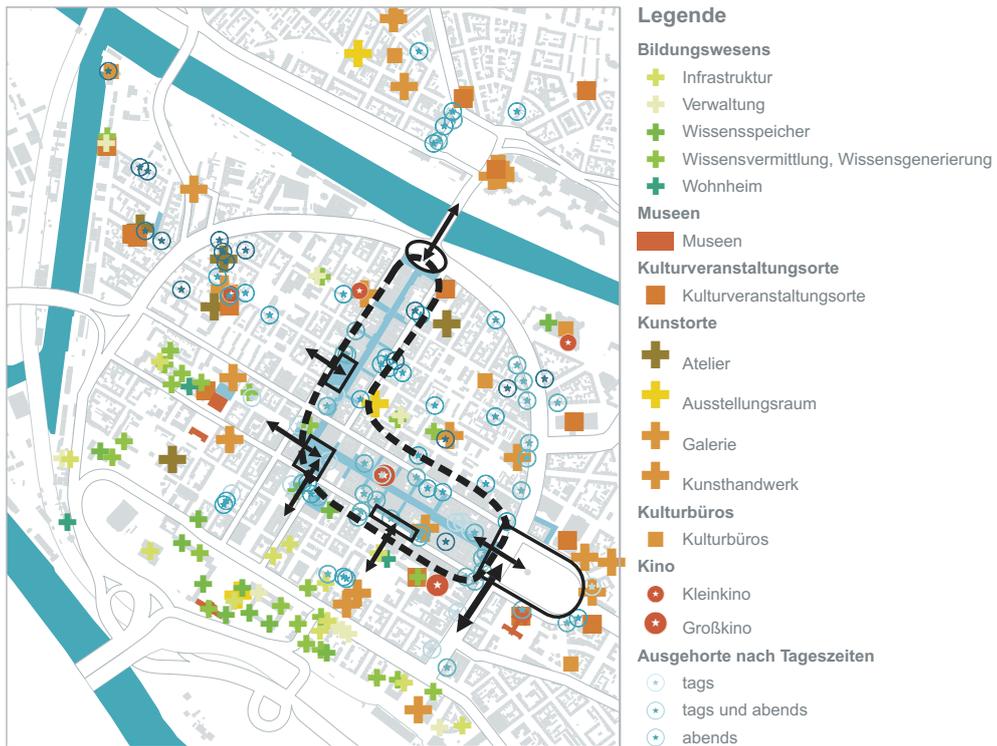
These: Die Attraktivität des öffentlichen Raumes und die umliegenden Nutzungen beeinflussen sich gegenseitig



These: Die beiden Hauptachsen Kurpfalzstraße und Planken haben jeweils ihre eigene Rhythmik an räumlichen Qualitäten. Jedoch verlieren die Achsen westlich und südlich des Paradeplatzes stark an Präsenz.



These: Die von der Tageszeit unabhängigen Aktivitäten konzentrieren sich an unterschiedlichen Orten der Innenstadt.



These: Das Thema Einkaufen bildet eine Enklave. Eine Mischung mit anderen Programmen findet nicht statt. Es finden sich nur vereinzelte räumliche Anknüpfungspunkte.

workshops

workshop 1: neue Projekte der Einkaufsstadt Mannheim

(Moderation: Birgit Schreiber, Markus Neppi)

Neue Ansätze für eine vitale Innenstadt

Im bundesweiten Vergleich zählt Mannheim zu den beliebtesten Einkaufsstädten. Die Attraktivität der Planken als Einkaufsmeile, kurze Wege und ein zufrieden stellender Branchenmix sind die wesentlichen Gründe, warum viele Menschen gern nach Mannheim fahren, um dort einzukaufen. Allerdings gibt es Defizite in der Verzahnung von Nutzungsmischungen, Image und stadträumlicher Qualifizierung. Zu den wichtigsten Entwicklungsbereichen zählen die Stichstraßen zu den Einkaufsmeilen Breite Straße und Planken. Durch die Aufwertung dieser Straßen mittels einer attraktiveren Mischung aus Einzelhandel, Gastronomie und Kultur könnte den benachbarten Quartieren der Schulterschluss mit der Einkaufsenklave gelingen. Hierbei ist auch die Eigeninitiative der Einzelhändler von besonderer Bedeutung. Umgekehrt würden auch die 1a-Lagen davon profitieren, wenn die Atmosphäre und die Struktur der Nebenstraßen Kaufkraft und Kundschaft in der Innenstadt binden könnten.

Um die Aufenthaltsqualität und Verweildauer zu erhöhen, erscheint es zudem sinnvoll, über eine intensivere Nutzung des Marktplatzes nachzudenken, der als zentraler öffentlicher Raum einen weitaus höheren Beitrag zur Attraktivität leisten könnte. Das Erscheinungsbild des Paradeplatzes wird seiner exponierten Lage nach Meinung vieler Mannheimer ebenfalls nicht ganz gerecht und könnte durch eine Umgestaltung die Aufenthaltsqualität und Verweildauer steigern.

Potenzial findet sich auch im Mannheimer Passagensystem. Als vernetzendes und prägendes System sollte es stärker profiliert werden. Die Entrées der Innenstadt sollten ebenfalls aufgewertet werden, da sie als Visitenkarte fungieren. Prioritär gilt es, hier die Stadteingänge am Wasserturm und Kurpfalzkreisel zu betrachten.

Vielfalt erhöht Aufenthaltsqualität und Verweildauer

Die Nebenstraßen der Einkaufszone der Innenstadt werden als „Lücke“ empfunden, das überbrückt oder gefüllt werden muss, um den Austausch mit den benachbarten Quartieren zu gewährleisten. Die Anbindung der Quartiere sollte über den Handel hinaus erfolgen und auch durch (pop-) kulturelle Strategien vollzogen werden. Die Jungbuschstraße kann als Beispiel für den positiven Synergieeffekt eines Mix an Leistungen (Gastro, Shopping, Kultur, Erreichbarkeit) betrachtet werden, welcher wiederum die Verweilattraktivität am Standort deutlich erhöht. Veränderte Ladenschlusszeiten könnten zudem dafür sorgen, dass „Gewimmel“ in der Einkaufsstadt zu entzerren.

Durch die Förderung kultureller Stadtbausteine sowie verlängerte Ladenöffnungszeiten könnte Mannheim der Spagat von der Einkaufsstadt zur Ausgehstadt gelingen. Es besteht allerdings die Problematik, dass Mannheim durch fehlende Bahnverbindungen zur Abendstunde von der Umgebung „abgeschottet“ ist, was den Auswärtigen erschwert, sich nach 20 Uhr in der Quadratestadt zu amüsieren, bzw. nachts ohne eigenen PKW wieder von dort wegzukommen.

Einkaufsqualität versus Lebensqualität?

Die angespannte Verkehrssituation belastet nicht nur die Kunden, die mit dem Auto in der Mannheimer Innenstadt einkaufen möchten. Primär leidet die Lebensqualität der Bewohner der Quadrate unter dem Verkehr und seinen Folgen (mehr Einkauf, mehr Autos, stärkere Umweltbelastung). Dabei wird das Angebot des ÖPNV sehr gut genutzt. Bereits jetzt bewegt sich mehr als die Hälfte der Innenstadtbewohner mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, die wiederum auch für Unmut bei den Besuchern der Einkaufsmeile Planken sorgen. Die Trassenführung der Straßenbahn beeinträchtigt das Flanieren und minimiert die Nutzungsmöglichkeiten des öffentlichen Raumes.

Ruhender und strömender Verkehr

Das Parkleitsystem der Stadt Mannheim ist als angemessen zu betrachten, allerdings sollten Strategien angedacht werden, die den ruhenden Verkehr stärker in die verfügbaren Parkhäuser verlagern. Das Bild der zugewandten Innenstadt könnte beispielsweise durch eine zum Parkhaustarif vergleichsweise hohe Parkgebühr aufgelöst werden. Durch eine Subventionierung des Einzelhandels ließen sich über eine Parkgebührenerstattung sowohl die Ziele der Kundenbindung als auch die Nutzung der Parkhäuser lenken.

Auch mit Blick auf konkurrierende Einkaufsstandorte (z.B. das Rhein-Neckar-Zentrum in Viernheim) sollten die Parkgebühren zumindest angeglichen werden, um im Wettbewerb um Kundenzuflüsse weiterhin zu bestehen.

Die „Brücken“-Räume zwischen Parkraum und Einkaufs-L können zudem als wichtiger Möglichkeitsbereich zum Ausbau der Attraktivität der Innenstadt interpretiert werden, sofern sie ein gut gemischtes Angebot von Gastronomie, Einzelhandel und Kulturbausteinen aufzeigen können

In erster Linie wird von den Einwohnern der sich stauende Verkehr bei der Einfahrt vom Ring in die Innenstadt, an der Einfahrt des Holiday-Inn Parkhauses sowie des Marktplatzes beklagt.



workshop 2: qualitätsgefälle: premiumkaufhaus-1 euro-shops

(Moderation: Frank Gwildis, Klaus Overmeyer)

Downtrading-Effekte im Norden der Breiten Straße

Im nördlichen Teil der Breiten Straße zeichnen sich deutliche Downtrading-Tendenzen ab, die sich im Ruf der Straße und in aktuellen Ungewissheiten widerspiegeln. Die Zukunft des Karstadtgebäudes in K1 und des Medienkaufhauses Prinz in T1 ist unbestimmt, der Startschuss für den Bau der Abendakademie steht ebenfalls noch aus. Die Häufung von Spielhöllen, 1-€- und Sex-Shops wird seit Mai 2006 durch den Bebauungsplan verhindert. Zurzeit finden sich dort noch zwei Sexshops und zwei Sonderpostengeschäfte. Die Situation hat sich stabilisiert, die Strategie scheint aufzugehen. Dennoch ist der Bebauungsplan nur eine Verhinderungsmaßnahme, keine Vision. In Teilbereichen sind mögliche Zwischennutzungen ausgeschlossen, weil die Eigentümer an einer hohen Rendite und langfristigen Nutzungen interessiert sind. Subventionierungen seitens der Stadt könnten verhindern, dass die Besitzer an 1-€-Läden oder Spielhöllen vermieten. Vertreter der Stadtverwaltung haben sich seit fünf Jahren intensiv um eine Kooperation mit den Hauseigentümern bemüht. Probleme bereiten vor allem die Eigentümer-Verwaltungen, die nicht in Mannheim ansässig sind.

Vision Breite Straße

Seit 10-20 Jahren kann man beobachten, dass immer mehr inhabergeführte Geschäfte von überregionalen und internationalen Handelsketten verdrängt werden. Ohne Frage, die An-

siedlung von H&M und Co stärkt die Konkurrenzfähigkeit der Mannheimer Innenstadt als Einkaufsmetropole gegenüber anderen Standorten. Jedoch wird die Identität, Qualität und Atmosphäre einer Stadt vor allem durch die lokalen Einzelhändler geprägt, die durch fehlende Förderung in Mannheim keinen leichten Stand haben. Es bleibt abzuwarten, ob die bevorstehende Karstadt Sanierung in K1 gelingt, um am nördlichen Ende der Breiten Straße wieder einen Attraktor zu positionieren, der auf sein Umfeld eine positive Wirkung hat. Schon zuvor gab es Initiativen, die Downtrading-Tendenzen zu stoppen. Mit der Gründung des Arbeitskreises Breite Straße (Stadt und Einzelhändler) entstand ein Kommunikationsinstrument, um den zahlreichen Leerständen und Geschäftswechsellern der letzten zehn Jahre entgegenzuwirken. Mittlerweile sind nur noch ein Leerstand und ein Fragezeichen (Karstadtgebäude) zu verzeichnen, die Läden und Geschäfte werden längerfristig geführt. Umbaumaßnahmen haben zwar zu Umsatzeinbußen geführt, aber nicht zu Schließungen. Dennoch: Das Image der Breiten Straße befinden nicht wenige aufgrund des Geschäftsbesatzes immer noch für schlecht.

Allerdings hat sich praktisch von allein eine Profilierung herausgebildet, aus der eine weiche Handlungsstrategie abzuleiten ist. Die Breite Straße könnte vor allem für ein junges Publikum attraktiv werden (Mode, günstige Preise). Ohnehin kaufen Teenager ihre Kleidung bereits jetzt in erster Linie auf der Breiten Straße. Wenn es gelingt, hier das Junge-Mode-Cluster zu verstärken und kleine Trendläden von außerhalb anzulocken, könnte die Breite Straße eine erfolgreiche Renaissance erleben. Denkbar wären auch Zwischennutzungen im leerstehenden Prinz-Kaufhaus (Fitness-Zentrum, Tanzstudio, Plattenladen, Bar) zu etablieren, die Jugendliche ansprechen.

Von der Stadt Mannheim wird zurzeit geprüft, ob im nördlichen Teil der Breiten Straße ein Business Improvement District ausgewiesen werden kann. Dieses städtebauliche Instrument kann zur Attraktivitätssteigerung und Revitalisierung von Innenstädten und Stadtteilzentren beitragen, in dem sich private Eigeninitiativen von Unternehmen vor Ort, Einzelhändler, Grundeigentümer, Gastronomen, Dienstleistern in einer bestimmten Form zu Public Private Partnership neu organisieren. Sie schließen sich in einem örtlich klar begrenzten Bereich für üblicherweise drei bis fünf Jahre zusammen und verpflichten sich alle gemeinsam die Aufwertungsmaßnahmen für den Standort zu finanzieren.

Neugestaltung des öffentlichen Raumes in der Breiten Straße

Die unklare räumliche Situation der Breiten Straße durch Vor- und Rücksprünge erschwert die Herstellung eines klaren, aufgeräumten Straßenbildes. Die Beleuchtung wird als ungenügend betrachtet. Für ein angenehmeres Erscheinungsbild ist jedoch nicht nur die Stadt, sondern auch die Eigeninitiative und Kooperationsbereitschaft der ansässigen Händler untereinander gefragt.

Imageschäden könnten laut Workshopteilnehmern schon mit wenigen oberflächlichen Maßnahmen gestoppt, eine angenehmere Aufenthalts- und Einkaufsatmosphäre geschaffen werden (z.B. Reklametafeln entfernen).

Wandlung des Mannheimer L

Das Mannheimer L scheint in Umwandlung begriffen, auch wenn von mancher Stelle, z.B. unter dem Aspekt der „Kurzen Wege“, gefordert wird, dass das „L“ intakt bleiben soll, anstatt neue Areale zu generieren. Die Attraktivität bestimmter Abschnitte der Einkaufsenklave hat sich im Laufe der Zeit stark gewandelt. Noch 1979 wurde die Strecke der Planken Richtung Wasserturm, die sich heute außerordentlicher Beliebtheit erfreut, von einigen Workshopteilnehmern als „katastrophal“ und „gefährlich“ bezeichnet.

In der Breiten Straße ist zurzeit zu beobachten, dass viele der türkischen Läden aus der 2. und 3. in die 1. Reihe „aufgerutscht“ sind. Diese Entwicklung wird künftig unter dem Gesichtspunkt der Verzahnung mit den Quartieren zu fördern sein.

In Zukunft könnte die Achse Marktplatz/Jungbuschstraße/Hafen in den Fokus rücken: Unter dem Aspekt der Kombination von Einkauf, Gastronomie und Kultur scheint es zum Zweck der

Attraktivitätssteigerung, aber auch der Wirtschaftlichkeit sinnvoll, die kreativen Randbereiche der Innenstadt mit der Breiten Straße zu vernetzen.

Die Entwicklung des Großprojektes Mannheim 21 südlich des Hauptbahnhofes birgt die Gefahr, dass sich die Einkaufslage zu Ungunsten der Neckar-Nordlage verschiebt. Die Gegensteuerung erfolgt jedoch bereits: Das Postareal wird vorerst nicht für Einzelhandelsnutzung ausgegeben.

Wochenmarkt (G1)

Der Wochenmarkt zählt zu den Einzelhandelsleuchttürmen der Stadt, leidet aber unter einer Abwanderung von regionalen Erzeugern. Ein weiteres Problem ist, dass der Platz gastronomisch zu wenig genutzt wird und deshalb oft leer wirkt. Wichtiges Ziel für die Zukunft ist, dass sich Marktnutzung und Gastronomie nicht ausschließen, sondern symbiotisch ergänzen.

Universität: Die fehlende Präsenz der Universität in der Innenstadt wird mitunter beklagt. Am südlichen Ende der Kurpfalzachse gelegen, fehlt der Anschluss der Bildungseinrichtung an das Leben in der Innenstadt. Die Überlegungen in das Stadthaus in N1 Hörsäle oder eine Mensa zu integrieren zeigen, dass es von Teilen der Workshopbesetzung als Defizit betrachtet wird, dass die Universität das Stadtbild in keinerlei Weise prägt.



workshop 3: quartiersökonomie

Moderation: Jürgen Scheuermann, Markus Lang

Filsbachquartier

Früher befand sich im Filsbachquartier ein vitales Stadtteilzentrum mit vielen Geschäften (Warenverkehr Hafen - Jungbusch - Markt - Innenstadt). Die Straße zwischen den G- und H-Quadranten fungierte als Verlängerung der Jungbuschstraße in Richtung Innenstadt und verband das Filsbachquartier mit dem Jungbusch zu einer Einheit. Heute sind die Quartiere jedoch durch den Luisenring, der eine enorme Barriere-Wirkung besitzt, fast vollständig voneinander getrennt.

Das heutige Filsbachquartier ist stark multikulturell geprägt. Es ist eine Verschiebung ehemaliger Geschäftslagen hin zu Cafés, Bars und Restaurants zu beobachten, zudem hat sich ein alternatives Kino angesiedelt. Einschlägige Etablissements des Rotlichtmilieus (aus ehemaligen Hafenzeiten) sind in Teilbereichen nach wie vor zu finden.

Im Bereich der Marktstraße (zwischen K-E1 und K-E2) dominieren vor allem Migrationsökonomien sowie alteingesessene kleine Fachhandelsbetriebe. Westlich der Marktstraße finden sich teilweise auch noch alte Handwerksbetriebe, allerdings hat ihre Zahl in den letzten Jahren deutlich abgenommen.

In den Abendstunden erfreut sich das Quartier einer attraktiven Belebtheit. Die Ladenschlusszeiten sind hier seit jeher „aufgeweicht“, zudem stimmt auf Stadtteilebene die Mischung aus Einkaufen, Leben und Kultur. Das „Lebens-L – Filsbachquartier“ (zwischen G- und H-Quadranten und zwischen K-H1 und K-H2) könnte als Gegenmodell zum „Einkauf-L – Innenstadt“ fungieren.

Östliche Unterstadt

In etwas geringerer Ausprägung und räumlicher Bündelung gelten diese Einschätzungen auch für die Östliche Unterstadt. Auch hier sind vielfältige kleinteilige Einkaufsstrukturen abseits der Breiten Straße vorhanden. In 2. und 3. Reihe finden sich neben unterschiedlichen Formen der Migrationsökonomie auch kleinere Fachhandels- und Handwerksbetriebe sowie verschiedene Kneipen und Gaststätten. Diese Bereiche verleihen der östlichen Unterstadt ebenfalls eine deutlich spürbare Vitalität, die allerdings in östlicher und nördlicher Richtung merklich abnimmt. Erst zum Ring hin vermischen sich wieder unterschiedliche Formen von Einzelhandelsbetrieben mit Cafés und Restaurants.

Jungbusch

Insgesamt finden sich im Jungbusch zurückgehende Einzelhandelsstrukturen. Defizitär ist vor allem die Versorgung im Lebensmittelsektor (Bäcker, Metzger). Entsprechende Bedarfe werden gegebenenfalls in G7 gedeckt. Aufgrund der starken multikulturellen Ausrichtung des Stadtteils Jungbusch sollte vielleicht auch das Angebot eine multikulturelle Ausweitung erfahren.

In den Abendstunden wirkt der Jungbusch sehr aktiv, tagsüber aber entsteht eher der Charakter eines „ruhigen“ Wohnviertels. Die Profilierung der Quartiersökonomie im Stadtteilzentrum Jungbuschstraße / Beilstraße bedeutet auch Stärkung der Tagesaktivitäten und damit eine weitere Attraktivitätssteigerung des Jungbuschviertels.

Die Anbindung an die Innenstadt sollte gestärkt werden. Hierbei wäre eine Fortführung des „Lebens-L“ in den Jungbusch hinein für das Quartier vermutlich besser als die Entwicklung des Eis-Bender-Gelände als Standort eines Lebensmitteldiscounters (s. Zentrenkonzept).

Oberstadt

Die Quartiersökonomie in der Oberstadt gestaltet sich anders als in der Unterstadt: Abseits des „Einkaufs-L“ finden sich in erster Linie universitäts- und verwaltungsgeprägte Strukturen (Copy-Shops, Computerläden, private Fortbildungseinrichtungen, z.T. Mittagspausengastronomie). Ausnahmen bilden die 2. und 3. Reihe südlich der Planken. Hier, am Randbereich

Innenstadt (Kaiserring), finden sich mehr Läden und Geschäfte.

Die Nahversorgung der Anwohner wird entweder in der Innenstadt oder in der westlichen Oberstadt über den Kaisering hinaus, in der Schwetzingenstadt gedeckt. Auch aus diesem Grund erscheint es sinnvoll, sich mit einer sicheren und komfortablen Querung im Bereich Kaiserring/Schwetzingen Stadt auseinanderzusetzen. Zudem sollte eine nutzungs- und frei-raumbezogene Aufwertung Tattersall als neues Bindeglied angestrebt werden.

Leerstände und Freiräume

Teilweise ist in den Quadraten eine Unternutzung deutlich spürbar, die sich zum Beispiel in der westlichen und östlichen Unterstadt in einer hohen Anzahl an Call- und Internetshops bemerkbar macht. Freiräume sind in den Quadraten zum Beispiel in Form von Baulücken durchaus vorhanden. U5, der Swansea-Platz in H6, und die Lauergärten in M6 bieten großes Potenzial für Grün- und Aufenthaltsräume.

Gezielte Bepflanzung bzw. Gestaltung von Frei- und Resträumen in den Quartieren fördert deren Attraktivität und kann so auch die Quartiersökonomie gegenüber dem „Einkaufs-L“ stärken und profilieren.

Sonderthema Verkehr

Der Einkaufsverkehr von und zur Innenstadt belastet die Quartiere erheblich. Das Parkleitsystem der Stadt wird zwar als angemessen, jedoch durchaus als verbesserungswürdig beurteilt. Ein denkbarer Ansatz, um die Verkehrsbelastung einzuschränken, wäre die Minimierung des sogenannten „Promenier-Verkehrs“ der in gewissen Straßen Mannheims sehr beliebt ist. Bedacht werden sollte allerdings auch, dass die (auto-)verkehrsreichsten Straßen gleichzeitig auch die belebtesten und beliebtesten öffentlichen Räume in der Innenstadt sind (Marktstraße, Kapuzinerplanken, Fressgasse). Kontrovers wurde diskutiert, ob sich diese Belebtheit im vorliegenden Fall nicht auch gegenseitig bedingt und ein gewisses Maß an Verkehr den Charme dieser Straßenabschnitte durchaus mitträgt.



workshop 4: Naht oder Fuge – über die Rolle der Einkaufsachsen als Schnittstelle zwischen den Quartieren

(Moderation: Timo Amann, Nadja Wersinski)

Abgrenzung der Einkaufszone

Die Abgrenzung zwischen der Einkaufszone und den umliegenden Quartieren ist funktional-programmatisch, gestalterisch-strukturell und „emotional“-wahrnehmungsspezifisch eindeutig vorhanden.

Dass es eine fühlbare Grenze zwischen den einzelnen Zonen gibt, wird insgesamt als normal, unproblematisch oder gar spannend für eine Stadt der Größe Mannheims angesehen. Die Einkaufszone wird nicht als Fremdkörper empfunden, wohl aber als Zäsur.

Der vom Zentrenkonzept als Innenstadt bezeichnete Bereich wird als halbwegs zutreffend bezeichnet. Laut Workshopteilnehmer beschränkt sich die Einkaufszone nicht allein auf die Fußgängerzonen und die anliegenden Geschäfte, sondern umfasst im Bereich der Planken auch die „zweite Reihe“ (Fressgass und Kunststraße). In der Breiten Straße jedoch sind die Geschäfte der zweiten Reihe, abweichend vom Zentrenkonzept, nicht der Einkaufszone zuzuordnen, sondern den Quartieren oder anderen Einkaufsbereichen (wie dem multikulturellen Filzbachquartier).

Als Kriterien der Abgrenzung werden neben gestalterischen Aspekten wie der Ausgestaltung als Fußgängerzone oder auch die Gebäude- und Ladengestaltung vor allem das Warenangebot und die damit verbundene Ziel- und Nutzergruppe genannt.

Der Geschäftsbesatz in der Einkaufszone trägt der Funktion als Oberzentrum Rechnung und richtet sich vorwiegend an ein gesamtstädtisches oder regionales Publikum, wenngleich einzelne Angebote der Einkaufszonen natürlich auch durch die Quartiersbevölkerung genutzt werden (täglicher Bedarf, bummeln, usw.).

Die Grenzen zu den Quartieren sind im Vergleich zur Vergangenheit schärfer geworden, die Ballung und Konzentration der Einkaufszonen auf ihre zentrale Einkaufsfunktion hat zugenommen. Die in den letzten Jahrzehnten stattfindende funktionale und strukturelle Entmischung wird zwar teilweise als bedauerlich, aber auch als normal und notwendig empfunden. Immerhin bekleidet Mannheims Innenstadt im Gegensatz zu vielen anderen Großstädten in der Einkaufszone überhaupt noch die Funktion Wohnen und gewährleistet weiterhin ein Nahversorgungsangebot.

Transformation der Einkaufsenklave

Der Trend des Shoppings als Freizeitaktivität schlägt sich auch auf die Angebote in den Fußgängerzonen und deren Randbereichen nieder. Es ist eine verstärkte Ansiedlung von Gastronomie zu beobachten. Diese Gastronomieangebote werden auch von den Quartiersbewohnern rege genutzt, was zur Folge hat, dass die Einkaufsbereiche in den Abendstunden nicht mehr so verwaist sind wie sie es einmal waren und die Grenzen zu den Quartieren zu diesem Zeitpunkt aufgeweicht werden.

Die Grenzen der Einkaufszone haben sich in den vergangenen 15 Jahren verschoben. Besonders im Bereich Fressgasse und Kunststraße ist der Geschäftsbesatz -traditionelle Geschäfte und Quartiersinfrastrukturen wie Bäckereien oder Metzgereien- aus den Planken in diese Randbereiche hineingedrängt.

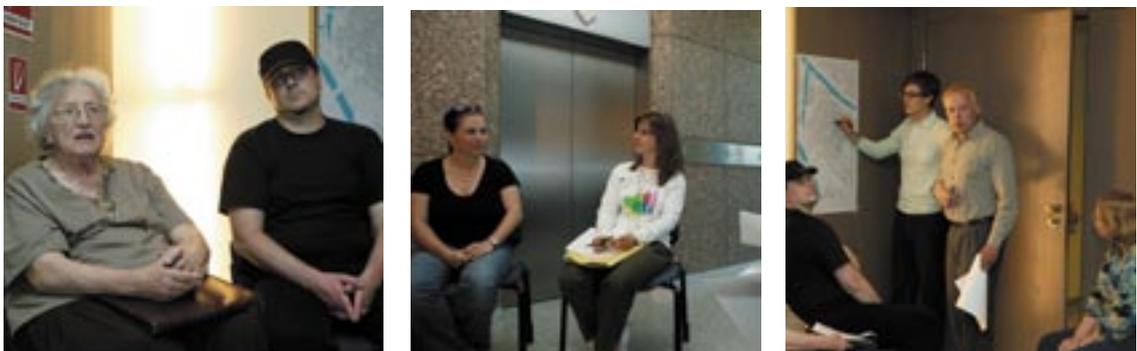
Es gibt nicht „die Mannheimer Fußgängerzone“ oder die zusammenhängende Einkaufszone. Die Breite Straße und die Planken unterscheiden sich nicht nur von der Art der Geschäfte und der Qualität der Räume, sondern auch in ihrem Publikum.

Die Planken übernehmen eher die Funktion als regionale Einkaufsmeile als die Kurpfalzstraße, welche scheinbar primär von der Mannheimer Bevölkerung frequentiert wird.

Quartiersstrukturen

Die gewerbliche Struktur lässt sich nicht für alle vier Quartiere gleich beschreiben, sondern ist sehr unterschiedlich (wenig Handel in den Oberstädten, multikulturelle Läden in der Westlichen Unterstadt, handwerkliche Betriebe und Fachgeschäfte in der Östlichen Unterstadt). Besonders in der Westlichen, aber auch in der Östlichen Oberstadt, ist das Handelsangebot im Bereich der Versorgung mit Produkten des täglichen Bedarfs stark ausgedünnt. Dies scheint sich auf zweierlei Weise durch die dortige Nutzungs- und Baustruktur zu begründen: Zum einen lassen die dort ansässigen Verwaltungsbauten keinen Platz für Geschäfte, zum anderen eben auch keinen Raum für Wohnbevölkerung und somit für potentielle Nachfrager. Die Nahversorgung der Oberstadt stellt aber derzeit kein Problem dar, da sie durch die umliegenden Quartiere gewährleistet ist.

Die Quartiere haben neben ihrer internen Einkaufsfunktion auch attraktive Angebote, die in die Einkaufszonen hineinstrahlen und den Handelsstandort Mannheim insgesamt bereichern. Das Angebot der Quartiere rundet das der Einkaufszonen ab und ergänzt es durch kleine Einkaufs-Refugien. Die Quartiere bieten Raum für Handelsnischen und alternative Ziel-/ Lebensstilgruppen abseits des mainstreams. Drei Hauptkategorien lassen sich ausmachen:



Stille Perlen: Traditionelle Fachgeschäfte und Spezialitätenläden, die ihrem angestammten Standort treu geblieben oder aus Kosten- / Raumgründen in den Quartieren heimisch sind. Viele dieser Geschäfte suchen nicht unbedingt die erste Lage, da sie nicht auf Laufkundschaft angewiesen sind, sondern überwiegend gezielt aufgesucht werden.

Frischzellen: Junger start-up-EZH, der die günstigen Mieten und vorhandenen kleinen Ladenlokale nutzt, um seine Geschäftsideen zu verwirklichen. Oftmals werden diese Läden zu Anlaufpunkten bestimmter Szenen oder Zielgruppen. Folgeeinrichtungen ziehen nach und bilden dadurch kleine Einkaufsmilieus. Oftmals bieten diese Läden die frischeren Konzepte, neue Handelsideen und Angebote und locken so Kundschaft in die Quartiere. Die Einkaufszonen profitieren von einem insgesamt attraktiveren Angebot und später vielleicht auch von den in die erste Reihe nachgerückten Angeboten. Scheinbar bevorzugen jedoch einige der jungen Läden prinzipiell die Atmosphäre der Quartiere.

Gastronomie: In den letzten Jahren lässt sich -neben einer generellen Zunahme- auch ein verstärkter Zuzug von Gastronomie in den umliegenden Quartieren der Einkaufszone beobachten. Die Gastronomiebetriebe ergänzen und erweitern das Einkaufsangebot bei Tag und bei Nacht. Sowohl die Einkaufszone als auch die Quartiere profitieren von diesem zusätzlichen Angebot. Andererseits verstärkt diese Tendenz Konflikte mit der Wohnnutzung. Zudem verdrängt die Gastronomie auch Handelsbetriebe, da sie höhere Mieten zahlen kann. Um diesen Probleme entgegenzuwirken, ist ein B-Plan aufgestellt worden, der auch erste Wirkungen zeigt.

Aufwertung der Seitenstraßen

Die Workshop-Teilnehmer bewerten die Aufwertung der Seitenstraßen als wichtige Maßnahme zur Schaffung von Transparenz und Offenheit zwischen den Einkaufszonen und den Quartieren. Beide Seiten würden davon profitieren. Durch eine Aufwertung ließe sich die Aufenthaltsqualität steigern sowie der Austausch erhöhen. Zudem sind die Seitenstraßen die eigentlichen

Eingangspforten zu den Einkaufszonen, schließlich strömen durch sie die Menschen von den umliegenden Parkhäusern zu den Läden. Diese Frequentierung gilt es zu Gunsten der Quartiere zu nutzen.

Als Beispiele für Aufwertungsmaßnahmen werden neue Beläge, Beschilderung, Verkehrsberuhigungsmaßnahmen, Grünpflanzungen, oder Aufweitungen für Außenbestuhlungen genannt. Mehrfach wurde die Sorge laut, dass die teilweise schon versprochenen Aufwertungsabsichten nun zu Gunsten der Aufwertung der Planken verschoben oder ganz fallengelassen werden.

Quartiers-Oasen

Die innerhalb der Quartiere vorhandenen Potentiale gilt es zu stärken, um so kleine attraktive „Inseln“ zu bilden (z.B. Schillerplatz, Herschelplatz, usw.).

Diese Enklaven sollen nach innen und außen eine Ausstrahlungskraft entfalten und so Kunden, Passanten aber auch Geschäfte anziehen.

Erweiterung der Einkaufszone

Das Thema der Erweiterung der beiden Hauptachsen über den Paradeplatz hinaus sollte laut Teilnehmer des Workshops differenziert betrachtet werden. Für unrealistisch wird es angesehen, durch eine Verlängerung der Fußgängerzone auch die Einkaufszone ausweiten zu können, was darüber hinaus für die Balance der Einkaufstraßen als nicht sinnvoll erachtet wird. Auch wenn es am Rathaus schon einen als Fußgängerzone ausgestalteten Abschnitt gibt, erscheint eine Ausweisung der beiden Achsen als Fußgängerzone nicht zwingend nötig. Eine -wie auch immer geartete- freiraumgestalterische und städtebauliche Aufwertung der Achsen wird aber als wichtiger Handlungsansatz angesehen.

Doch auch hier wird die Sorge laut, dass vor allem die Umgestaltung der südlichen Kurpfalzachse erst langfristig realisiert wird. Die Achsen scheinen an Zugkraft gewonnen zu haben. Der Umstand, dass sich dort ein Discounter und ein Biomarkt angesiedelt haben zeigt ihre Schnittstellenfunktion als Versorgungskanäle sowohl für die Quartiere als auch die Einkaufszone auf.



Resümee

Als wichtige Entwicklungsbereiche der Innenstadt werden von den Workshopteilnehmern neben dem Paradeplatz und dem Marktplatz vor allem die Seitenstraßen gesehen, die zurzeit ein Schattendasein führen, obschon sie als die eigentlichen Eingangspforten zu den Einkaufszonen interpretiert werden könnten. Zudem erscheint es zur Steigerung der Wohn- und Lebensqualität vonnöten, in der Innenstadt die Bildung attraktiver Inseln (Herschelbad, Schillerplatz) zu fördern

Die Situation am nördlichen Bereich der Breiten Straße, der zeitweilig mit einem problematischen Ladenbesatz (Sex-Shops, Spielhöllen, 1-€-Shops) zu kämpfen hatte, stabilisiert sich durch Festlegungen im Bebauungsplan. Der Verhinderungstaktik sollte nun aber eine Vision für diesen Bereich der Breiten Straße folgen. Mittels „weicher“ Handlungsstrategie könnte man hier versuchen, ein attraktives (Einkaufs-)Umfeld für Jugendliche zu entwickeln.

Die Achse Marktplatz/Jungbusch/Hafen könnte in Zukunft in den Fokus rücken und beispielhaft für die Attraktivitätssteigerung durch die Kombination von Einkauf, Kultur und Gastronomie sein. Die vermehrte Ansiedlung von Gastronomie in der Innenstadt hat bereits dazu geführt, dass die Grenzen zwischen Einkaufszonen und angrenzenden Quartieren in den Abendstunden „aufgeweicht“ werden.



ORGANISATION UND KONZEPTION

Stadt Mannheim
Fachbereich Städtebau - PG Planen & Bauen_2007
Frank Gwildis
Collinistr. 1
D-68161 Mannheim

Fon +49 (0)621 - 293 - 5556
Fax +49 (0)621 - 293 - 47-5556
www.mannheim.de
www.eki-mannheim.de
info@eki-mannheim.de

mit

A S T O C GmbH&Co.KG
ARCHITECTS & PLANNERS
Prof. Markus Neppl
Maria-Hilf-Strasse 15
D- 50677 Köln

Fon +49 (0)221 2718060
Fax +49 (0)221 3100833
www.astoc.de

Studio UC/ Klaus Overmeyer
Eichenstraße 4
12435 Berlin

Fon +49 (0)30 532 10 696
Fax +49 (0)30 532 15 760
www.studio-uc.de

Der Prozess Entwicklungskonzept Innenstadt Mannheim (EKI) ist ein Projekt der Stadt Mannheim / Dezernat für Planung, Bauen, Umweltschutz und Stadtentwicklung in Zusammenarbeit mit ASTOC Architects and Planners / Köln und studio uc / Berlin

