

**Sitzungsvorlage 2021/028**

Verfasser:  
Amt für Tourismus und Stadtmarketing, Andreas Senghas, Patricia della  
Monica, Katja Böhmer

Stand: 08.02.2021

Az.

Beteiligung:  
Baudezernat  
Kulturamt  
Ordnungsamt  
Stadtkämmerei  
Wirtschaftsforum Pro Ravensburg

Gemeinderat	01.03.2021	öffentlich
-------------	------------	------------

**12 Punkte-Programm für eine lebendige Innenstadt**

**Beschlussvorschlag:**

1. Der Umsetzung des 12 Punkte-Programms zur Unterstützung des Einzelhandels, der Gastronomie und Hotellerie, von Kultureinrichtungen, Dienstleistungsbetriebe etc. in der Ravensburger Innenstadt wird zugestimmt.
2. Der überplanmäßigen Ausgabe bzw. den Mindereinnahmen wird im Grundsatz zugestimmt. Die Gegenfinanzierung erfolgt durch entsprechende Mitteleinsparungen bzw. Mehreinnahmen im Laufe des Jahres, wenn absehbar ist, bei welchen Kostenstellen die notwendigen Mittel zur Gegenfinanzierung vorhanden sind.

## Sachverhalt:

Ravensburg und die Pandemie – Wir sind Akteur und nicht nur Zeuge!

Die Stadt Ravensburg zeichnet sich seit jeher als eine attraktive Handels- und Erlebnisstadt mit einer hohen Anziehungskraft für Besuchende und Kundschaft aus. Diese Attraktivität ist zentral für Handel, Tourismus und Gastronomie, hilft aber auch Unternehmen aus anderen Branchen wie Vetter Pharma, Ravensburger AG, EBZ und anderen, ein gutes Umfeld für gesuchte Fachkräfte und zugezogene Mitarbeitende zu bilden.

Die hohe Anzahl an inhabergeführten Fachgeschäften, der vielseitige Branchenmix, qualitätsvolle Angebote, gepaart mit einem besonderen Flair aus Aufenthaltsqualität und städtebaulicher Qualität machen Ravensburg zu einer einzigartigen und liebenswerten Stadt. Mit dem Ravensburger Weg ist es seit den 80er Jahren gelungen, die Innenstadt gezielt weiterzuentwickeln und zu stärken. Aufenthaltsqualitätssteigernde Maßnahmen (wie zuletzt die Neugestaltung des Gespinstmarktes, des Frauentorplatzes und die Verkehrsberuhigung auf dem südlichen Marienplatz) zeigen, dass steter Wandel zu mehr Qualität uns seit jeher begleitet. Diesen Weg wollen wir konsequent fortsetzen.

Schon vor der Corona-Krise waren Städte deutschlandweit mitten in einem Strukturwandel. Kundenfrequenzen haben sich reduziert, Handelsnachfragen außerhalb der Haupteinkaufsachsen sind zurückgegangen. Diese Entwicklungen werden durch die Corona-Pandemie verstärkt. Wir möchten als Verwaltung nicht zuschauen, sondern

- a.) innerhalb unserer Zuständigkeiten handeln und eingreifen
- b.) als Stadt Impulsgeber sein und Plattformen anbieten
- c.) die Stadt in den bewährten und erweiterten Netzwerken in Zeiten dieses Wandels qualitativ und gemeinsam weiterentwickeln. Hand in Hand mit der privaten Seite

Sehr kurzfristig macht dies erforderlich, bisherige Aufgabenschwerpunkte im Citymanagement weiter zu intensivieren und anzupassen:

- Marketingmaßnahmen zur Bewerbung der Einkaufs- und Erlebnisstadt
- Digitalisierungsprozesse bei Unternehmen und Bürgern fördern und initiieren
- Planung und (sobald wieder möglich) Durchführung von frequenzbringenden Veranstaltungen
- Leerstandsmanagement / Akquise neuer Nutzungskonzepte (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung, Co-Working, Showroom für das Handwerk, Kreativwirtschaft, etc.)
- Maßnahmen zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität für alle
- Schließlich: Ergänzungen und Visionen für unsere Altstadt gemeinsam entwickeln

Wir verstehen unser Handeln und diese Maßnahmen als Ergänzung zu den Corona-Hilfsprogrammen der Länder und des Bundes. Wir sind uns bewusst, dass diese Maßnahmen stetig überprüft und ggf. auch nachgesteuert werden müssen. Ebenso gehen wir davon aus, dass die Pandemie nicht schlagartig verschwindet, sondern „Normalität“ nur in Stufen erlangt wird. Dieses **12 Punkte-Programm** ist als schrittweiser Prozess zu verstehen, da sich nicht alle der genannten Maßnahmen von Beginn an umsetzen lassen.

## **Kurzfristig umzusetzende Maßnahmen / Soforthilfemaßnahmen der Stadtverwaltung**

- Verzicht auf die Sondernutzungsgebührenerhebung
- Erweiterung/Entzerrung der Außengastronomieflächen
- überregionale Kampagne Einkaufs- und Erlebnisstadt RV
- Umsetzung weiterer Maßnahmen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt
- Organisation und Durchführung Corona konformer kultureller Veranstaltungen im Innenstadtbereich zur Belebung der Innenstadt und damit Steigerung der Aufenthaltsqualität
- Empfehlung zur Genehmigung der maximal zulässigen Anzahl an Verkaufsoffenen Sonntagen (verbunden mit 1-Euro-Stadtbuss-Tarif) in 2021
- aktives Leerstands- und Ansiedlungsmanagement weiter forcieren
- Durchführung eines Innenstadt-Dialoges (mit der Stadt, dem Wirtschaftsforum Pro Ravensburg, der Immobilienwirtschaft, den Gebäudeeigentümern und Nutzern)
- Fortführung der digitalen Schulungsangebote durch die "Initiative Ravensburg"

## **Unterstützung bei Hygienekonzepten**

Nach Rücksprache und Genehmigung durch Gesundheitsbehörden möchten wir Vereinfachungen bei Schnelltests nutzen und so (falls rechtlich zulässig) die Hygienekonzepte der Einzelhändler, Dienstleister und der Gastronomie in Ravensburg effektiv unterstützen. Wir setzen hier z. B. auf Gurgeltests oder die Bereitstellung von Räumen in der Innenstadt zur Durchführung von Schnelltests durch Dritte (Private oder Hilfsdienste).

## **Maßnahmen für das zweite Halbjahr 2021**

- kostenloser ÖPNV an den Adventssamstagen 2021
- Vorschläge zur Einführung eines flexiblen Tarifsystems in den städt. Parkhäusern
- Umsetzung eines Start-up-Wettbewerbes für die Innenstadt

Diese Maßnahmen entlasten den Einzelhandel und die Gastronomie unmittelbar um über 120.000 Euro. Dazu investieren wir in Stadtmarketing/Wirtschaftsförderung weitere 70.000 Euro. Die Gegenfinanzierung dieser Maßnahmen soll durch entsprechende Mitteleinsparungen bzw. Mehreinnahmen im Laufe des Jahres erfolgen, wenn absehbar ist, bei welchen Kostenstellen die notwendigen Mittel zur Gegenfinanzierung vorhanden sind.

Schließlich möchten wir zusammen mit der Kultur und Sponsoren ebenfalls weitere Werte für alle Einheimischen und Gäste schaffen. Die Aktion „Der blaue Bach“ steht hierfür Pate.

Die vorgeschlagenen Maßnahmen werden nachfolgend im Einzelnen erläutert:

## **Bewährte Soforthilfeprogramme der Stadt für Gastronomie und Handel fortführen**

**1. Verzicht auf die Sondernutzungsgebührenerhebung für das Jahr 2021** für die Nutzung des öffentlichen Raumes durch die Gastronomie und den Einzelhandel für das Jahr 2021 (analog zur Handhabung im Jahr 2020)

- Erlass der Sondernutzungsgebühren Außenbestuhlung Gastronomie (Verzicht auf 85.000 EUR im städt. Haushalt)
- Erlass der Sondernutzungsgebühren für Warenpräsentationen/Werbeanlagen etc. für Einzelhandel und Dienstleistungsbetriebe (Verzicht auf 34.000 EUR im städtischen Haushalt)

**2. Erweiterung/Entzerrung der Außengastronomieflächen** analog der Regelung in 2020

Bereits im Sommer/Herbst vergangenen Jahres konnte den Gastronomiebetrieben durch die Erweiterung ihrer bis dato genehmigten Außengastronomiefläche geholfen werden, trotz erforderlicher größerer Abstandsflächen zwischen den Sitzplätzen ihre

Kapazitäten zu erhalten bzw. teilweise zu erweitern. Dies hat zugleich zu einer Aufwertung/Belebung vieler Bereiche geführt und sich somit positiv auf das Stadtbild ausgewirkt. Die Stadtverwaltung empfiehlt, die Regelung in 2020 auch für 2021 umzusetzen.

## **Marketing intensivieren**

### **3. Kampagne Einkaufs- und Erlebnisstadt nach Beendigung des Lockdowns**

a) Ravensburg ist weit über die Region hinaus als Einkaufs- und Erlebnisstadt bekannt und geschätzt. Neben einem qualitätsvollen, inhabergeführten Einzelhandel, ergänzt mit wichtigen Filialisten, einer vielfältigen Gastronomie, hochwertigen kulturellen und touristischen Angeboten, dem Wochenmarkt und weiteren Märkten, macht das besondere Flair und die hohe Aufenthaltsqualität den Charme der Stadt aus. Diese Qualitäten und Besonderheiten sollen nach Beendigung des Lockdowns im Rahmen einer gemeinsamen Kampagne mit dem "Wifo" (Anzeigen in Tages- und Wochenzeitungen sowie Social Media-Marketing) in einer viel höheren Intensität als bisher im Umkreis von 50 km beworben werden. Ziel ist es, benötigte Kunden- und Besucherfrequenzen zu erzielen. Die bewährten Marketingmaßnahmen der "Initiative Ravensburg" werden beibehalten. Hierfür sind zusätzliche Mittel für das Stadtmarketing (IR) in Höhe von 30.000 EUR erforderlich.

b) Auch in der touristischen Vermarktung wird durch Kooperationen im Rahmen des aktuellen Restart-Sonderprogrammes des Landes zur Bewerbung Baden-Württembergs die Bewerbung Ravensburgs als Reise- und Urlaubsziel intensiviert. Generelles Ziel der Stadt ist es, neben der Bewerbung von Ravensburg als Tagesausflugziel, die Stadt noch stärker als Urlaubsort in der Region Bodensee und Oberschwaben zu positionieren. Hauptzielgruppen sind hierbei Familien sowie Städte- und Kulturtouristen, wie im Tourismuskonzept empfohlen. Auch ein erneuter Workshop mit Hotelbetreibern und größeren Beherbergungsbetrieben wird zeitnah durchgeführt.

## **Aufenthaltsqualität als Qualitätsmerkmal der Stadt kontinuierlich weiter ausbauen**

### **4. Umsetzung weiterer Maßnahmen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt**

Die Einkaufs- und Erlebnisstadt Ravensburg steht mehr denn je im Wettbewerb mit anderen Städten und dem Online-Handel. Wir brauchen neben einer großen Angebots- und Nutzungsvielfalt, der Erreichbarkeit mit allen Verkehrsmitteln zukünftig vor allem viel mehr Aufenthaltsqualität! Die Verweilqualität und Wohlfühlatmosphäre gewinnt eine immer höhere Bedeutung, damit Innenstädte auch in Zukunft lebendig und nachgefragt bleiben. Neben den städtebaulichen Maßnahmen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität, zuletzt die Neugestaltung des Gespinstmarktes und des Frauentorplatzes, wurden in den vergangenen Jahren verschiedenste Maßnahmen zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität auf Grundlage der Konzeption Innenstadtgestaltung des Stadtplanungsamtes umgesetzt: Schaffung von neuen konsumfreien Räumen (Bsp. im Bereich Aufzug Marienplatztiefgarage), zusätzliche Bänke und Spielgeräte etc. Dieses Konzept gilt es auch im Hinblick auf die in der Stadtmarketing- und Tourismuskonzeption aufgezeigte Profilschärfung bzw. bessere Wahrnehmbarkeit des Claims "Stadt der Spiele", beispielsweise durch temporäre Spielangebote aber auch durch weitere Spielgeräte, konsequent fortzuführen.

Genauso wichtig sind auch temporäre Projekte, wie der im letzten Jahr umgesetzte "blaue Bach" auf dem Gespinstmarkt, die Blaserturm-Lichtkonzeption durch das Kapuziner Kreativzentrum und neue Elemente in der Weihnachtsbeleuchtung. Dadurch

gelang uns eine erhebliche mediale Aufmerksamkeit und die Schaffung eines besonderen Flairs in der Stadt. Für vergleichbare Projekte in 2021 stellen wir Sondermittel in Höhe von 20.000 EUR für das Stadtmarketing bereit.

### **5. Durchführung kultureller Veranstaltungen im Innenstadtbereich zur Belebung der Innenstadt**

Neben der Durchführung von Großveranstaltungen wurden in den letzten Jahren immer wieder kleinere Veranstaltungen in der Innenstadt durchgeführt, um ein besonderes Flair und auch eine besondere Aufenthaltsqualität zu erzielen. In Kooperation mit dem städtischen Kulturamt, dem "Wifo" und weiteren Partnern sollen solche Angebote sobald wieder möglich bzw. im Sommer/Herbst in größerer Anzahl als in den Vorjahren zur Belebung der Innenstadt angeboten werden. Mit Fertigstellung des Gespinstmarktes im Spätsommer 2021 sollen auch dort verstärkt kleinere Events angeboten werden. Die Art und der Umfang dieser Veranstaltungen ist abhängig von der Pandemieentwicklung und den daraus abgeleiteten rechtlichen Vorgaben. Die Kosten hierfür werden über das Budget der "Initiative Ravensburg" und des Kulturamts finanziert. Auch der Hirschgraben als Ort für Kultur hat sich bewährt!

### **Veranstaltungen als Frequenzbringer für die Stadt, Einzelhandel, Gastronomie etc.**

### **6. Empfehlung zur Genehmigung der gesetzlich maximal zulässigen Anzahl an Verkaufsoffenen Sonntagen im Jahr 2021**

Im vergangenen Jahr konnten aufgrund der Pandemiemaßnahmen keine Großveranstaltungen durchgeführt werden. Vor der Corona-Krise waren die Verkaufsoffenen Sonntage, der Christkindlesmarkt, weitere Großveranstaltungen sowie Märkte wichtige Frequenzbringer für den Handel, die Gastronomie und weitere Branchen in der Innenstadt. Zum jetzigen Zeitpunkt ist noch ungewiss, ab wann solche Veranstaltungsformate wieder durchgeführt werden können. Zum teilweisen Ausgleich der Umsatzauffälle der Lockdown-Phasen in 2020 und 2021 plant das Wirtschaftsforum Pro Ravensburg in Kooperation mit der Stadt für das Jahr 2021, drei Verkaufsoffene Sonntage zu beantragen. Die gesetzlich erforderlichen Anlässe dieser drei Verkaufsoffenen Sonntage sind der Mobilitätstag, ein Spezialmarkt "regional, nachhaltig und fair" sowie der "Sonntag interkulturell". Das jeweilige Veranstaltungsdatum ist abhängig von der Pandemieentwicklung. Die Verwaltung empfiehlt daher, für das Jahr 2021 die Zuständigkeit des Gemeinderates für die Genehmigung der Verkaufsoffenen Sonntage auf den Oberbürgermeister zu übertragen, um flexibel - auf die jeweilige Infektionslage sowie die rechtlichen Rahmenbedingungen angepasst - die Verkaufsoffenen Sonntage per Allgemeinverfügung genehmigen und durchführen zu können. Sofern die Anzahl der maximal zulässigen Verkaufsoffenen Sonntage durch das Land im Jahr 2021 erhöht oder das Anlasserfordernis ausgesetzt würde, spricht sich die Stadtverwaltung dafür aus, dem Einzelhandel die maximal zulässige Anzahl an Verkaufsoffenen Sonntagen zur Durchführung zu ermöglichen, sofern dies vom Wirtschaftsforum Pro Ravensburg gewünscht wird. Die Durchführungskosten für die geplanten drei Verkaufsoffenen Sonntage sind im Budget der "Initiative Ravensburg" für das Jahr 2021 abgebildet.

### **1 Euro-Stadtbustarif an den Verkaufsoffenen Sonntagen**

Die Stadtverwaltung empfiehlt bei einer Durchführung dieser Verkaufsoffenen Sonntage die Anwendung des 1 Euro-Tarifes im Stadtbusgebiet. Dies wurde bereits beim letzten Mobilitätstag im Jahr 2019 umgesetzt.

## **Nutzungsvielfalt und Branchenmix in der Innenstadt sichern**

### **7. aktives Leerstands- und Ansiedlungsmanagement**

Das bereits seit Jahren praktizierte Leerstands- und Ansiedlungsmanagement wird engagiert fortgesetzt. Wir intensivieren den engen Austausch mit der Immobilienwirtschaft, den Gebäudeeigentümern und der städtischen Wirtschaftsförderung. Ziel ist es, neue Konzepte bzw. Nachnutzungen für die Gebäude in der Innenstadt zu gewinnen. Hierbei sollen auch Pop-up-Konzepte (weiter) forciert werden.

Auch qualitätsvolle Gastronomie steht im Mittelpunkt: Besonders nach der ersten Lockdown-Phase im Frühjahr 2020, wurde die zentrale Rolle der Gastronomie als Qualitätsmerkmal für die Innenstädte überdeutlich. Deshalb wird die Verwaltung ein Konzept erarbeiten, das neben Einzelhandelsansiedlungen auch die Ansiedlung zusätzlicher qualitätsvoller Gastronomiekonzepte ermöglicht. Daneben werden die Innenstädte abseits der Haupteinkaufslagen (bzw. in den sog. 1b und 1c-Lagen) nach Einschätzung der Verwaltung zukünftig stärker auch andere Nutzungsformen als die bisher gewohnten aufweisen. So werden dort zukünftig Co-Working-Konzepte, Showrooms für Handwerksbetriebe (siehe Konzept "Raumzeit" in der Unteren Breite Straße als best practice-Beispiel), Kreativkulturnutzungen (in Kooperation mit den Hochschulen, Partnern aus der Kreativwirtschaft) als EG-Nutzungen an Bedeutung gewinnen.

### **8. Durchführung eines Innenstadtdialoges**

Wir müssen den Wandel gestalten. Da die Stadt nur wenige eigene Immobilien in der Altstadt besitzt, lädt der Oberbürgermeister, gemeinsam mit dem Wirtschaftsforum Pro Ravensburg, zu einem Innenstadtdialog ein, um mit den Gebäudeeigentümern und wesentlichen Nutzern ins Gespräch zu kommen. Wir möchten hierbei nicht nur über die aktuellen und allgemeinen Entwicklungen informieren und sensibilisieren, sondern auch konkrete Themen ansprechen: Konzepte für nachhaltige Nutzungen, Ideen für kleinteilige Flächen und ungünstige Grundrisse, aber auch die Mietpreissituation für Handel und Gastronomie muss hierbei angesprochen werden. Wir möchten als Stadt selbst auch Vorbild sein: Für die städtischen Gewerbeimmobilien schlägt die Stadtverwaltung vor, die aktuellen Konditionen auf ihre Marktkonformität zu überprüfen.

## **Digitalisierungsprozesse fördern**

**9. Fortführung der digitalen Schulungsangebote** durch die Initiative Ravensburg  
Bereits seit einigen Jahren bietet die "Initiative Ravensburg" (Stadt und "Wifo") regelmäßig Schulungsveranstaltungen zu den Themen Digitalisierungsprozesse und Online-Präsenz für Unternehmen (Schwerpunkt Einzelhandel) an. Wie wichtig diese digitale Ausrichtung ist, haben die Lockdown-Phasen verdeutlicht. Auch im Jahr 2021 werden von Seiten der "IR" verschiedene Schulungsformate mit Kooperationspartnern hierzu angeboten. Die beiden ersten Veranstaltungsformate finden bereits im März und April, jeweils mit dem Kompetenzzentrum Handel, statt.

## **Maßnahmen für das zweite Halbjahr 2021**

### **Angebote für die Erreichbarkeit der Stadt mit allen Verkehrsträgern**

#### **10. kostenloser ÖPNV an den Adventsamstagen 2021**

Darüber hinaus regt die Verwaltung nach der Einführung und dauerhaften Beibehaltung des 1-EUR-Samstag-Tarifes im Stadtbusverkehr sowie der Einführung der Kurzstreckentarife die Umsetzung eines kostenfreien ÖPNVs an den Adventsamstagen im

Jahr 2021 an. Dieses Modell der kostenfreien ÖPNV-Nutzung an Samstagen wird bereits in anderen Städten erfolgreich umgesetzt. Mit einem solchen Angebot könnten weitere Impulse für ein verändertes Mobilitätsverhalten der Ravensburger Bürger erzielt und die Kundenfrequenzen in einer für den Einzelhandel wichtigsten Zeiten im Jahr in der Innenstadt gesteigert werden

### **11. Vorschläge für die Einführung eines flexiblen Tarifsystems in den städtischen Parkhäusern**

Eine gute Erreichbarkeit der Innenstädte (mit allen Verkehrsmitteln) ist in Zeiten eines immer weiter zunehmenden Anteils im Online-Handel für den stationären Einzelhandel von grundlegender Bedeutung. Hierbei ist es der Stadtverwaltung wichtig, sowohl für den MIV als auch für den ÖPNV Impulse zu setzen. Die Stadtverwaltung wird hierzu Vorschläge zur Einführung eines dynamischen Tarifmodells in den städtischen Parkhäusern, mit vergünstigten Tarifen in geringen Auslastungsphasen, erarbeiten.

### **Neue Konzepte für die Innenstadt**

#### **12. Umsetzung eines Start-up-Wettbewerbes Innenstadt für neue, innovative Nutzungskonzepte**

Wir brauchen neben der Stärkung des Bisherigen in Zeiten des Wandels auch neue und attraktive Nutzungskonzepte für die Ravensburger Innenstadt. Die Wirtschaftsförderung erarbeitet derzeit ein Konzept für einen Start-up-Wettbewerb. Wir möchten neue, innovative und einzigartige Nutzungen mit einem Preisgeld auszeichnen. Integriert sollen auch betreuende Angebote sein, damit starke Impulse für eine Ansiedlung in unserer Stadt ausgehen. Dieser Start-up-Wettbewerb Innenstadt soll im zweiten Quartal 2021 ausgelobt werden. Hierzu bedarf es einer professionellen Begleitung von externen Beratern und die Einbindung von "Wifo", IHK und weiteren Partnern. Zur Umsetzung eines solchen Wettbewerbs ist eine Budgetaufstockung der städtischen Wirtschaftsförderung in Höhe von 20.000 EUR erforderlich.

Ravensburg ist eine lebendige Stadt, die sich seit Jahrhunderten den Herausforderungen des Wandels stellt. Wir möchten eine multifunktionale Innenstadt erhalten. Neben Platz für Handel und Gastronomie ist die Innenstadt Wohnquartier und Ort der Kultur, der Dienstleistungen und Hochschulen. Wir möchten noch in 2021 Vorschläge für ein neues Stadterlebnis vorlegen und damit eine zentrale Forderung des Tourismusgutachtens aufgreifen.

<b>Kosten und Finanzierung:</b>
---------------------------------

Siehe Sachverhalt

<b>Anlage/n:</b>
------------------

Keine