

Informationsvorlage der Verwaltung

Gremium	Sitzung am	Beratung
Bezirksvertretung Mitte	24.03.2022	öffentlich
Stadtentwicklungsausschuss	29.03.2022	öffentlich

Beratungsgegenstand (Bezeichnung des Tagesordnungspunktes)

City-Management

Hier: Studien und Umfragen zur Situation der Bielefelder Innenstadt

Betroffene Produktgruppe

11.09.01 Bauamt

11.15.11 Beteiligungen der Stadt Bielefeld

Auswirkungen auf Ziele, Kennzahlen

keine

Auswirkungen auf Ergebnisplan, Finanzplan

keine

Ggf. Frühere Behandlung des Beratungsgegenstandes (Gremium, Datum, TOP, Drucksachen-Nr.)

keine

Sachverhalt:

Die BV Mitte nimmt folgenden Sachverhalt zur Kenntnis.

Der Stadtentwicklungsausschuss nimmt folgenden Sachverhalt zur Kenntnis.

Hintergrund

Die Innenstädte sind in einem tiefgreifenden Wandel und stehen damit vor neuen Herausforderungen und Chancen. Die Corona-Krise hat die Gefahr eines wirtschaftlichen und sozialen Bedeutungsverlusts der Stadtzentren zusätzlich verschärft. Als Mittelpunkt des Oberzentrums sind die Entwicklungen in der Bielefelder City dabei auch wegweisend für Maßnahmen in den Stadtteilzentren. Das City-Management der drei Institutionen Bauamt, Bielefeld Marketing und WEGE hat u.a. eine strategische Ausrichtung der zukunftsorientierten Maßnahmen in der Innenstadt im Blick. Dabei ist für das City.Team der Rückgriff auf Daten und Auswertungen unerlässlich.

Mehrere Erhebungen und Studien haben sich in den vergangenen Monaten mit der Situation der Innenstädte insgesamt, aber auch mit der in Bielefeld im Speziellen beschäftigt. Neben der Auswertung des Projekts altstadt.raum, entstand die Studie „Attraktivität der City von Bielefeld“ im Auftrag des Verkehrsvereins Bielefeld und eine Mitgliederbefragung der Kaufmannschaft Altstadt. Auf Landes- und Bundesebene liefern u.a. die Studien „Zukunft des Handels – Zukunft der Städte“ im Auftrag des NRW-Wirtschaftsministeriums, „Vitale Innenstädte“ des IFH Köln in Zusammenarbeit mit IHK u.a. und die aktuelle Trendumfrage des HDE Zahlen und Erkenntnisse speziell für Bielefeld.

Die wichtigsten Erkenntnisse aus den Studien wurden vom City.Team im Lenkungskreis City-Entwicklung mit Mitgliedern von Handelsverband, DEHOGA, IHK, Altstadt Kaufmannschaft und

Werbegemeinschaft Bahnhofstraße und Teilnehmern des Amtes für Verkehr diskutiert. Dabei wurden die Ergebnisse thematisch geclustert. Die Schlussfolgerungen flossen in diese Informationsvorlage ein.

Attraktivität der Innenstadt

Bei der Gesamtzufriedenheit der Besucher:innen mit der Innenstadt bekommt Bielefeld insgesamt gute Noten, auch im Vergleich mit Bewertungen vergleichbar großer Städte in NRW. Die wichtigsten Besuchsmotive sind dabei klar ablesbar: Die meisten Besucher:innen kommen zum Bummeln/Einkaufen in die Bielefelder Innenstadt, dicht gefolgt von einem Besuch der Gastronomie und Veranstaltungen wie Stadtfesten. Ein attraktives Einzelhandels- und Gastronomieangebot sind also in Kombination mit Erlebnissen durch Feste und besondere Angebote wichtig für eine fortdauernde Attraktivität der City. Das zeigt sich auch bei den Verbesserungspotentialen für die Innenstadt, diese liegen laut Besucher:innen beim Ambiente (Grün, Sitzmöbel etc.), der PKW-Erreichbarkeit und dem Freizeitangebot.

Passantenfrequenz

Das Einkaufsverhalten hat sich u.a. durch den Zuwachs des Onlinehandels und die Corona-Pandemie verändert. Das lässt sich auch an den Passantenfrequenzen in ganz Deutschland und in der Bielefelder Innenstadt ablesen. Hier wurden Messungen am 7. und 9. Oktober 2021 durchgeführt. Dabei wurde die gleiche Methodik wie bei den bisherigen Frequenzmessungen des Gutachterausschusses für Grundstückswerte in der Stadt Bielefeld angewandt, um eine Vergleichbarkeit mit der letzten durchgeführten Messung im Jahr 2019 sicherzustellen. Der Gutachterausschuss selbst hatte auf die Messung 2021 verzichtet, weil man durch die Rahmenbedingungen (Großbaustelle Jahnplatz, parallellaufender Verkehrsversuch) verzerrte Ergebnisse erwartete. Das City.Team hat sich trotzdem für eine Durchführung entschieden, um den „gefühlten Werten“ bei der Besucher:innenfrequenz mit belastbaren Zahlen zu begegnen. Dafür wurden 35 Messpunkte in der gesamten Innenstadt herangezogen. Die Ergebnisse der Laser-Messgeräte der Firma Hystreet, die nur an drei Punkten in der Bahnhofstraße installiert sind, wurden zum Abgleich für diese Standorte hinzugezogen. Sie waren allerdings im Jahr 2019 noch nicht platziert, so dass Schlussfolgerungen auf die Vor-Corona-Zeit mit diesen Daten nicht möglich sind.

In absoluten Zahlen zeigt sich für Bielefeld im Vergleich von 2021 zu 2019 unter der Woche ein leichter Rückgang (rund - 1,3 %) der Besucher:innenfrequenz. Deutlicher sind die Zahlen am traditionell besuchsstärkeren Samstag, hier ist ein Rückgang von insgesamt rund - 27 % zu verzeichnen. Betrachtet man am Samstag die Rückgänge getrennt nach den Bereichen Altstadt und Bahnhofstraße (mit umliegenden Straßen), zeigt sich in der Altstadt ein Rückgang von rund - 21 % im Vergleich zu 2019, im Bereich Bahnhofstraße liegt der Rückgang bei rund - 31 %.

Im Vergleich mit anderen NRW-Städten, für die 2021 die gleichen Rahmenbedingungen in der Corona-Lage galten, zeigt sich ein heterogenes Bild: in Aachen liegt der Rückgang der Frequenzen bei rund - 9 %, in Bonn und Essen bei rund - 24 % und in Köln bei rund - 23 %. In der Region verzeichnet Münster einen Rückgang von - 6 %, in Paderborn waren es - 9 %. Osnabrück konnte dagegen im Vergleich zu 2019 bei der Passantenfrequenz Zuwächse von rund + 8 % verzeichnen.

Erreichbarkeit und Zentralitätskennziffer

Die PKW-Erreichbarkeit ist für alle Innenstädte ein Thema von hoher Relevanz für die Gesamtzufriedenheit der Besucher:innen. Das lässt sich auch an den Ergebnissen für Bielefeld ablesen. Für Besucher:innen, die nicht in Bielefeld wohnen, ist das Auto mit zunehmender Entfernung zur Innenstadt das wichtigste Verkehrsmittel für die Fahrt in die Innenstadt – mit der Erreichbarkeit der City sind die meisten von ihnen aber nicht zufrieden.

Im Vergleich mit Städten ähnlicher Größe fällt der Zufriedenheitswert für die PKW-Erreichbarkeit

von Bielefeld schlechter aus. Maßnahmen, die die Verkehrssituation beeinträchtigen oder beitragen die Erreichbarkeit schwerer erscheinen zu lassen, könnten direkten Einfluss auf die Anzahl der Besucher:innen aus dem Umland und damit mutmaßlich auch auf die Umsätze, die durch diese Gruppe generiert werden, haben.

Wichtiger Indikator für die Attraktivität eines Standortes als Einkaufsort ist die Zentralitätskennziffer. An ihr lässt sich ablesen, ob der örtliche Einzelhandel überörtliche Kaufkraft anzieht. Dieser Indexwert wird bundesweit von drei Instituten erhoben, gängig ist die Betrachtung der Zahlen der GfK GeoMarketing und von MB-Research, die die Kennziffern mit unterschiedlichen Berechnungsgrundlagen erstellen.

Die GfK sieht für Bielefeld, nach einem leichten Rückgang in 2020, für das Jahr 2021 im Vergleich zu 2019 einen deutlichen Einbruch des Wertes um 13,8 Punkte von 133,6 (2019) auf 119,8 (2021). Ebenfalls zweistellige Rückgänge der Zentralitätskennziffer von 2021 zu 2019 gibt es laut GfK in Münster mit – 11,6 Punkten auf 124,3 und in Paderborn mit – 19,6 Punkten auf 137. Auch andere Städte in NRW, deren Größe mit Bielefeld vergleichbar ist, mussten durch die allgemeine Lage Verluste hinnehmen. Beispielhaft ist der Rückgang in Bonn relativ gering (- 2,1), in Mönchengladbach (-9,2) und Bochum (-9,1) fallen die Rückgänge deutlicher aus.

MB-Research sieht für Bielefeld bei der Zentralitätskennziffer einen leichten Rückgang von 119,4 (2019) auf 118,4 (2021). Für Münster (-5,2) und Paderborn (- 3,1) verzeichnet dieses Institut für den gleichen Zeitraum deutlichere Rückgänge als in Bielefeld, für Bonn (-0,2) bleibt der Wert fast unverändert.

Leerstandsquote

Das City-Management hat neben einer Nutzungskartierung der Erdgeschosslagen in der Bielefelder Innenstadt auch die innerstädtischen gewerblichen Leerstände erhoben. Nach einer ersten Aufnahme im März 2021 wurde die aktuelle Lage Ende Februar 2022 wieder betrachtet.

Aktuell wurden 56 Leerstände in der Bielefelder Innenstadt erfasst, das sind sechs mehr als vor einem Jahr. Die Anzahl entspricht einer Leerstandsquote von rund 7,7 % (2021: 6,7 %). Im Bereich Bahnhofstraße liegt sie bei 8,6 % (2021: 6,1 %), in der Altstadt bei 3,4 % (2021: 3,6 %).

Die Mehrzahl der Leerstände in Bielefeld befindet sich in Passagen: 17 sind es im Jahnplatz-Forum (2021: 17), 12 im Loom (2021: 5), 4 in der Arcade (nur Betrachtung des EG, 2021: 4) 2 im Altstadt-Carée (2021: 4). Auf die übrigen Einkaufsbereiche entfallen damit 21 Leerstände. Acht liegen im Bereich Bahnhofstraße und umliegenden Bereichen (2021: 8) und 13 Leerstände in der Altstadt (2021: 12). Für die Altstadt wurde auch im Herbst 2021 die Lage betrachtet, zu dieser Zeit wurden dort noch 18 Leerstände gezählt.

Bundesweit lag die Leerstandsquote bei innerstädtischen Gewerbeflächen Mitte 2021 laut Immobilienverband Deutschland (IVD) bei rund 20 Prozent. Laut Auskunft des Handelsverbandes Deutschland (HDE) liegt eine Leerstandsquote von 10 % bei innerstädtischen Gewerbeimmobilien im normalen, „sporadischen“ Bereich, der als Fluktuationsreserve betrachtet werden kann. Allerdings gebe es bundesweit keine einheitliche Definition, was tatsächlich als Leerstand zu werten sei. Die größeren deutschen Städte rechnen nach Ende der Covid-19-Einschränkungen durchschnittlich mit einer Leerstandsquote von 15 %.

Wirtschaftliche Lage

Bundesweit zeigten sich im Herbst 2021 mehr als 50% der Händler zufrieden oder sehr zufrieden mit der Umsatzentwicklung. Zum gleichen Zeitpunkt (Oktober 2021) sah das Bild in Bielefeld anders aus. Im Zusammenhang mit dem Verkehrsversuch und der Schließung der Straße *Am Waldhof* gingen 75% der Händler in der Altstadt von deutlichen Umsatzeinbrüchen im Vergleich zu 2019 aus. Nach der Öffnung der Straße *Am Waldhof* verbesserte sich die Einschätzung, auch die Belegungszahlen der Parkhäuser in diesem Bereich veränderten sich entsprechend positiv.

Ausblick

Durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie und den Zuwachs des Online-Handels werden deutliche Veränderungen für den stationären Handel und eine weitere Erosion der Passantenfrequenzen in ganz Deutschland erwartet. Vor diesen Herausforderungen steht auch die Bielefelder Innenstadt mit ihren zahlreichen Akteur:innen aus Handel, Gastronomie und Dienstleistung. Künftig spielt daher die Attraktivitätssteigerung von Innenstädten durch die Anreicherung mit ergänzenden Funktionen und die Steigerung der Aufenthaltsqualität für Besucher:innen eine entscheidende Rolle, von der auch die vorhandenen Akteur:innen profitieren werden.

Verkehrliche und bauliche Maßnahmen, die eine geänderte PKW-Erreichbarkeit der City bedeuten, stellen in den bereits herausfordernden Rahmenbedingungen aus Sicht der Wirtschaft weitere Hemmnisse dar. Für eine zukunftsfähige, attraktive und lebenswerte Bielefelder Innenstadt gilt es die Akteur:innen vor Ort zu unterstützen, ihre Bedürfnisse zu kennen und sie bei weitreichenden Entscheidungen weiterhin mit einzubeziehen.

Das City.Team von Bauamt, Bielefeld Marketing und WEGE hat rund neun Monate nach dem Start den Grundstein für den Austausch unter den Akteur:innen gelegt und erste strategische Maßnahmen gestartet, um die Zukunft der Bielefelder Innenstadt langfristig zu sichern (siehe auch Vorlage 3306/2020-2025 vom 01.02.22).

Quellen

Auswertung Verkehrsversuch altstadt.raum / Amt für Verkehr

Studie „Attraktivität der City von Bielefeld“ / Verkehrsverein Bielefeld

Nutzungskartierung und Leerstandskataster der WEGE

Mitgliederbefragung der Kaufmannschaft Altstadt

Passanten-Frequenzmessung der BBE Handelsberatung im Auftrag der WEGE, Auswertung der Erfassung der Firma Hystreet

Zentralitätskennziffern von MB research und GfK GeoMarketing

Studie „Zukunft des Handels – Zukunft der Städte“ / NRW-Wirtschaftsministerium

Studie „Vitale Innenstädte“ / IFH Köln in Zusammenarbeit mit IHK u.a.

Studie „Zukunftsfeste Innenstädte“ / imakomm Akademie

Trendumfrage des Handelsverband Deutschland HDE

Umfrage des Immobilienverband Deutschland IVD

Moss
Beigeordneter

Bielefeld, den

Wenn die Begründung länger als drei Seiten ist, bitte eine kurze Zusammenfassung voranstellen.