

Studie zur verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft anhand ausgewählter Ober- und Mittelzentren der Region Rhein-Neckar



Impressum

AUFTRAGNEHMER

**Stadt + Handel Beckmann und
Föhler Stadtplaner PartGmbB**

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Essen

Partnerschaftsregister-
nummer PR 3496

Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafestraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 46

Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

Fax +49 341 92 72 39 43

AUFTRAGGEBER

**Industrie- und Handelskammer
Rhein-Neckar**

VERFASSER

Dipl.-Ing. Ralf M. Beckmann

Dr. rer. nat. Fabian Schubert

Jens Nußbaum, M. A.

Dortmund, Karlsruhe,

Januar 2018

Fotos Titelseite: zapp2foto/fotolia,
eyetronic/fotolia, Kara/fotolia

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Rahmenbedingungen	4
2.1	Die innerstädtische Wirtschaft	5
2.2	Der Stadtverkehr	8
2.3	Trends der Stadt- und Verkehrsentwicklung	11
2.3.1	Gesellschaftlicher Wandel	12
2.3.2	Raumentwicklung	14
2.3.3	Digitale Revolution	17
2.4	Zwischenfazit Rahmenbedingungen	20
3	Verkehrliche Erreichbarkeit	23
3.1	Herausforderungen für Innenstädte und die innerstädtische Wirtschaft	23
3.2	Anforderungen der innerstädtischen Wirtschaft	27
4	Allgemeine verkehrspolitische Leitlinien	30
5	Praxisbeispiele	36
5.1	Methodik	36
5.2	Mannheim	39
5.2.1	Verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft	39
5.2.2	Zukünftige Herausforderungen	47
5.2.3	Zwischenfazit	49
5.3	Heidelberg	50
5.3.1	Verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft	51
5.3.2	Zukünftige Herausforderungen	58
5.3.3	Zwischenfazit	62
5.4	Mosbach	63
5.4.1	Verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft	63
5.4.2	Zukünftige Herausforderungen	70
5.4.3	Zwischenfazit	72
6	Gesamtfazit	73
7	Anhang	76

1 Einleitung

Mobilität und gute Erreichbarkeit sind insbesondere in den Innenstädten bedeutende Standortfaktoren. Mit der guten Erreichbarkeit der Innenstädte ist, vor dem Hintergrund einer weiter ansteigenden Mobilität der Bevölkerung, auch ein stetig wachsendes \Rightarrow *Verkehrsaufkommen* (insbesondere im motorisierten Verkehr) verbunden. Die Städte stehen somit vor wachsenden Herausforderungen: Einerseits sind Erreichbarkeit und Mobilität in Innenstädten ausschlaggebende Faktoren für deren Wirtschaftskraft, andererseits sollen Innenstädte für alle Akteurs- bzw. Nutzergruppen attraktiv gestaltet sein. Eine möglichst umweltschonende und gleichzeitig effiziente Steuerung aller Verkehre ist somit heute wie auch zukünftig, insbesondere im Hinblick auf eine postfossile und nachhaltige Mobilität, unerlässlich.

Auch die aktuellen Diskussionen um den Dieselmotor und die Zukunftsfähigkeit der Automobilindustrie zeigen: Mobilität, wie wir sie kennen, wird sich zukünftig weiter radikal verändern. Der klassische Verbrennungsmotor wird mittel- bis langfristig an Bedeutung verlieren – elektronisch betriebene, \Rightarrow *autonome* oder gemeinsam genutzte Fahrzeuge hingegen an Bedeutung gewinnen. Mobilität ist also weniger sektoral (d. h. weniger bezogen auf ein bestimmtes Verkehrsmittel), sondern viel mehr als umfassender Innenstadtsservice zu denken. Zu berücksichtigen ist bei der Betrachtung von Mobilität und Erreichbarkeit dabei weiterhin, dass der Verkehr nur eines von vielen städtischen Themenfeldern (Wohnen, Arbeiten, Leben etc.) darstellt und die Städte aufgrund bestehender Wechselwirkungen zwischen Raum/Stadt, Verkehr/Mobilität sowie Infrastruktur stets als „Ganzes“ zu denken sind.

Viele Städte und Regionen beschreiten bereits heute innovative Wege hinsichtlich ihrer Verkehrssysteme. So ist Kopenhagen ein prominentes Beispiel für eine nachhaltige Veränderung der Verkehrsmittelwahl hin zum Fahrrad. Inzwischen wird in Kopenhagen das Fahrrad so rege genutzt, dass das umfassend ausgebaute Fahrradwegenetz bereits an seine Kapazitätsgrenzen stößt. Die verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft ist allerdings in einem hohen Maße von den lokalen, gewachsenen und geplanten städtischen Strukturen abhängig. Diese sind ausschlaggebend für die Herausforderungen, welche hinsichtlich der Erreichbarkeit bestehen und beeinflussen gleichzeitig auch die Handlungsmöglichkeiten, die zur erfolgversprechenden Verbesserung der Erreichbarkeit umgesetzt werden können. Bei Untersuchungen zur verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft in Städten der Metropolregion Rhein-Neckar ist daher eine pauschale Übertragung von Handlungsansätzen anderer Städte aus anderen Regionen Deutschlands (z. B. Ruhrgebiet) oder dem Ausland (z. B. Kopenhagen) nicht zielführend.

Dieser kurze Einstieg in die Thematik verdeutlicht, dass die verkehrliche Erreichbarkeit der Innenstädte von einer Vielzahl an Faktoren beeinflusst wird. Dies trifft auch auf die verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft zu.

Bei einer Untersuchung der verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft sind daher zunächst verschiedene grundlegende Rahmenbedingungen zu beachten. Diese

betreffen zum einen die aktuelle **Situation der innerstädtischen Wirtschaft** (vgl. Kapitel 2.1) und **des Stadtverkehrs** (vgl. Kapitel 2.2) sowie zum anderen, mit Blick in die Zukunft, wesentliche **Trends der Stadt- und Verkehrsentwicklung** (vgl. Kapitel 2.3), welche die zukünftige Erreichbarkeit beeinflussen.

Auf Grundlage der Rahmenbedingungen, insbesondere den Trends der Stadt- und Verkehrsentwicklung, werden für die deutschen Innenstädte bzw. die innerstädtischen Wirtschaftsunternehmen in Kapitel 3.1 aktuelle und zukünftige **Herausforderungen** identifiziert, mit denen sich Innenstadtakteure im Allgemeinen und die Akteure der innerstädtischen Wirtschaft im Speziellen auseinandersetzen haben. Aus den Herausforderungen werden, unter Berücksichtigung der empirischen Ergebnisse (vgl. Kapitel 5.1), wiederum **Anforderungen** der innerstädtischen Wirtschaftsunternehmen an die verkehrliche Erreichbarkeit von Innenstädten formuliert (vgl. Kapitel 3.2).

Die Herausforderungen und Anforderungen der verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaftsunternehmen werden schlussendlich zu allgemeingültigen, **verkehrspolitischen Leitlinien** zusammengefasst (vgl. Kapitel 4).

Abbildung 1: Ableitung von verkehrspolitischen Leitlinien



Quelle: Eigene Darstellung.

In der vorliegenden Studie wird in Kapitel 5 eine Untersuchung der verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft in drei ausgewählten Untersuchungsstädten (Mannheim, Heidelberg und Mosbach) vorgenommen. Nach einer Beschreibung der **aktuellen verkehrlichen Erreichbarkeit** der innerstädtischen Wirtschaft erfolgt eine Bewertung der Situation (aus Kunden- und Besuchersicht sowie aus Sicht der innerstädtischen Wirtschaftsunternehmen). Darauf aufbauend werden – unter Orientierung an den in Kapitel 3 dargestellten allgemeinen Herausforderungen und Anforderungen der innerstädtischen Wirtschaft – **stadtspezifische** (d. h. aus den lokalen Strukturen der Untersuchungsstädte abgeleitete) **Herausforderungen** für die Innenstädte und die innerstädtische Wirtschaft dargestellt.

Abbildung 2: Aufbau der Studie



Quelle: Eigene Darstellung.

Die in der nachfolgenden Studie dargestellten Ergebnisse und Aussagen beruhen auf den im Rahmen der Haushaltsbefragung, der Unternehmensbefragung, den Expertenworkshops und Expertengesprächen gewonnenen Erkenntnissen und stellen somit Einschätzungen der Kunden und Besucher der Innenstädte sowie der lokalen Wirtschaftsunternehmen und der entsprechenden Verwaltungsfachabteilungen dar. Die Studie stellt somit keine umfassende Untersuchung der verkehrlichen Erreichbarkeit der Innenstädte dar, sondern ist, gemäß der gewählten thematischen Ausrichtung, eine Studie zur verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft.

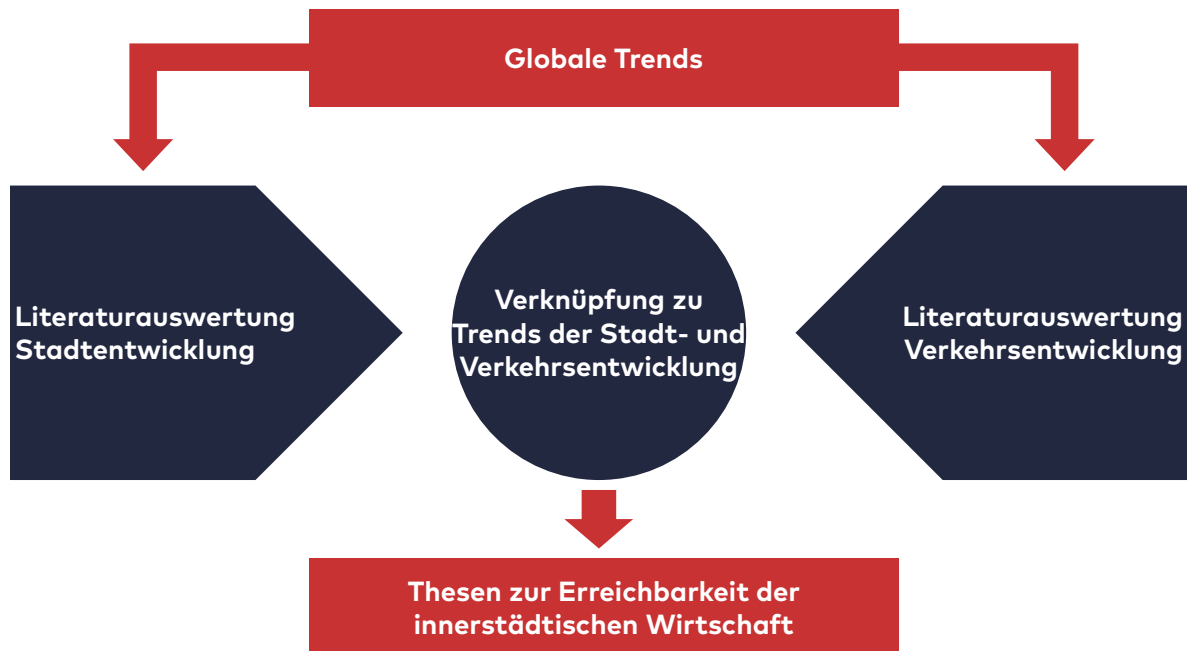
Auf eine Darstellung von Quellen sowie eine Erläuterung von Fachbegriffen im Text wird nachfolgend zu Gunsten einer besseren Lesbarkeit der Studie verzichtet. Die Quellen sowie Erläuterungen der Fachbegriffe (in dieser Studie jeweils durch das Symbol ↻ gekennzeichnet) sind im Anhang zu finden.

2 Rahmenbedingungen

Die verkehrliche Erreichbarkeit von Innenstädten wird seit jeher von gesellschaftlichen, technischen und räumlichen Einflussfaktoren geprägt. Sie unterliegt dabei einem stetigen Wandel. Insbesondere für die innerstädtische Wirtschaft hat diese Entwicklung hohe Relevanz. Denn die Standortgunst der Unternehmen wird maßgeblich von der verkehrlichen Erreichbarkeit für Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten und Geschäftspartner beeinflusst.

Um die Herausforderungen für die innerstädtische Wirtschaft und die Anforderungen der innerstädtischen Wirtschaft an städtische Verkehrssysteme formulieren zu können (siehe Kapitel 3.1 und 3.2), bedarf es daher zunächst einer Analyse der Rahmenbedingungen und der aktuellen sowie zukünftigen Trends im Bereich der Stadt- und Verkehrsentwicklung. Diese werden im Folgenden in komprimierter und übersichtlicher Form dargestellt. Dabei werden zunächst die Rahmenbedingungen der **innerstädtischen Wirtschaft** näher untersucht (Kapitel 2.1). Hier geht es u. a. um die Frage, was eine Innenstadt überhaupt ausmacht und welche Branchen die innerstädtische Wirtschaftsstruktur prägen. Anschließend werden die aktuellen Rahmenbedingungen im **Stadtverkehr** (Kapitel 2.2) dargestellt. Von besonderem Interesse sind dabei v. a. Veränderungen des Verkehrsverhaltens und der **Motorisierung** der Bevölkerung. Die darauf folgende **Trendanalyse** in Kapitel 2.3 fasst die bis dahin beschriebenen Entwicklungen zusammen und verschnidet sie mit den wichtigsten globalen Trends, die aktuell auf die Stadt- und Verkehrsentwicklung einwirken.

Abbildung 3: Systematisierung der Literatur- und Trendanalyse



Quelle: Eigene Darstellung.

Als Ergebnis werden für die innerstädtische Wirtschaft relevante, allgemeingültige **Auswirkungen** auf die verkehrliche Erreichbarkeit definiert. Diese bilden die Grundlage der in Kapitel 3.2 erarbeiteten Anforderungen der innerstädtischen Wirtschaftsunternehmen an die verkehrliche Erreichbarkeit.

Die Literaturanalyse basiert auf einer Auswertung aktueller Studien zur Stadt- und Verkehrsentwicklung und berücksichtigt dabei zudem Publikationen der größeren Trendforschungsinstitute. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde auf Quellangaben im Text verzichtet. Verweise zu der verwendeten Literatur finden sich im thematisch sortierten Literaturverzeichnis am Ende dieser Studie.

2.1 Die innerstädtische Wirtschaft

Innenstädte sind die Wachstumspole einer Stadtregion. Das war nicht immer so: Einkommenssteigerungen, industrieller Strukturwandel und zunehmende \rightarrow *Motorisierung* haben lange Zeit dafür gesorgt, dass das Einfamilienhaus auf der „grünen Wiese“ oder am Stadtrand der Traum vieler Stadtbewohner war. Arbeitsplätze, Handelsnutzungen und Freizeitmöglichkeiten folgten dieser Verlagerung von der Stadt an den Stadtrand. Doch seit mehreren Jahren zeichnet sich ein umgekehrter Trend ab: Wohnen in der Stadt ist wieder „en vogue“. Darüber hinaus werden Innenstädte auch für Unternehmen wieder zunehmend attraktiver – denn moderne, dienstleistungsorientierte Arbeitsstätten sind heute viel stadtverträglicher als noch vor 30 Jahren. Zugleich profitiert eine immer stärker vernetzte Wirtschaft von den „Fühlungsvorteilen“ direkter Nähe und Nachbarschaft – selbst in unserer digitalisierten Welt.

Der **Begriff der Innenstadt** ist dabei vielfältig und entsprechend schwer zu definieren. Innenstädte zeichnen sich durch kompakte, stark verdichtete, meist historisch gewachsene Siedlungsstrukturen sowie durch eine hohe Konzentration an Handels-, Dienstleistungs-, Gastronomie-, Kultur- und Verwaltungsnutzungen aus. Die für Innenstädte typische Urbanität wird insbesondere durch die Multifunktionalität bedingt. Gleichzeitig stellt die Innenstadt auch einen zentralen Knotenpunkt im Verkehrssystem dar, in welchem alle wichtigen Verkehrs- und Versorgungswege zusammenlaufen. Eine allgemeingültige Abgrenzung der Innenstadt vom restlichen Stadtgebiet ist somit nicht ohne weiteres möglich. Vielmehr müssen, je nach Fragestellungen, unterschiedliche Faktoren berücksichtigt werden. Für die vorliegende Studie wurden die Innenstädte der drei Untersuchungsstädte gemäß ihrer wirtschaftlichen Bedeutung (z. B. Handelsfunktion), ihres historischen und städtebaulichen Kontextes und der jeweiligen Verkehrssituation abgegrenzt (siehe dazu Kapitel 5.1).

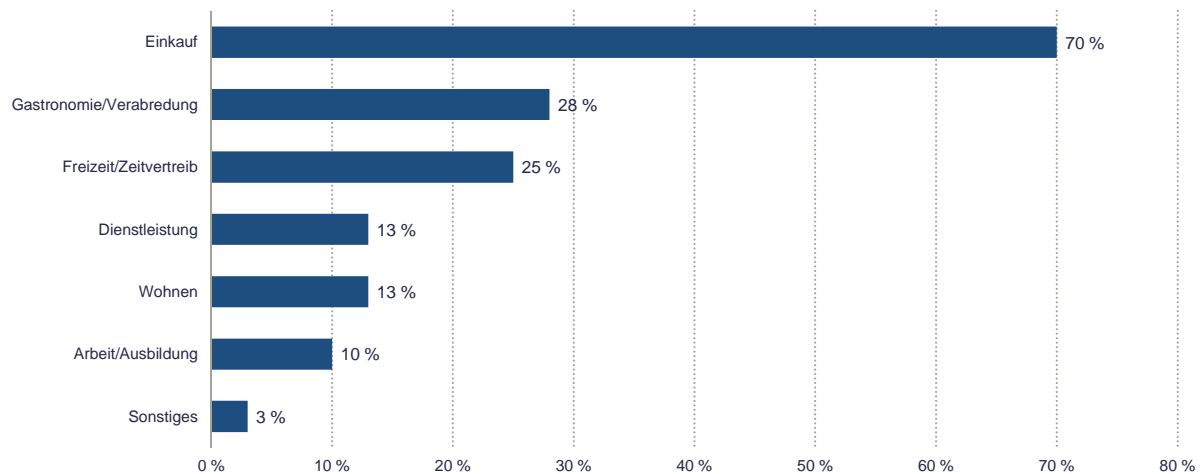
Innenstädte sind die „Keimzellen“ für die gesamte Stadtregion. Das zeigen schon die zahlreichen **Leitfunktionen**, die durch Innenstädte erfüllt werden. Neben Bildungseinrichtungen, Wohnnutzungen und Erholungsangeboten sind dabei die meisten der Funktionen der innerstädtischen Wirtschaft zuzuordnen und werden im Folgenden vorgestellt. Der Fokus liegt dabei auf dem Einzelhandel, der trotz zunehmender Konkurrenz durch E-Commerce und außerstädtische Shopping-Center weiterhin die Leitbranche der innerstädtischen Wirtschaft darstellt.

Der Einzelhandel als Innenstadtbranche Nr. 1

Der innerstädtische Einzelhandel fungiert seit jeher als wichtigste Leitfunktion sowie als bedeutender Anziehungsfaktor der Innenstadt. Auch heute übernimmt der Einzelhandel,

wie die Besuchsgründe der Innenstadt zeigen (vgl. Abbildung 4), noch diese Funktion. Die Bedeutung des Einzelhandels als Leitfunktion variiert jedoch nach Stadtgröße. Während die **Bedeutung der Einzelhandelsfunktion** in Großstädten ungebrochen ist, sind in vielen kleineren und mittleren Städten zunehmende Konkurrenzbeziehungen ersichtlich. Diese sind insbesondere auf die steigende Konkurrenz zu benachbarten Städten, nicht integrierten Einkaufszentren und auf den Bedeutungsgewinn des Online-Handels zurückzuführen.

Abbildung 4: Besuchsgründe der Innenstadt – Einkauf als zentrale innerstädtische Leitfunktion

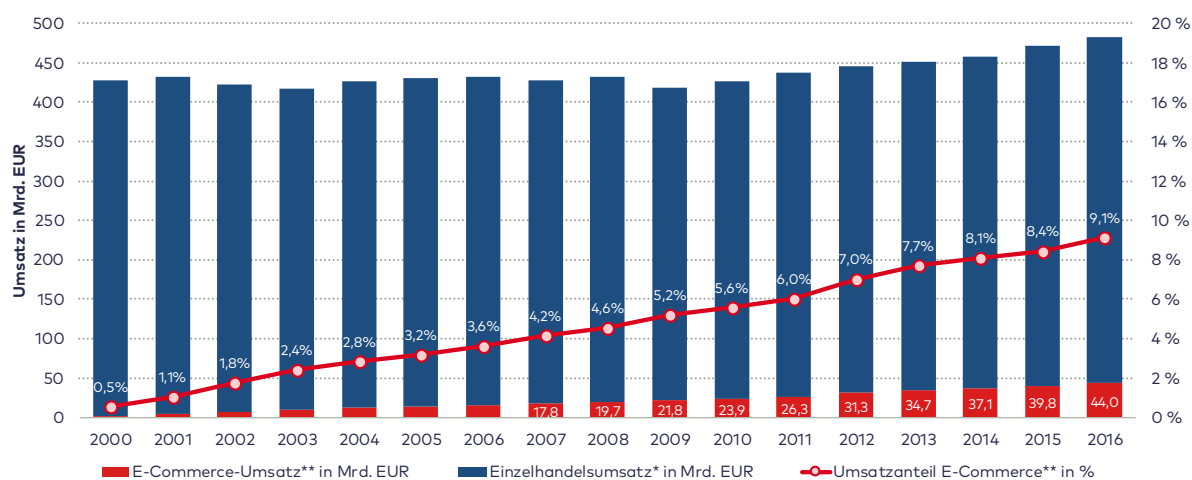


Quelle: Eigene Darstellung – Durchschnittliche Werte nach Passantenbefragungen von Stadt + Handel 2015 - 2016.

Die **Anzahl der Einzelhandelsbetriebe** ist in Deutschland rückläufig. Zudem ist insgesamt eine Verschiebung innerhalb der verschiedenen Betriebsformen mit einem Trend zur Großflächigkeit und einer zunehmenden Polarisierung der Betriebsformen und Preissegmente (sowohl hochwertige Fachgeschäfte als auch discountorientierte Fachmärkte) zu erkennen. Im Rahmen der Standortpräferenzen der Einzelhandelsunternehmen geht dies insbesondere in **Klein- und Mittelstädten** mit einer Orientierung auf autokundenorientierte Standorte einher. Die verkehrliche Erreichbarkeit mit dem Pkw hat hier einen entsprechend hohen Stellenwert. Die Nachfrage nach Standorten in **Großstädten**, vorrangig in den besten Lagen, ist dagegen ungebrochen: Hochwertige, kreative und frische Handelskonzepte zielen auf den erlebnisorientierten Kunden, der den Einkauf mit vielfältigen weiteren Nutzungen (z. B. Gastronomie) verknüpft. Der reine Versorgungseinkauf ist hier eher von zweitrangiger Bedeutung.

Die Verkaufsumsätze des **Online-Handels** sind in den letzten Jahren deutlich angestiegen (vgl. Abbildung 5), wobei zwischen den einzelnen Warengruppen deutliche Unterschiede zu verzeichnen sind. Während insbesondere in den typischen innenstadtrelevanten Warengruppen Bekleidung, Schuhe und Lederwaren sowie Unterhaltungselektronik die Marktanteile des Online-Handels sprunghaft angestiegen sind, fielen die Steigerungen der Online-Einkäufe in anderen Warengruppen wie Nahrungs- und Genussmitteln signifikant geringer aus.

Abbildung 5: Veränderung des Onlineanteils am Einzelhandelsumsatz



Quelle: Eigene Darstellung nach EHI 2017 * Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken (Netto); ** Angaben für Non-Food, FMCG, Entertainment, Tickets, Downloads, Reisen (ohne Urlaubsreisen (Netto)).

Für den stationären Einzelhandel in den Innenstädten bedeutet dies eine **Verschärfung der Konkurrenzsituation** sowie das Erfordernis einer neuen Marktpositionierung in Form einer verbesserten Zielgruppenorientierung hinsichtlich Angebot, Service, Komfort, Erlebnis und verkehrlicher Erreichbarkeit.

Darüber hinaus sind Veränderungen in den **Verhaltensweisen der Konsumenten** feststellbar (vgl. Kapitel 2.3). Kunden unterscheiden zunehmend zwischen „Erlebnis- und Versorgungseinkauf“. Während beim Erlebniseinkauf die Faktoren Qualität, Status und Atmosphäre im Vordergrund stehen und auch weitere Wegstrecken bzw. eine längere Anreisezeit in Kauf genommen wird, sind beim Versorgungseinkauf insbesondere der Preis sowie die möglichst gute bzw. schnelle Erreichbarkeit und die Verkehrsführung („One-Stop-Shopping“) relevant. Für die Innenstädte (insbesondere der Großstädte) nimmt die Bedeutung des Versorgungseinkaufs ab und die Bedeutung des Erlebniseinkaufs zu.

Weitere Branchen der innerstädtischen Wirtschaft

Neben dem Einzelhandel wird die Innenstadt durch zahlreiche weitere Wirtschaftsakteure geprägt. Die wichtigsten Branchen abseits des Einzelhandels werden im Folgenden kurz vorgestellt.

- **Dienstleistung/Verwaltung:** Im Segment der Dienstleistungsbetriebe (ausgenommen Gastronomie, Hotellerie sowie Lieferdienste) ist zwischen so genannten einzelhandelsnahen, zentrenergänzenden Dienstleistungen (z. B. Friseur, Kosmetikstudio, Reisebüro, Bank) mit einer hohen Kundenfrequenz und sonstigen, eher unternehmensorientierten Dienstleistungen (z. B. Ingenieurbüro, Medienagentur, Wirtschaftsprüfer) zu unterscheiden. Insbesondere einzelhandelsnahe Dienstleistungen und Verwaltung fungieren dabei als wichtige Frequenzbringer der Innenstädte und tragen zur Multifunktionalität sowie zu einer Steigerung des **Verkehrsaufkommens** bei. Eher unternehmens- und beratungsorientierte Dienstleistungen haben hingegen eine untergeordnete Rolle für die Belebung der

Innenstädte, stellen allerdings trotzdem einen nicht unerheblichen Wirtschaftsfaktor dar. Hinsichtlich der verkehrlichen Erreichbarkeit sind für diese Unternehmen insbesondere der Pendlerverkehr sowie dienstlich veranlasste Wege von Belang.

- **Gastronomie/Hotellerie/Kultur/Freizeit:** „Eating is the new shopping“ – Wer in den Sommermonaten schon einmal durch die Fußgängerzone einer Innenstadt geschlendert ist, kann diese Aussage nachvollziehen. Gastronomie- und Freizeitangebote gewinnen immer stärker an Bedeutung – auch als zusätzliches Innenstadterlebnis für die Kunden des Einzelhandels. Das durch Gastronomie erzeugte ➔ *Verkehrsaufkommen* betrifft dabei v. a. die Abendstunden und die Wochenenden – also die klassischen „Randzeiten“ des ➔ ÖPNV. Weiterhin können insbesondere größere Kultur- und Freizeitveranstaltungen zu punktuell hoher Verkehrsbelastung führen – sei es zu bestimmten Uhrzeiten oder an bestimmten Verkehrsknotenpunkten.
- **Produktion/Handwerk:** Produktions- und Handwerksbetriebe waren früher fester Bestandteil der Innenstädte. Heute kommt diesen eine verhältnismäßig geringe Bedeutung als innerstädtischen Wirtschaftsunternehmen zu. In den Großstädten ist jedoch ein Trend hin zu kleinen Manufakturen bzw. urbaner Produktion („Urban Manufacturing“) erkennbar. Die verkehrliche Erreichbarkeit von Innenstädten wirkt sich auf diese Betriebe unmittelbar im Bereich des Pendler- und ➔ *Wirtschaftsverkehrs* aus.

Lieferdienste als weitere Wirtschaftsakteure der Innenstadt

Lieferdienste und die Güterbeförderung, insbesondere die Anlieferung sowie der Versand von Waren (auch Geldtransporte), tragen zum gesamtstädtischen ➔ *Verkehrsaufkommen* bei und stellen einen wichtigen Aspekt der Funktionsfähigkeit von innerstädtischen Wirtschaftsunternehmen (insbesondere Einzelhandel und Gastronomie) dar. Die Warenanlieferung und der Warenversand sind in den Innenstädten aufgrund bestehender Verkehrsbelastungen sowie der Konkurrenz unterschiedlicher Nutzungen um den begrenzten Raum oft problematisch.

2.2 Der Stadtverkehr

Neben den Rahmenbedingungen der innerstädtischen Wirtschaft sind bei einer Untersuchung der verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft insbesondere auch die aktuelle Situation des Verkehrs in Deutschland sowie die Entwicklungen des Verkehrssektors in den letzten Jahren zu berücksichtigen. Die hier getroffenen Aussagen basieren im Sinne der Vergleichbarkeit im Wesentlichen auf Publikationen des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI 2015, 2016/2017), den Studien „Mobilität in Deutschland“ (infas/DLR 2010) und „Deutsches Mobilitätspanel“ (KIT 2008, 2015/2016) sowie Studien des Bundesverband Paket und Expresslogistik (BIEK 2017) sowie des Bundesverband für Car-Sharing in Deutschland (BSC 2017). Die genauen Literaturverweise und weitere Quellen finden sich im thematisch sortierten Literaturverzeichnis am Ende dieser Studie.

Hohe Verkehrsbeteiligung: Die Verkehrsbeteiligung der Deutschen – mindestens einmal pro Tag wird ein Weg außerhalb des Hauses zurückgelegt – lag im Jahr 2014 bei rd. 91 %. Hierbei ist die ➔ *Verkehrsleistung* an Werktagen höher als an Wochenenden.

Konstante Zahl an täglichen Wegen pro Person: Eine Person legt in Deutschland durchschnittlich rd. 3 ½ Wege pro Tag zurück. Die Zahl der Wege hat sich in den letzten Jahren nicht wesentlich verändert und wird voraussichtlich auch in Zukunft annähernd konstant bleiben.

Unterschiedliche Entwicklung der Motorisierung je nach Personengruppe: 668 von 1.000 Personen in Deutschland verfügten im Jahr 2014 über einen Pkw. In der Pkw-Verfügbarkeit (mindestens ein Pkw pro Haushalt und Führerscheinbesitz) haben sich insgesamt seit 2005 nur geringfügige Veränderungen ergeben. Feststellbar ist allerdings eine Abnahme der Pkw-Verfügbarkeit insbesondere bei jungen Männern, gleichzeitig jedoch eine Zunahme der Pkw-Verfügbarkeit bei insbesondere älteren Frauen („nachholende ➔ *Motorisierung*“). So ist die Motorisierung bei deutschen Männern im Alter von 18 bis 29 Jahren zwischen 2000 und 2010 um rd. 34 % zurückgegangen.

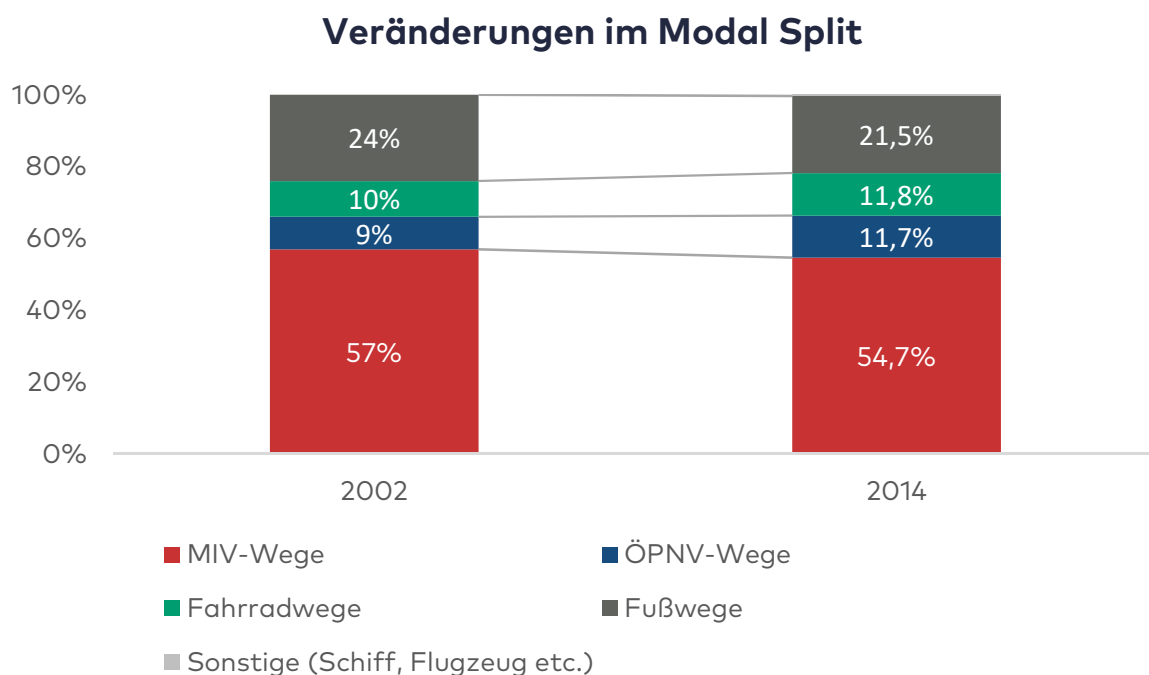
Zunahme des Führerscheinbesitzes: Im Jahr 2014 besaßen rund 87 % aller erwachsenen Personen in Deutschland einen Führerschein. In den letzten zehn Jahren ist eine stetige Zunahme des Führerscheinbesitzes festzustellen, welche u. a. auf eine Zunahme des Führerscheinbesitzes bei Frauen sowie auf eine erhöhte Altersmobilität zurückzuführen ist.

Verkehrsaufkommen und Verkehrsleistung weiter wachsend: In den vergangenen Jahren hat das ➔ *Verkehrsaufkommen* (gemessen an der Zahl der beförderten Personen) insgesamt um rd. 5 % zugenommen. Auch die ➔ *Verkehrsleistung* (gemessen an den Personenkilometern im ➔ MIV und ➔ ÖPNV) ist insgesamt deutlich um rd. 7 % angestiegen. Eine weitere Zunahme des Verkehrsaufkommens und der Verkehrsleistung wird prognostiziert.

Einkaufs- und Freizeitverkehre als wichtigste Wegezwecke: Die wichtigsten Wegezwecke (bezogen auf die Anzahl der Wege) stellen mit rd. 32 % Einkäufe und mit rd. 31 % Freizeitaktivitäten dar. Berufs- und Bildungsverkehre folgen mit rd. 16 % auf Platz 3. Dienstlich oder geschäftlich veranlasste Wege haben hingegen einen nur geringen Anteil am ➔ *Verkehrsaufkommen*.

Hohe, aber abnehmende Bedeutung des Pkw bei der Verkehrsmittelwahl: Hinsichtlich der Verkehrsmittelwahl (➔ *Modal Split*/Anteile der Verkehrsmittel an allen durchgeführten Wegen) zeigt sich, dass der Pkw das dominierende Verkehrsmittel im Alltagsverkehr ist, gefolgt vom Fußverkehr. In den letzten zwölf Jahren haben sich allerdings Veränderungen im Modal Split ergeben. Deutlich werden insbesondere Rückgänge im Bereich des ➔ MIV und Zunahmen beim ➔ ÖPNV und dem Fahrradverkehr (vgl. nachstehende Abbildung). Rd. 60 % der Personen in Deutschland sind dabei ➔ *monomodal*, d. h. sie benutzen innerhalb einer Woche lediglich ein Verkehrsmittel (rd. 40 % nur den Pkw). Der Anteil der ➔ *multimodalen* und ➔ *intermodalen* Verkehrsteilnehmer steigt jedoch.

Abbildung 6: Veränderungen im Modal Split (Anteile der Verkehrsmittel an allen Wegen)



Quelle: Eigene Darstellung nach KIT 2008 und KIT 2015/2016

Radverkehr gewinnt an Bedeutung: Nach dem Fahrrad-Monitor 2015 besaßen rd. 76 % der befragten Haushalte ein Fahrrad. Die Fahrradnutzung ist seit 2013 nahezu gleich geblieben. Genutzt wird das Fahrrad überwiegend für Einkäufe, Erledigungen und Ausflüge (rd. 67 %) sowie nachrangig, um zur Arbeit bzw. Ausbildungsstätte zu gelangen (rd. 29 %). Seit 2013 ist ein Anstieg der Fahrradnutzung bei Arbeits- und Ausbildungswegen festzustellen. Jeder Dritte kombinierte die Fahrt zum Arbeitsplatz bzw. zur Ausbildungsstätte mit dem Fahrrad im Jahr 2015 mit den öffentlichen Verkehrsmitteln. Der Besitz von sowie das Interesse an Elektrofahrrädern nimmt zu.

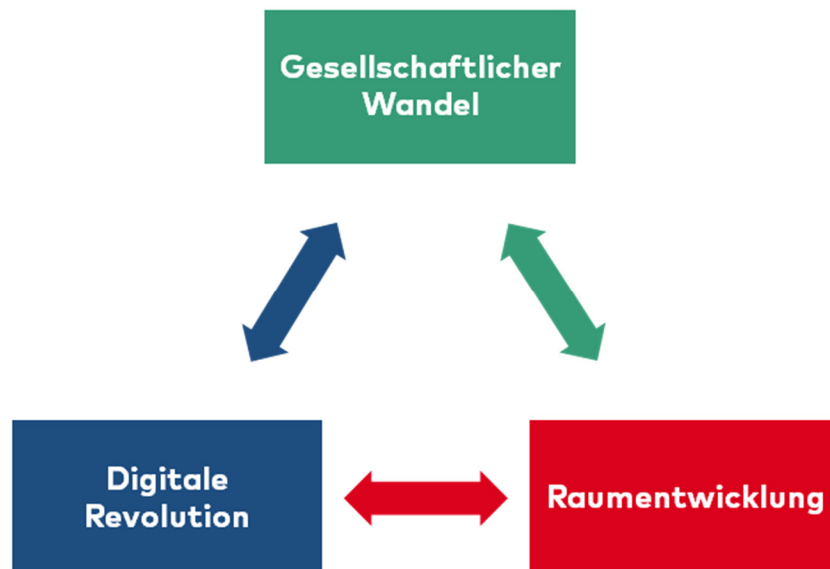
Wachstum der Kurier-, Express- und Paketdienstleister (KEP Dienstleister): Im Jahr 2016 wurden von KEP-Dienstleistern in Deutschland rd. 3,2 Mrd. Sendungen transportiert, wobei ein deutliches Wachstum (+ rd. 7 %) im Vergleich zum Vorjahr festzustellen ist. Eine weitere Steigerung wird erwartet. Gleichzeitig erfolgten Steigerungen des Gesamtumsatzes sowie eine Erhöhung der Beschäftigtenzahlen. Eine besondere Bedeutung kommt bei dem Wachstum der KEP-Dienste der Zunahme von Sendungen des Onlinehandels (+ rd. 13 %) sowie internationalen Sendungen zu.

Car-Sharing gewinnt an Bedeutung: Zu Beginn des Jahres 2017 waren rd. 1,7 Mio. Personen für Car-Sharing Angebote in Deutschland registriert. Jährlich sind deutliche Steigerungen der Car-Sharing-Nutzer feststellbar. Von 2016 auf 2017 fand eine Steigerung um rd. 36 % statt. Stationsbasierte Car-Sharing Angebote bestehen Anfang 2017 in 597 deutschen Städten und Gemeinden (2016: 537 Angebote), wobei den Nutzern an 4.650 Stationen 9.400 Fahrzeuge zur Verfügung stehen.

2.3 Trends der Stadt- und Verkehrsentwicklung

Die Entwicklung von Städten und Verkehrssystemen steht in einem engen Zusammenhang mit den aktuellen gesellschaftlichen und technischen Gegebenheiten. Umso wichtiger ist es, dass die Leitlinien dieser Studie die derzeit und zukünftig wirkenden Einflussfaktoren auf die Stadt- und Verkehrsentwicklung aufgreifen. Daher werden im Folgenden die wichtigsten Trends aus den relevanten Bereichen aufgearbeitet. Die einzelnen Trends lassen sich dabei grob drei global wirkenden Transformationsprozessen zuordnen (vgl. nachfolgende Abbildung).

Abbildung 7: Globale Transformationsprozesse



Quelle: Eigene Darstellung.

Das vorherrschende Gesellschafts- und Wertesystem hat großen Einfluss auf die Art, wie wir uns fortbewegen und welche Verkehrsmittel auf Akzeptanz stoßen. Dieser **gesellschaftliche Wandel** wird insbesondere durch den anhaltenden Trend der **Individualisierung** vorangetrieben. Auch der **Raum** verändert sich unter Einfluss des Menschen weiter und hat Auswirkungen auf die Verkehrsentwicklung. So sorgt z. B. der aktuell zu beobachtende Bedeutungsgewinn des physischen Ortes und der Stadt sowohl für eine Zunahme der Mobilitätsoptionen als auch für höheres Konfliktpotenzial in Innenstädten. Die **digitale Revolution** beeinflusst, u. a. mit dem Smartphone als Schnittstelle zwischen (digitaler) Infrastruktur und Mensch, ebenfalls auf vielfältige Weise die Stadt und Verkehrsentwicklung: Durch die steigende **Konnektivität** und neue mobile Services wird die Inanspruchnahme von Mobilitätsoptionen auf der einen Seite einfacher, auf der anderen Seite steigen auch die Ansprüche an die eigene Mobilität.

Im Folgenden werden den drei oben genannten globalen Transformationsprozessen jeweils drei untergeordnete Trends zugeordnet, von denen jeweils ein Trend als **Haupttreiber**

der Entwicklung zu bezeichnen ist. Die anderen Trends bilden jeweils Schnittstellenbereiche. Die Grenzen zwischen \Rightarrow *demografischen Wandel* und \Rightarrow *Reurbanisierung*, zwischen \Rightarrow *Smart Cities* und \Rightarrow *Konnektivität* sowie zwischen \Rightarrow *Sharing Economy* und \Rightarrow *Wertewandel* sind also durchaus als fließend zu betrachten.

2.3.1 Gesellschaftlicher Wandel

Der gesellschaftliche Wandel wird hauptsächlich durch den Trend der \Rightarrow *Individualisierung* vorangetrieben. Daraus ergeben sich zahlreiche Einflüsse auf das Wertesystem der Gesellschaft (\Rightarrow *Wertewandel*) und auf die Bevölkerungsentwicklung (\Rightarrow *Demografischer Wandel*).

Abbildung 8: Trends des gesellschaftlichen Wandels



Quelle: Eigene Darstellung; Fotos: M-SUR/fotolia, pixabay, oneinchpunch/fotolia.

TREND 1: Wertewandel – Unsere Sicht auf die Dinge verändert sich und unsere Lebensstile auch.

Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Lebensstile, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt – das trifft auch auf die heutigen sogenannten „Digital Natives“ zu. Sie sind nicht nur mit dem Internet, sondern auch mit dem Smartphone aufgewachsen. Aber auch die Umwelt prägt die Werte der Gesellschaft: So gewinnt z. B. die Stadt aufgrund der immer komplexeren Alltagsorganisation und verstärkter Unsicherheiten in der Arbeitswelt als „Anker“ an Bedeutung. Gleichzeitig liegen Werte wie „Nachhaltigkeit“, „regionale/lokale Identität“ und „Genuss“ im Trend. Lebensqualität ist für viele Menschen ein wertvolleres Gut als rein materielle Dinge – das drückt sich u. a. auch in deren Konsumverhalten aus.



Der gesellschaftliche **Wertewandel** hat sowohl Einfluss auf das Konsumverhalten (z. B. durch den gleichzeitigen Bedeutungsgewinn von Erlebnis-, Vertrautheits- und Unterwegsmärkten) als auch auf das Mobilitätsverhalten (z. B. in Form des sinkenden Führerscheinesbesitzes junger Erwachsener in Großstädten sowie das wachsende Bewusstsein für Nachhaltigkeit). Daraus ergeben sich neue Mobilitätsmuster sowie Einflüsse auf die Verkehrsmittelwahl und -nutzung.

(Foto: M-SUR/fotolia)

Auswirkungen auf die Verkehrsentwicklung:

- Die weitere Ausdifferenzierung von Lebensstilen führt zu höheren und **vielfältigeren Ansprüchen** an die eigene Mobilität. Mobilität und deren Gewährleistung ist damit wichtiger als je zuvor.

- Insbesondere jüngere Generationen leben eine **pragmatische** ➔ **Multimodalität**. Bequem und einfach ankommen ist nach wie vor besonders wichtig – aber das „Wie“ ist weniger entscheidend. Die Bedeutung des Pkw als Statussymbol wird zukünftig im Verhältnis zu den anderen Verkehrsmitteln stärker relativiert.
- Die Verfügbarkeit von Dingen wird vielfach wichtiger als der eigentliche Besitz – das Motto heißt somit zukünftig immer öfter „**Nutzen statt Besitzen**“. Ein Beispiel dafür ist der abnehmende Pkw-Besitz junger Erwachsener in Großstädten sowie die generell zunehmende Bereitschaft, auf öffentliche oder gemeinsam genutzte Verkehrsmittel zurückzugreifen.
- Das Thema der Nachhaltigkeit ist stark in der Gesellschaft verankert. **Nachhaltige Mobilitätsoptionen** wie z. B. Pedelecs, Car-Sharing und Elektro-Autos werden daher zukünftig weiter an Bedeutung gewinnen.

TREND 2: Individualisierung – Individualität und Selbstverwirklichung werden für uns immer wichtiger.

Die anhaltende ➔ *Individualisierung* ist der Haupttreiber des gesellschaftlichen Wandels. Das zeigt sich zum einen in individualisierten Biografien sowie einer Vielzahl neuer Lebensläufe und -entwürfe – es gibt nicht mehr „den einen“ Weg zum Glück. Entscheidender Faktor ist dabei der verstärkt zu beobachtende Drang zur Selbstverwirklichung. Individualisierungstendenzen lassen sich jedoch auch einfach an der zunehmenden Anzahl an Single-Haushalten erkennen: Die klassische, bürgerliche Kleinfamilie weicht hier neuen Formen des Allein- und Zusammenlebens – vom Single-Haushalt bis zu gemeinschaftlichen Wohnformen wie z. B. Co-Housing.



Die **Individualisierung** und Pluralisierung der Gesellschaft führt zu erweiterten Aktionsradien, größeren sozialen Netzwerken und einem vielfältigeren Aktivitätenprofil. Daraus resultiert ein wachsender Anspruch an die eigene Mobilität, die Verfügbarkeit von Verkehrsmitteln und eine tendenziell steigende Verkehrsleistung. Der Pkw wird in diesem Zusammenhang als Verkehrsmittel höchster Flexibilität weiterhin eine dominante Rolle im Mobilitätsverhalten spielen.

(Foto: pixabay)

Auswirkungen auf die Verkehrsentwicklung:

- Aufgrund der vielfältigen Nutzungs- und Konsumverhaltensmuster kommt es zu einer zunehmenden **Dekonzentration von Wegebeziehungen**. Das betrifft sowohl die Wegelängen als auch die räumliche Verteilung der Aktivitätenstandorte.
- Allerdings bleibt der **Pkw** aufgrund seiner Flexibilität, insbesondere außerhalb der Kernstädte, auf absehbare Zeit das **dominante Verkehrsmittel**.
- Die **Tagesdistanz** von Pkw und öffentlichen Verkehrsmitteln wird aufgrund zunehmender Wegelängen und individueller Aktivitätsmuster im ländlichen Raum weiter wachsen. In Großstädten ist hingegen mit einer weiter schrumpfenden Tagesdistanz im Pkw-Verkehr zu rechnen.

TREND 3: Demografischer Wandel – Wir werden älter, weniger und bunter.

Auch wenn neueste Bevölkerungsprognosen einen geringeren Bevölkerungsrückgang ausweisen als in der Vergangenheit angenommen, so ist trotzdem klar: Deutschland schrumpft. Dabei gibt es deutliche regionale Unterschiede. Schrumpfende und wachsende Regionen liegen z. T. dicht nebeneinander. Eine Tendenz wird dabei deutlich: Je wohlhabender und urbaner eine Region ist, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass sie auch in Zukunft noch an Bevölkerung gewinnen wird. Je ärmer und ländlicher eine Region, desto eher ist sie von Bevölkerungsrückgängen betroffen. Ähnliche Aussagen lassen sich zur Alterung treffen.



Der **demografische Wandel** setzt sich weiter fort - es zeigen sich jedoch deutliche regionale Unterschiede: Ländliche Räume schrumpfen und überaltern tendenziell, während urbane Räume wachsen und sich weiter verjüngen. Aufgrund steigender Pkw-Mobilität im Alter und sinkender Pkw-Nutzung in jüngeren Jahren, kommt es zu einer altersbedingten Polarisierung bei der Verkehrsmittelwahl und -nutzung.

(Foto: oneinchpunch/fotolia)

Auswirkungen auf die Verkehrsentwicklung:

- Der Bevölkerungsrückgang und die zukünftig abnehmende Zahl der Erwerbsfähigen führen zu tendenziell **weniger Verkehrsbeziehungen** – insbesondere im Berufsverkehr.
- Auf der anderen Seite wird aufgrund der nachholenden ➔ *Motorisierung* älterer Menschen die **Altersmobilität** (und damit insbesondere Einkaufs- und Freizeitverkehre) zunehmen.
- Aufgrund der steigenden Tragfähigkeitsprobleme des öffentlichen Verkehrs in ländlichen Räumen und der steigenden ➔ *Motorisierung* älterer Menschen wird der **Pkw** insbesondere in diesen Regionen **an Bedeutung gewinnen**. In den größeren Städten verhält es sich (insbesondere im ➔ *Binnenverkehr*) genau umgekehrt.
- Die alternde Gesellschaft hat **veränderte Mobilitätsbedürfnisse**. Bequemlichkeit, Komfort und ➔ *Barrierefreiheit* rücken weiter in den Fokus.

2.3.2 Raumentwicklung

Die Entwicklung des Raums wird aktuell hauptsächlich durch den Bedeutungsgewinn des (physischen) Ortes (➔ *Power of Places*) vorangetrieben. Darüber lässt sich auch der Trend zum Wohnen in der Stadt (➔ *Reurbanisierung*) erklären. Der Trend zu immer stärker vernetzter und intelligenter („smarter“) Infrastruktur in den Städten (➔ *Smart Cities*) ist dabei auch Ausdruck der fortschreitenden Digitalisierung.

Abbildung 9: Trends der Raumentwicklung



Quelle: Eigene Darstellung; Fotos: pixabay, Stadt + Handel, MicroOne/fotolia.

TREND 4: Reurbanisierung – Die multifunktionale Stadt wird auch als Wohnort wiederentdeckt.

Innenstadt-Wohnen liegt wieder im Trend: Bei einer insgesamt stagnierenden bzw. zukünftig auch rückläufigen Bevölkerungszahl sind anhaltende Bevölkerungswanderungen zu beobachten. Es profitieren v. a. urbane Räume. Ländliche Räume sind hingegen häufig von starken Schrumpfungsprozessen betroffen. Stadtwachstum ist dabei nicht nur unbedingt Einwohnerwachstum, sondern auch Haushaltswachstum. Denn die Zahl der Single-Haushalte wächst. Träger der \rightarrow *Reurbanisierung* sind insbesondere junge Personengruppen sowie (zukünftig) auch verstärkt die sogenannten „jungen Alten“, die ein gewisses urbanes Flair, kurze Wege und hochwertige Infrastruktur bevorzugen.



Urbane Räume gewinnen durch eine quantitative (Bevölkerungswanderungen) und durch eine qualitative (Funktionsgewinn) **Reurbanisierung** an Bedeutung. Ländliche Räume erleiden hingegen zunehmend Bevölkerungs- und Funktionsverluste. Es kommt dabei zu einer räumlichen Polarisierung des Verkehrsaufkommens (Zunahme in städtischen Räumen, Abnahme in ländlichen Räumen) und der Verkehrsmittelwahl (abnehmende MIV-Bedeutung bei zunehmender Stadtgröße).

(Foto: pixabay)

Auswirkungen auf die Verkehrsentwicklung:

- Stadtwachstum bedeutet auch eine **Zunahme an Verkehrsbeziehungen** in städtischen Räumen. Das führt zu einer höheren innerstädtischen Verkehrsbelastung für alle \rightarrow *Verkehrsträger*.
- Insbesondere „Neu-Städter“ verzichten dabei aufgrund ihrer hohen \rightarrow *Motorisierung* und ihren traditionellen Wegebeziehungen nicht zwangsläufig auf den Pkw. Somit kommt es nicht nur zu einer **Zunahme eher ÖPNV- und fahrradaffiner Wege** im \rightarrow *Binnenverkehr*, sondern auch zu einer **Zunahme eher MIV-affiner Wege** als \rightarrow *Quellverkehr*.
- Die Zunahme an Wohnnutzungen führt zu weiteren **Konflikten im Bereich der \rightarrow inneren Erreichbarkeit**, wie z. B. verstärkte Beanspruchung von Parkraum, mehr Parksuchverkehr sowie höhere Ansprüche an Rad- und Fußwege sowie das ÖPNV-Angebot.

- Insgesamt ist bei zunehmender Stadtgröße allerdings von einer **abnehmenden Pkw-Bedeutung** im ➔ *Modal Split* auszugehen. Wachsende Städte ermöglichen somit alternative Mobilitätsoptionen jenseits des Autos.

TREND 5: Power of Places – Der physische Ort erfährt in einer zunehmend digitalen Welt ein Comeback.

Die Multifunktionalität der Innenstädte nimmt aufgrund der steigenden Verträglichkeit von Wohnen, Arbeiten und Freizeit und der hohen Attraktivität vieler Innenstädte deutlich zu. Neben der Konzentration auf die Innenstadt selbst (vgl. dazu auch den Trend zur ➔ *Reurbanisierung*), gewinnt dabei auch der konkrete, physische Ort als neues „Wohnzimmer“ zwischen den Polen Wohnen und Arbeiten an Bedeutung: So genannte ➔ *Dritte Orte* können Straßencafés, aber auch Stadtplätze oder sonstige städtische Freiräume sein. Insbesondere in der heutigen hochmobilen und digital vernetzten Arbeitswelt ergibt sich für viele Menschen das Bedürfnis nach einer „Rückbettung“ in einen lokalen, real erlebbaren Kontext, wie z. B. der „Kiez“ eines Stadtquartieres. Weitere Beispiele für die Konzentrations Tendenzen innerhalb der Innenstädte sind die steigenden Mieten sowie die handelsseitige Konzentration auf 1A-Lagen.



In einer digitalen Welt gewinnen physische Orte in der Stadt wieder an Bedeutung (**Power of Places**): Innenstädte stellen dabei die Motoren der Stadtentwicklung dar, deren Attraktivität vornehmlich aus deren Vitalität, Multifunktionalität und urbaner Dichte resultiert. Kleinräumige Konzentrationsprozesse (z. B. Bedeutungsgewinn von 1A-Lagen) führen dabei sowohl zu einer stärker konzentrierten Verkehrsbelastung als auch zu einer Verkehrsreduktion.

(Foto: Stadt + Handel)

Auswirkungen auf die Verkehrsentwicklung:

- Die steigende Multifunktionalität der Innenstädte führt zu **kürzeren Wegen** innerhalb der Stadt. Damit sinkt zum einen die ➔ *Verkehrsleistung* und zum anderen steigt die Wahrscheinlichkeit, auf Pkw-Alternativen als Verkehrsmittel zurückzugreifen.
- Auf der anderen Seite führen attraktive, belebte und beliebte Orte innerhalb der Stadt zu einer höheren Motivation eines Innenstadtbesuches. Die **Verkehrsbelastung** nimmt also tendenziell aufgrund steigender Innenstadtbesuche zu – vor allem **kleinräumig konzentriert** um die jeweiligen „Hot Spots“ der Innenstädte.
- Es besteht dabei ein **Zielkonflikt** zwischen der Gewährleistung von Multifunktionalität, Innenstadterlebnis und attraktiven Stadträumen auf der einen Seite und der Steigerung der Leistungsfähigkeit der städtischen Verkehrssysteme (insbesondere für den motorisierten Verkehr) auf der anderen Seite.

TREND 6: Smart Cities – Die Infrastruktur der Stadt wird zunehmend intelligenter und vernetzt sich mit Verkehrsmitteln und -nutzern.

Die „smarte“ Stadt von morgen steht ganz im Zeichen der Vernetzung. Das beginnt bei Basics wie kostenlosem, öffentlichen WLAN und setzt sich über vernetzte und aufeinander abgestimmte ➔ *Verkehrsleitsysteme* fort. Dabei ist entscheidend, dass nicht nur ➔ *Verkehrsträger* mit Nutzern vernetzt werden (z. B. in Form von Fahrgastinformationssystemen), sondern auch ➔ *Verkehrsträger* und -mittel untereinander und insbesondere mit der städtischen Infrastruktur (z. B. automatischer Datenaustausch zwischen Pkw und Verkehrsampel). Neben dem Smartphone als Mobilitätszentrale zwischen Mensch und Verkehrssystem wird somit v. a. das „Internet der Dinge“ in Form intelligenter Verkehrs- und Logistikinfrastrukturen (z. B. dynamische Verkehrslenkung, Car-Sharing-Angebote, Mikrodepots, intelligente Paketboxen) die zukünftige Stadt bestimmen.



Die Vernetzung einzelner Verkehrsträger untereinander sowie die Vernetzung der Verkehrsträger mit den städtischen Infrastrukturen sind elementare Bestandteile von **Smart Cities**. Zusätzlich werden durch den Ausbau intelligenter Verkehrs- und Logistikinfrastruktur neue Möglichkeiten der Mobilität geschaffen. Die erzielten Effizienzsteigerungen haben sowohl verkehrsinduzierende als auch verkehrsreduzierende Wirkung.

(Foto: MicroOne/fotolia)

Auswirkungen auf die Verkehrsentwicklung:

- Besser miteinander vernetzte Verkehrssysteme führen insbesondere zu einer **Attraktivitätssteigerung** von Verkehrsmitteln, die auf einen hohen Vernetzungsgrad angewiesen sind (z. B. ÖPNV- und Sharing-Angebote).
- Immer komplexere Systeme führen zwangsläufig zu einer höheren **Störanfälligkeit**. Die reibungslose Abwicklung innerstädtischer Verkehre gestaltet sich daher zunehmend anspruchsvoller.
- Neuartige Verkehrs- und Logistiksysteme führen zu **höheren Ansprüchen** an die städtische Verkehrsinfrastruktur, z. B. in Form von Ladestationen, Fahrspuren für autonom fahrende Verkehrsmittel oder Mikrodepots.
- Die technisch bedingten **Effizienzsteigerungen** führen auf der einen Seite zu einer Steigerung der Leistungsfähigkeit städtischer Verkehrssysteme, auf der anderen Seite wird durch den ➔ *Rebound-Effekt* auch neuer Verkehr erzeugt.

2.3.3 Digitale Revolution

Die fortschreitende digitale Revolution ist sowohl Ausdruck als auch Treiber des gesellschaftlichen Fortschritts. Entscheidend sind dabei v. a. die technischen Möglichkeiten, die sich aus der ➔ *Digitalen Wirtschaft* ergeben. Insbesondere in Verbindung mit städtischer Infrastruktur steigt die Benutzerfreundlichkeit (➔ *Usability*) durch digitale Schnittstellen. Gleichzeitig verliert der Besitz von Dingen zunehmend an Bedeutung: In der ➔ *Share Economy* sind Verfügbarkeit und Nutzungsoptionen wichtiger.

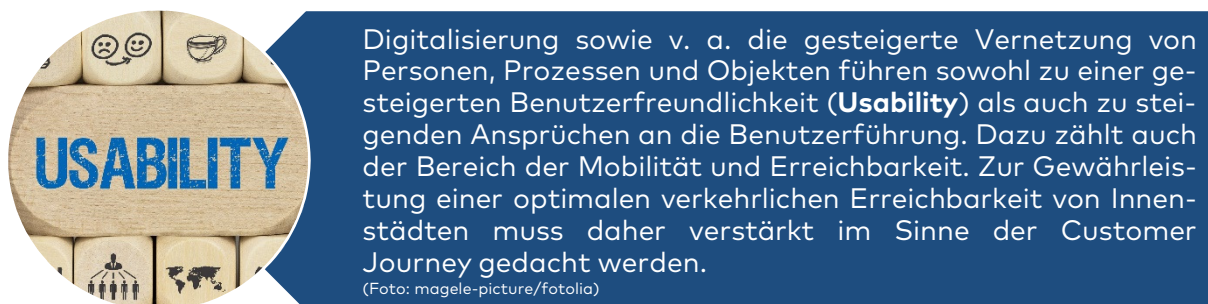
Abbildung 10: Trends der digitalen Revolution



Quelle: Eigene Darstellung; Fotos: magele-picture/fotolia, pixabay, zapp2photo/fotolia.

TREND 7: Usability – Die Benutzerfreundlichkeit von Verkehrssystemen steigt, aber auch die Ansprüche der Nutzer.

Das Smartphone (bzw. dessen technische Nachfolger) trägt maßgeblich zu einem einfacheren Umgang mit komplexer, digitaler Technik bei. Heute ist es für uns selbstverständlich, dass wir mobil ein Hotelzimmer reservieren, ein Paket bestellen und uns zielsicher durch eine fremde Stadt bewegen, ohne in eine gedruckte Karte oder auf einen gedruckten Fahrplan zu schauen. Die jüngeren Generationen wachsen als „Digital Natives“ mit diesen Vernetzungsmöglichkeiten auf und fordern diese auch ein – das heißt, der Anspruch an die Benutzerführung wächst ebenso.



Auswirkungen auf die Verkehrsentwicklung:

- Das Smartphone wird zur **Mobilitätszentrale** im innerstädtischen Verkehr. Damit wird die Hemmschwelle zur Nutzung mehrerer Verkehrsmittel (↔ *Multimodalität* und ↔ *Intermodalität*) gesenkt.
- Durch das Smartphone steigt die generelle **Benutzerfreundlichkeit aller Verkehrsmittel und ↔ Verkehrsträger**. Besonders profitieren können davon auch sharing-basierte Mobilitätsangebote aufgrund des unkomplizierten Zugangs.
- Insbesondere bei jüngeren Personengruppen steigen die **Ansprüche an die Benutzerführung** und den Komfort. Einfach zugängliche Informationen über Verkehrsverbindungen, kostenfreies WLAN in öffentlichen Verkehrsmitteln und generelle Komfortfunktionen während der Reise sind im Grunde bereits Basisfaktoren, die es zu erfüllen gilt.

TREND 8: Digitale Wirtschaft – Durch die Digitalisierung ergeben sich vielfältige Möglichkeiten in Vertrieb, Organisation und Produktion.

Die Digitalisierung der Wirtschaft ist in vollem Gange – insbesondere der Einzelhandel erfährt große strukturelle Veränderungen. Services wie Click & Collect, Click & Reserve oder

Same-Day-Delivery haben einen hohen Stellenwert im Wettbewerb und einen ebenso großen Einfluss auf das Verkehrsverhalten im Personen- und Warenwirtschaftsverkehr. Auch abseits des Einzelhandels führt der Trend zu kleinteiligeren Wirtschaftsprozessen und Spezialisierung zu mehr Verkehrsbeziehungen. Auf der anderen Seite löst die Digitalisierung im Bereich der Verkehrstechnik (z. B. ➔ *autonomes Fahren*) eine gänzlich neue Dynamik aus.



Durch die **digitale Wirtschaft** nehmen arbeitsteilige, dezentrale und vernetzte Arbeits- und Interaktionsprozesse weiter zu. Gleichzeitig löst der Trend zum autonomen Fahren eine völlig neue Mobilitätsdynamik aus. Neben einer leichten Verkehrsreduktion kommt es auch zu steigenden Verkehrsbelastungen im Bereich der Wirtschaftsverkehre (B2B und B2C) und zu einem steigenden Verkehrsaufkommen durch autonome Pkw.

(Foto: pixabay)

Auswirkungen auf die Verkehrsentwicklung:

- Die Verlagerung von Arbeits- und Interaktionsprozessen in den digitalen Raum (z. B. Videokonferenzen, Home-Office) kann zu einer **Reduzierung** oder einer zeitlichen und räumlichen Entzerrung **von Verkehrsbeziehungen** beitragen.
- Auf der anderen Seite sind insbesondere wissensbasierte Dienstleistungen auf gewisse Agglomerationsvorteile und persönliche Kontakte angewiesen. Insbesondere in Städten mit hoher wirtschaftlicher Bedeutung steigt somit auch das ➔ **Verkehrsaufkommen**.
- Die hohe Dynamik im Online-Handel führt neben den kleinteiligen, auf Arbeitsteilung und Spezialisierung aufbauenden Wirtschaftsprozessen zu einer deutlichen Steigerung des ➔ **Verkehrsaufkommens** im ➔ **Wirtschaftsverkehr**.
- Durch den Trend zum ➔ **autonomen Fahren** wird eine neue Mobilitätsdynamik entstehen – sowohl im ÖPNV (durch eine personalkostenarme Ausweitung der Taktung) als auch im MIV (durch autonom fahrende Pkw).

TREND 9: Share Economy – Nutzen und Teilen anstatt Besitzen.

Die durch die Digitalisierung zunehmend vernetzten und auf Zusammenarbeit beruhenden Wirtschaftsprozesse führen zu einer stärkeren Teilhabe unterschiedlicher Akteure an den gleichen Ressourcen – z. B. in Form von Co-Working Spaces (d. h. gemeinsam genutzte, flexibel zu mietende Büroflächen). Der Sharing-Gedanke wird aber auch auf Konsumentenseite immer deutlicher. Bereits heute kaufen oder mieten wir uns für viele Services nur noch Nutzungsrechte (z. B. Cloud-Computing, Streaming-Dienste, Car-Sharing). Die Nutzungsmöglichkeiten werden wichtiger als der eigentliche Besitz. Diese gelebte Flexibilität ist insbesondere für junge Zielgruppen auch im Verkehr selbstverständlich: Aus dem „nomodalen“ Fahrer, Fahrgast oder Fußgänger wird der ➔ *intermodale* und ➔ *multimodale* „User“.



Zunehmend vernetzte und auf Zusammenarbeit beruhende Wirtschafts- und Interaktionsprozesse der **Share Economy** führen zu einer stärkeren Teilhabe unterschiedlicher Akteure an den gleichen Ressourcen - "Nutzen" ist das neue "Besitzen". Das wirkt sich sowohl auf Konsumverhaltensmuster, als auch auf das Mobilitätsverhalten aus. So wird z. B. der Pkw-Besitz in Innenstädten weiter zurückgehen und die Akzeptanz für Car-Sharing weiter zunehmen.

(Foto: zapp2photo/fotolia)

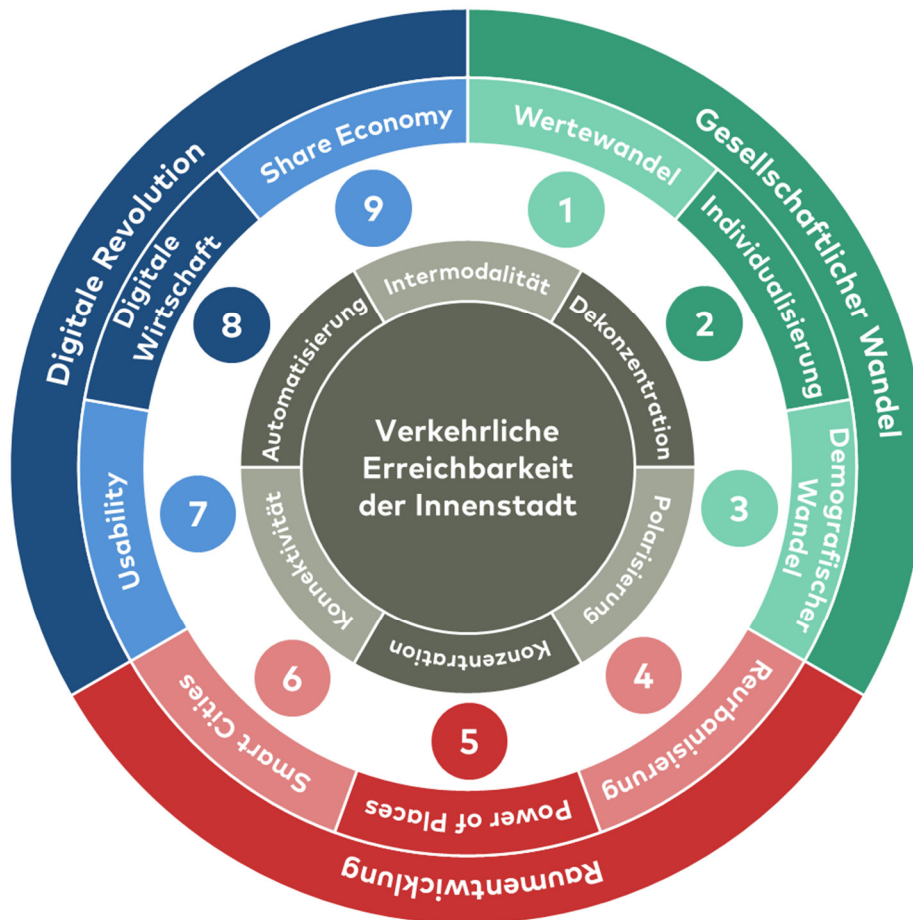
Auswirkungen auf die Verkehrsentwicklung:

- Sharing-Konzepte sind im Trend. Somit wird auch die **Akzeptanz von ↻ intermodalen Mobilitätsservices** weiter zunehmen.
- Gemeinsam genutzte, autonome Pkw können zukünftig zu einem **neuen Motorisierungsschub** beitragen und stellen städtische Verkehrssysteme vor neue Herausforderungen (z. B. „Leerfahrten“).
- Auf der anderen Seite kann die steigende Bereitschaft auf gemeinsam genutzte Verkehrsmittel zurückzugreifen zu einem **Rückgang der ↻ Motorisierung** führen.
- Je nach Sharing-Konzept kann es auch zu verkehrsplanerisch nicht **erwünschten Wirkungen** auf den ↻ *Modal Split* kommen: Bereits heute ist ersichtlich, dass v. a. ↻ *Free-Floating-Systeme* im Car-Sharing eher dazu beitragen, ÖPNV-Fahrten zu ersetzen als den eigenen Pkw.

2.4 Zwischenfazit

Wie bereits zu Beginn von Kapitel 2.3 erläutert, sind die neun dargestellten Trends der Stadt- und Verkehrsentwicklung als Ganzes zu betrachten. Neben klar zu benennenden Haupttreibern gibt es – insbesondere in den Schnittstellen zwischen gesellschaftlicher, räumlicher und technischer Entwicklung – vielfältige Überschneidungen und Abhängigkeiten. Abbildung 11 veranschaulicht diesen Zusammenhang und setzt die Trends in Bezug zu insgesamt sechs Auswirkungen auf die verkehrliche Erreichbarkeit von Innenstädten, welche die bisherigen Erkenntnisse in komprimierter Form zusammenfassen.

Abbildung 11: Trends der Stadt- und Verkehrsentwicklung



Quelle: Eigene Darstellung.

Intermodalität: ➔ *Wegekett*en werden heute ➔ *inter-* und ➔ *multimodaler* gedacht – insbesondere junge Personen leben eine „pragmatische Multimodalität“. Das Smartphone ist dabei der Schlüssel zur Senkung von Hemmschwellen und Mobilitätskosten. Die Weiterentwicklung von sharing-basierten Dienstleistungen und Services auf der einen Seite und den gesellschaftlichen Entwicklungen auf der anderen Seite führen zu einer höheren Akzeptanz von alternativen Verkehrsmitteln abseits des Pkw.

Dekonzentration: Insbesondere durch die gestiegenen Aktionsradien und individuelleren Aktivitätsmuster kommt es zu einer Dekonzentration von Wegebeziehungen – v. a. im ländlichen Raum. Auch beim ➔ Verkehrsaufkommen sind gewisse Dekonzentrationstendenzen zu erkennen: Junge, ÖPNV-affine Stadtbewohner lassen den Anteil des ➔ *Umweltverbundes* am ➔ *Modal Split* weiter ansteigen. Eher ältere Bevölkerungsgruppen in ländlichen Regionen neigen zu einer stärker Pkw-orientierten Verkehrsmittelnutzung – auch im fortgeschrittenen Alter.

Polarisierung: Die personengruppenspezifischen und räumlichen Mobilitätsunterschiede nehmen weiter zu. So ist von einer verstärkten ➔ *Motorisierung* älterer Bevölkerungsschichten (insbesondere bei Frauen) auszugehen, während die Motorisierung bei jungen Bevölkerungsgruppen deutlich zurückgeht. Aufgrund von Wanderungsbewegungen und

der demografischen Entwicklung lassen sich diese Unterschiede auch räumlich differenziert betrachten: Nicht in allen Städten nimmt die ➡ *Verkehrsleistung* (je nach Verkehrsträger) gleich stark zu.

Konzentration: Neben Dekonzentrationstendenzen gibt es auch Faktoren, die zu einer weiteren Verkehrskonzentration führen – und zwar sowohl räumlich als auch auf bestimmte Wegezwecke bezogen. So führen die aktuellen Reurbanisierungstendenzen zu einer Konzentration des ➡ *Verkehrsaufkommens* auf wachsende Großstädte. Davon ist v. a. der Berufsverkehr betroffen. In ländlichen Räumen ist hingegen eine Zunahme des Einkaufs- und Freizeitverkehrs zu beobachten. Doch auch innerhalb der Städte ist eine kleinräumige Verkehrskonzentration auf bestimmte Stadtquartiere oder Orte (z. B. klassische 1A-Lagen) zu erkennen.

Konnektivität: Unter Konnektivität ist die immer intensivere Anbindung von Verkehrsmitteln an mobile und internetgestützte Services zu verstehen. Bus, Bahn und Pkw bieten damit nicht nur über WLAN einen Zugangspunkt ins Internet, sondern kommunizieren auch selbsttätig mit städtischer Infrastruktur (➡ *Car-2-X-Technologie*). Insbesondere gemeinsam genutzte Verkehrsmittel (wie z. B. ÖPNV- und Car-Sharing-Angebote) steigen bei höherer Konnektivität in ihrer Attraktivität und Zugänglichkeit.

Automatisierung: Mobilitätsprozesse laufen bereits jetzt zunehmend automatisiert und damit bequemer ab. Das fängt bei Bedarfsschaltungen an Ampeln an und hört aktuell bei automatischen Fahrassistenzsystemen zum Ein- und Ausparken oder zur Verkehrssicherheit auf. Das vollständig ➡ *autonome Fahren* wird allerdings sowohl im Bereich des ÖPNV (v. a. durch Personaleinsparungen) als auch im Bereich des MIV (v. a. Car-Sharing) eine neue Mobilitätsdynamik auslösen.

3 Verkehrliche Erreichbarkeit

Neben den in Kapitel 2 dargestellten Rahmenbedingungen sind für die innerstädtischen Wirtschaftsunternehmen insbesondere die **aktuellen und zukünftigen Herausforderungen** relevant, welche sich hinsichtlich der Erreichbarkeit aus den Trends der Stadt- und Verkehrsentwicklung ergeben. Diese werden im nachfolgenden Kapitel 3.1 dargestellt. Darauf aufbauend werden **Anforderungen der innerstädtischen Wirtschaft** an die Erreichbarkeit der Innenstädte abgeleitet (vgl. Kapitel 3.2).

Die Herausforderungen und Anforderungen der verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaftsunternehmen werden schlussendlich zu allgemeingültigen, **verkehrspolitischen Leitlinien** aggregiert (vgl. Kapitel 4).

Die Herausforderungen, Anforderungen und verkehrspolitischen Leitlinien bilden die Grundlage für die Beurteilung der verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft in den drei Untersuchungsstädten Mannheim, Heidelberg und Mosbach (vgl. Kapitel 5).

3.1 Herausforderungen für Innenstädte und die innerstädtische Wirtschaft

Die aktuellen Rahmenbedingungen und Trends der Stadt und Verkehrsentwicklung (siehe Kapitel 2 und Abbildung 11) zeigen bereits, dass die Herausforderungen der verkehrlichen Erreichbarkeit für die Innenstädte und somit auch für die innerstädtische Wirtschaft deutlich ansteigen. Dabei kristallisiert sich v. a. ein **Zielkonflikt** zwischen der Gewährleistung optimaler Erreichbarkeit (z. B. durch leistungsfähigere Verkehrsinfrastruktur) auf der einen Seite und der Verbesserung der Aufenthaltsqualität für Einwohner und Besucher auf der anderen Seite heraus.

Um die **Wechselwirkungen** zwischen den einzelnen Trends besser darstellen zu können, werden diese im Folgenden miteinander verknüpft und zu **sechs thesenartigen Herausforderungen** weiter verdichtet. Diese Herausforderungen stellen die Grundlage für die im nachfolgenden Kapitel formulierten Erreichbarkeitsanforderungen (Kapitel 3.2) und allgemeinen verkehrspolitischen Leitlinien (Kapitel 4) dar. Neben den Erkenntnissen aus der vorausgegangenen Literatur- und Trendanalyse, fließt hier auch das lokale Expertenwissen der Akteure aus Handel, Dienstleistung, Gastronomie, Hotellerie, Logistik sowie der Stadtverwaltung aus den drei Untersuchungsstädten Mannheim, Heidelberg und Mosbach ein. Mehr zu den durchgeführten Expertenworkshops findet sich in Kapitel 5.1.

Herausforderungen für Innenstädte und die innerstädtischer Wirtschaft

In wachsenden Städten wird die Gewährleistung der Erreichbarkeit anspruchsvoller – insbesondere mit dem Auto.

Zunehmende Mobilitätsoptionen führen zu einer besseren Erreichbarkeit der Innenstädte – aber auch zu einem höheren Konfliktpotenzial.

Je größer die Attraktivität einer Innenstadt, desto größer die Bedeutung ihres Erlebniswertes gegenüber ihrer verkehrlichen Erreichbarkeit.

Objektiv bestehende und subjektiv wahrgenommene Erreichbarkeit liegen oftmals weit auseinander – je nach Verkehrsträger und Akteur.

Die Customer Journey steht im Fokus – Erreichbarkeit beginnt im Kopf, setzt sich digital fort und hört nicht beim Parkplatz auf.

Kundenfreundlichkeit ist die Maxime zukünftiger Erreichbarkeit – mehr Mobilitätsoptionen sind dabei erfolgsversprechender als Restriktionen.



In wachsenden Städten wird die Gewährleistung der Erreichbarkeit anspruchsvoller – insbesondere für das Auto.

Städte stellen in ihrer jeweiligen zentralörtlichen Funktion wichtige Wohn- und Arbeitsorte sowie Einkaufs- und Freizeitdestinationen dar. Eine zentrale Rolle spielen dabei die Innenstädte, die als multifunktionale, vitale Zentren Kunden und Besucher anziehen (↔ **Power of Places**). Orte mit einem entsprechend hohen Bedeutungsüberschuss (insbesondere im Bereich Handel und Gastronomie) führen jedoch auch zu eher Pkw-affinen ↔ **Zielverkehren** in ländlichen Gebieten jenseits der Stadtgrenze. Durch die wachsende Zahl an Einwohnern und/oder Haushalten innerhalb der Kernstadt (↔ **Reurbanisierung**) wird weiterer Verkehr erzeugt, der aufgrund tradierter sozialer und wirtschaftlicher Beziehungen nicht ausschließlich als ↔ **Binnenverkehr** stattfindet.

Auch der gesellschaftliche Wandel trägt v. a. durch die höhere Zahl an Single-Haushalten, die tendenziell zunehmenden Tagesdistanzen (↔ **Individualisierung**) und der nachholenden ↔ **Motorisierung** im Alter (↔ **Demografischer Wandel**) dazu bei, dass die Gewährleistung der Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft anspruchsvoller wird. Darüber hinaus haben ältere Personen besondere, altersbedingte Ansprüche an die Mobilität, wie z. B. ↔ **Barrierefreiheit**, Bequemlichkeit, Komfort und Sicherheit. Weiterhin ist bei einer dynamischen Entwicklung des ↔ **autonomen Fahrens** und der ↔ **digitalen Wirtschaft** (insbesondere im Segment des Online-Handels) ebenfalls von einem Wachstum des ↔ **Verkehrsaufkommens** (z. B. auch im Bereich der Lieferverkehre) auszugehen.



Zunehmende Mobilitätsoptionen führen zu einer besseren Erreichbarkeit der Innenstädte – aber auch zu einem höheren Konfliktpotenzial.

Bedingt durch das breite Spektrum an neuen, zunehmend komfortablen (↔ **Usability**) und stärker mit der städtischen Infrastruktur vernetzten Verkehrsmitteln und ↔ **Verkehrsträgern** (↔ **Smart Cities**), wird die Vielfalt der Mobilitätsoptionen weiter steigen. Dies wirkt

sich zunächst positiv auf die Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft aus. Hieraus resultiert allerdings auch ein höheres Konfliktpotenzial. Die Notwendigkeit einer verstärkten und effektiveren Steuerung bzw. Vernetzung der einzelnen Verkehrsmittel steigt.

Gleiches gilt für die steigende Akzeptanz alternativer Mobilitätsoptionen jenseits des Autos – insbesondere bei jungen Menschen (☞ **Wertewandel**): Die steigende Bereitschaft zur ☞ **Multi- und Intermodalität** ermöglicht zum einen erst die Bereitstellung entsprechender Angebote. Allerdings steigt durch die gleichzeitige Verwendung verschiedener Verkehrsmittel auch der Steuerungsanspruch an das gesamte Verkehrssystem. Der Trend der ☞ **Individualisierung** steigert darüber hinaus den Anspruch an flexiblere Verkehrssysteme. So sind neben dem ÖPNV auch alternative, gemeinsam genutzte, aber trotzdem individuell verfügbare Verkehrsmittel (wie z. B. Car- und Bike-Sharing) gefragt.

Insgesamt ist festzustellen, dass Effizienzsteigerungen stets auch mit dem so genannten ☞ **Rebound-Effekt** verbunden sind. Das heißt, Leistungssteigerungen durch Effizienzgewinne werden z. T. durch eine Steigerung der Nachfrage aufgebraucht. Einfach ausgedrückt: Effizientere Verkehrssysteme führen zu einer kürzeren Pkw-Anreisezeit in die Innenstadt oder zu weniger Parksuchverkehr. Dies wiederum macht die Nutzung des Pkw attraktiver und führt zu einer generellen Zunahme des Verkehrs – und zu damit verbundenem neuem Konfliktpotenzial.



Je größer die Attraktivität einer Innenstadt, desto größer die Bedeutung ihres Erlebniswertes gegenüber ihrer verkehrlichen Erreichbarkeit.

Die Bedeutung großer Innenstädte als Erlebnisdestination nimmt zu (☞ **Power of Places**). Weiterhin ist mit einem anhaltenden Wachstum wirtschaftlich prosperierender Städte zu rechnen – zu Lasten von strukturschwachen, ländlich geprägten Regionen (☞ **Reurbanisierung**). Das heißt, dass der Bedeutungsüberschuss großer Städte gegenüber ländlichen Regionen weiter wachsen wird – die Motivation eines Innenstadtbesuches wird also, trotz digitaler Alternativen im Bereich des Handels, steigen.

In diesem Zusammenhang hängt die wahrgenommene Attraktivität einer Innenstadt maßgeblich von der Erwartungshaltung (☞ **Wertewandel**) und den Aktivitätsmustern (☞ **Individualisierung**) der Besucher ab – und damit auch von der Stadtgröße. Bei Städten mit einem hohen Erlebniswert nehmen Menschen Defizite in der verkehrlichen Erreichbarkeit eher in Kauf als bei Städten mit geringerem Erlebniswert (und z. B. stärkerer Versorgungsfunktion).

Die steigende Nutzerfreundlichkeit (☞ **Usability**) von Verkehrsmitteln kann dabei einen Beitrag leisten, die Anreise insgesamt (und verkehrsmittelunabhängig) einfacher, unkomplizierter und bequemer zu gestalten.



Objektiv bestehende und subjektiv wahrgenommene Erreichbarkeit liegen oftmals weit auseinander - je nach Verkehrsträger und Akteur.

Die Erreichbarkeit von Innenstädten kann nicht nur objektiv (z. B. aufgrund altersbedingter Mobilitätseinschränkungen im Zuge des ➔ **demografischen Wandels**) unterschiedlich bewertet, sondern auch subjektiv (trotz gleichen Zeitaufwandes) unterschiedlich wahrgenommen werden. Dabei spielen neben der zunehmenden Akzeptanz von alternativen Mobilitätsoptionen sowie der zu erkennenden „pragmatischen ➔ **Multimodalität**“ jüngerer Personengruppen (➔ **Wertewandel**) auch die durch die ➔ **Share Economy** ermöglichten technischen Hilfsmittel (v. a. Smartphone-Apps) eine große Rolle.

Zugleich wird die Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft je nach Akteur (Einzelhändler, Dienstleister, Lieferant, Kunde, Mitarbeiter etc.) aufgrund variierender Erreichbarkeitsansprüche deutlich unterschiedlich bewertet. Die unterschiedlichen Anforderungen und Erwartungshaltungen der Akteure an die Zugänglichkeit und Benutzerfreundlichkeit (➔ **Usability**) von Verkehrssystemen und der städtischen Infrastruktur (➔ **Smart City**) sind entscheidend bei der Beurteilung der verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft.

Das heißt, Innenstädte sollten ihre Verkehrssysteme nicht nur hinsichtlich objektiv zu bewertender Erreichbarkeitsanforderungen (siehe Kapitel 3.2) optimieren, sondern auch die Wahrnehmung unterschiedlicher Nutzergruppen in Form von Kommunikations- und Marketingmaßnahmen berücksichtigen und beeinflussen.



Die Customer Journey steht im Fokus – Erreichbarkeit beginnt im Kopf, setzt sich digital fort und hört nicht beim Parkplatz auf.

Informationen und Serviceleistungen sind überall mobil verfügbar (➔ **Digitale Wirtschaft**). Gute Erreichbarkeit heißt daher auch gute Vernetzung (➔ **Smart Cities**) und muss im Sinne einer Servicekette gedacht werden – von der (unbewussten) Idee eines Innenstadtbesuchs, über die Fahrt in die Innenstadt bis zur Ankunft am konkreten Innenstadtort.

Die Reisedauer ist dabei nicht zwangsläufig entscheidend. Denn sie wird, je nach Erwartungshaltung, subjektiv wahrgenommen. Bequemlichkeit, Serviceorientierung und Wahlfreiheit bezüglich der Mobilitätsoptionen sind hingegen wichtige Gütekriterien der Erreichbarkeit, die von Innenstadtbesuchern zunehmend geschätzt werden (➔ **Wertewandel**). Dabei sind sowohl die sich weiter ausdifferenzierenden Aktivitätenprofile als auch die je nach Personengruppe unterschiedlichen Anforderungen an Erreichbarkeit und Mobilität zu berücksichtigen (➔ **Individualisierung**).

Bei zunehmend an Komplexität gewinnenden Verkehrsbeziehungen sind dabei einfache Handhabung, Preistransparenz und ➔ **intermodale** Verknüpfung wichtige Erfolgsfaktoren

(⇒ **Usability**). Erreichbarkeitsprobleme konzentrieren sich dabei aufgrund von kleinräumigen Konzentrationsprozessen (⇒ **Power of Places**) oftmals auf „neuralgische Punkte“ in den Innenstädten, wie z. B. bestimmte Kreuzungsbereiche, Hauptachsen oder Engstellen.

Neben der reinen Fahrt in die Innenstadt (⇒ **äußere Erreichbarkeit**) sind die Fortbewegungsmöglichkeiten, Aufenthaltsqualität und Orientierung innerhalb der Innenstadt (⇒ **innere Erreichbarkeit**), die Information und Sichtbarkeit der Innenstadtangebote vor Fahrtantritt („digitale Erreichbarkeit“) sowie die Schnittstellenbereiche (z. B. Anzahl, Qualität und Lage der Parkplätze und ÖV-Haltepunkte) ebenso entscheidend.



Kundenfreundlichkeit ist die Maxime zukünftiger Erreichbarkeit – mehr Mobilitätsoptionen sind dabei erfolgsversprechender als Restriktionen.

Innenstadtbesucher leben heute ⇒ **multimodal** (⇒ **Wertewandel**). Das heißt, sie möchten über mehrere attraktive Optionen verfügen, um in die Innenstadt zu gelangen. Die einseitige Ausrichtung auf ein einzelnes Verkehrsmittel erscheint daher nicht mehr zeitgemäß. Stattdessen ist die gezielte Steuerung, Vereinbarkeit und Vernetzung der ⇒ **Verkehrsträger** sowie die Einbeziehung zukunftsweisender Mobilitätskonzepte von zentraler Bedeutung (⇒ **Smart Cities**).

Der selbstbestimmte Verkehrsteilnehmer, sei es nun Lieferant, Pendler oder Kunde, steht dabei im Zentrum aller Überlegungen. Auf ihn sind Mobilitätsangebote passgenau zuzuschneiden. Denn Mobilität ist in der ⇒ **Share Economy** als ein primärer Innenstadtservice zu verstehen, dessen Bausteine vom Innenstadtbesucher individuell und situationsabhängig miteinander kombiniert werden können. Die nachhaltige Verbesserung der verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft gelingt daher eher durch Anreizsysteme, Angebote und Informationsservices (⇒ **Usability**) als durch Restriktionen.

3.2 Anforderungen der innerstädtischen Wirtschaft

Die Erreichbarkeit von Innenstädten (und damit auch der innerstädtischen Wirtschaft) wird nicht nur durch offensichtliche Faktoren, z. B. Reisezeit und Reiseaufwand, sondern durch eine Vielzahl weiterer Parameter bestimmt. Das zeigt bereits das differenzierte Bild, das sich aus den Herausforderungen der verkehrlichen Erreichbarkeit ergibt (vgl. Kapitel 3.1).

Die im Folgenden definierten, konkreten Erreichbarkeitsanforderungen (vgl. nachfolgende Abbildung) können direkt aus der Literatur- und Trendanalyse sowie den Herausforderungen abgeleitet werden. Im Rahmen der in Mannheim, Heidelberg und Mosbach durchgeführten Expertenworkshops erfolgte zudem eine Ergänzung, Plausibilisierung und Überprüfung der konkreten Anforderungen, die von Seiten der Wirtschaftsunternehmen aktuell und zukünftig an die verkehrliche Erreichbarkeit von Innenstädten gestellt werden. Diese wurden durch zusätzliche Expertengespräche sowie eine in den Innenstädten der

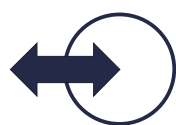
Untersuchungsstädte durchgeführte Unternehmensbefragung weiter qualifiziert (zu den empirischen Bausteinen vgl. auch Kapitel 5.1).

Abbildung 12: Anforderungen an die verkehrliche Erreichbarkeit



Quelle: Eigene Darstellung.

Dabei wird insbesondere auf die einzelnen Faktoren eingegangen, die zu einer Verbesserung der Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft beitragen können. Die hier definierten Erreichbarkeitsanforderungen sind zudem die Grundlage für die Beurteilung der Ist-Situation in den drei Untersuchungsstädten sowie für die Darstellung der in den Untersuchungsstädten bestehenden zukünftigen Herausforderungen (siehe Kapitel 5).



Äußere Erreichbarkeit: Innenstädte sollten für Einwohner, Erwerbstätige, Kunden und Besucher von außen gut erreichbar sein. Bei größeren Städten mit hohem Bedeutungsüberschuss trifft das insbesondere auch auf Zielgruppen aus dem weiteren Einzugsgebiet (außerhalb der Stadtregion) zu. Den Haupteinfallstraßen kommt daher eine besondere Bedeutung bei der Gewährleistung der \rightarrow *äußeren Erreichbarkeit* zu. Unabhängig vom gewählten Verkehrsmittel ist eine möglichst schnelle, konfliktfreie und direkte An- und Abreise sicherzustellen. Ein Fokus liegt dabei auf der erforderlichen Zeit, um die Innenstadt zu erreichen.



Innere Erreichbarkeit: Innenstädte sollten nicht nur von außen, sondern auch innerhalb des Innenstadtbereiches gut erreichbar sein. Zur inneren Erreichbarkeit zählen daher zum einen leistungsfähige Verkehrssysteme zur möglichst konfliktfreien Bewältigung des \rightarrow *Binnenverkehrs*, zum anderen aber auch das „Ankommen“ in der Stadt. Dazu gehört als Schnittstellenbereich zwischen \rightarrow *innerer* und \rightarrow *äußerer Erreichbarkeit* auch das Parken in Form ausreichender Stellplatzkapazitäten und -qualitäten sowie geeignete ÖPNV-Haltestellen (Hauptbahnhof, Haltestellen). Aber auch attraktive Wegebeziehungen zwischen diesen Schnittstellen und den Handels- und Gastronomienutzungen sind wichtige Qualitätskriterien der inneren Erreichbarkeit. Dazu gehören auch mit der innerstädtischen Wirtschaft

abgestimmte Anlieferzeiten und -zonen für den Warentransport durch Lieferfahrzeuge.



Informations-/Orientierungsmöglichkeiten: Neben der reinen Reisezeit als wichtigstes Kriterium der \rightarrow *äußeren* und \rightarrow *inneren Erreichbarkeit* sind in der digitalen Gesellschaft vor allem auch die Informationsmöglichkeiten entscheidend. Für einen potenziellen Innenstadtbesucher sollte auf einfache Weise ersichtlich sein, mit welchem Verkehrsmittel er auf welcher Route in die Innenstadt gelangt – und das bei voller Preistransparenz. Auch die Informationsverfügbarkeit während der Fahrt ist ein wichtiges Erreichbarkeitskriterium. Neben Online-Informationen sind weiterhin Offline-Informationen in Form von Park- und Besucherleitsystemen entscheidend. Von besonderer Bedeutung wird die anwenderfreundliche Aufbereitung und Darstellung der Informations- und Datenfülle sowie eine sinnvolle Verknüpfung von Online- und Offline-Informationsmöglichkeiten sein.



Komfort/Aufenthaltsqualität: Die subjektiv wahrgenommene Erreichbarkeit hängt stark von der Erwartungshaltung des Besuchers ab. Beeinflusst werden kann sie zudem von Faktoren wie Bequemlichkeit und Komfort. Dazu zählen sowohl Annehmlichkeiten während der Fahrt (z. B. kostenfreies WLAN, ausreichende Sitzmöglichkeiten, moderne Transportmittel) als auch während des Innenstadtaufenthaltes (z. B. attraktiv gestaltete Stadträume, spezielle Besucherservices). Denn insbesondere für die fußläufige Erreichbarkeit gilt: Entscheidender Motivationsfaktor für einen Fußweg ist dessen Attraktivität.



Wegekettten: Ein Innenstadtbesuch besteht im Regelfall aus mehr als einem Weg. Selbst bei einer Autofahrt von der Wohnung in die Innenstadt gelangt man schließlich an einem Parkplatz an. Hier hört Erreichbarkeit nicht auf, sondern muss über den Fußweg vom Parkplatz zum eigentlichen Zielort weitergedacht werden. Das Gleiche betrifft zunehmend \rightarrow *intermodal* denkende Nutzergruppen: Die reibungslose Vernetzung zwischen den Verkehrsmitteln (insbesondere an der Schnittstelle zwischen \rightarrow *innerer* und \rightarrow *äußerer Erreichbarkeit*) sowie die Berücksichtigung neuer Mobilitätskonzepte (z. B. Car-Sharing, autonomes Fahren, Citylogistik) sind dabei besonders wichtig.



Konfliktfreiheit: Die Gewährleistung von möglichst vielen Mobilitätsoptionen führt zwangsläufig zu einer höheren Komplexität des innerstädtischen Verkehrssystems – und damit zu einer höheren Störanfälligkeit. Ein weiteres Erreichbarkeitskriterium ist somit auch die Konfliktfreiheit des Gesamtsystems – sowohl zwischen den unterschiedlichen Verkehrsmitteln als auch zwischen den Verkehrsmitteln und anderen innerstädtischen Nutzungen bzw. Ereignissen (z. B. Veranstaltungen, Baustellen).

4 Allgemeine verkehrspolitische Leitlinien

Aus den in Kapitel 2 vorgestellten Trends, den daraus abgeleiteten Herausforderungen und konkreten Anforderungen der innerstädtischen Wirtschaft an die verkehrliche Erreichbarkeit (vgl. Kapitel 3.1 und Kapitel 3.2) wurden die nachfolgenden allgemeinen verkehrspolitischen Leitlinien abgeleitet. Diese sollen als Orientierungsmaßstab für Politik und Verwaltung zur zukünftigen Gewährleistung einer guten verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft fungieren.

Abbildung 13: Verkehrspolitische Leitlinien



Quelle: Eigene Darstellung.

Die nachfolgend vorgestellten allgemeinen verkehrspolitischen Leitlinien haben dabei den Anspruch an eine gewisse Allgemeingültigkeit und sind daher so formuliert, dass sie auf möglichst viele Innenstädte in der Region Rhein-Neckar zu übertragen sind.

LEISTUNGSFÄHIGKEIT: Für eine gut erreichbare Innenstadt sind leistungsfähige Verkehrsinfrastruktur und -angebote zu gewährleisten – abgestimmt auf die Stärken der unterschiedlichen Verkehrsmittel.

Auch wenn die Bedeutung von Fahrrad, Pedelec, Bus und Bahn insgesamt weiter zunehmen wird, bleibt der Pkw für Innenstadtbesucher außerhalb der Stadtregion das wichtigste Verkehrsmittel. Das betrifft insbesondere Menschen aus eher ländlich geprägten Gemeinden mit unzureichender Anbindung an den ÖPNV. Im Zuge des *demografischen Wandels* werden dabei vor allem ältere, gut *motorisierte* Menschen in ihren Einfamilienhäusern abseits der großen Städte auf eine gute verkehrliche Pkw-Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft angewiesen sein. Gleichzeitig kann mit einer vollkommen neuen Dynamik in der Verkehrsnachfrage gerechnet werden, wenn sich elektrisches und *autonomes Fahren* mit dem Pkw langfristig durchgesetzt haben. Ein *Verkehrsträger* alleine wird die steigende Mobilitätsnachfrage allerdings nicht bedienen können – gerade

bei größeren Städten mit hohem Bedeutungsüberschuss. Somit ist die Erreichbarkeit für alle Verkehrsmittel zu optimieren.

Konkretisierung der Leitlinie:

- Der Pkw hat aktuell eine hohe Bedeutung beim Einkauf und beim Gastronomiebesuch für Besucher von außerhalb der Kernstadt. Daher ist v. a. die Leistungsfähigkeit der Haupteinfallstraßen zu stärken bzw. zu sichern. Darüber hinaus ist für genügend Parkraumkapazitäten an strategisch relevanten Punkten zwischen Hauptverkehrsachsen und Innenstadt zu sorgen. Dabei sollte die Attraktivität von Rad- und Fußwegen sowie die Aufenthaltsqualität der Innenstadt möglichst wenig beeinträchtigt werden.
- Der schienengestützte ÖPNV bietet aufgrund seiner Kapazitäten das größte Potenzial bei der Verbesserung der innerstädtischen Erreichbarkeit. Daher ist die Attraktivität des ÖPNV insbesondere für Einkaufs- und Gastronomiebesuche durch eine Erhöhung der Taktzeiten zu verbessern. Das betrifft vor allem die umsatzstarken Abendstunden und Samstage, die in der ÖPNV-Planung bislang immer noch „Randzeiten“ sind. Durch eine Erhöhung der Kapazitäten im Pendlerverkehr ist zudem die Attraktivität des ÖPNV für diese wichtige Zielgruppe zu steigern.
- Entscheidend für die Nutzungswahrscheinlichkeit eines Fuß- oder Radweges ist nicht die tatsächliche, sondern die „gefühlte“ Entfernung sowie die Attraktivität des Weges. Diese gilt es gezielt zu verbessern. Denn durch ein attraktiveres innerstädtisches Wegenetz im Fuß- und Radverkehr können wichtige Kapazitäten für Pkw-gebundene Innenstadtbesucher geschaffen werden. Gleichzeitig ist die Attraktivität für den Rad- und Fußverkehr abseits der Haupteinfallstraßen auf eigenen, radialen und bevorrechtigten Hauptwegenetzen sicherzustellen.

MULTIFUNKTIONALITÄT: Für eine gut erreichbare Innenstadt sind viele Attraktivitätsfaktoren von Bedeutung – diese sind anhand örtlicher Gegebenheiten und Zielsetzungen aufeinander abzustimmen und zu stärken.

Die verkehrliche Erreichbarkeit einer Innenstadt ist ein wichtiger Standortfaktor. Darüber hinaus sind insbesondere für Kunden und Besucher weitere Qualitäten von Bedeutung. Darüber hinaus ist Erreichbarkeit nicht immer nur objektiv messbar. Die „gefühlte“ Wahrnehmung ist oftmals viel wichtiger – insbesondere bei attraktiven Städten. Lebendige und vielfältig genutzte Stadträume tragen dabei nicht nur zu kurzen Wegen bei, sondern erhöhen auch die Aufenthaltsqualität für Innenstadtbesucher.

Konkretisierung der Leitlinie:

- Lebendigkeit, Nutzungsvielfalt und Aufenthaltsqualität sind die positiven **Qualitäten**, die man mit einem Innenstadtbesuch verbindet. Sie sind zudem das entscheidende Wettbewerbskriterium gegenüber anderen

Standorten (z. B. Shopping Centern) und dem Online-Handel. Durch eine Verbesserung dieser Faktoren kann die Motivation für einen Innenstadtbesuch gesteigert werden. Bei ausreichend hoher Motivation werden längere Anreisezeiten mit einer höheren Wahrscheinlichkeit in Kauf genommen. Die verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft ist als Basisfaktor dabei weiterhin zwingend geboten. Die „Kür“ besteht jedoch in der Verbesserung weiterer Attraktivitätsfaktoren.

- Die Zahl der Wege pro Tag ist unabhängig vom Wohn- und Arbeitsort mit rd. 3 ½ Wegen pro Person und Tag stets gleich. Lässt sich die Anzahl der Wege also nicht reduzieren, können durch eine stärkere räumliche Verknüpfung von Wohnen, Arbeiten, Einkaufen und Freizeitaktivitäten kürzere Wege gefördert werden. **Multifunktionale Stadtquartiere** reduzieren Wegelängen und erhöhen damit die Bereitschaft zur Nutzung von Fahrrad und Fußwegen. So geschaffene Kapazitäten auf Straße und Schiene können für Pkw- oder ÖPNV-gebundene Besucher außerhalb der Innenstadt genutzt werden. Dabei gilt es insbesondere die Bedürfnisse innenstadtaffiner Zielgruppen zu berücksichtigen.
- **Multifunktionale Verkehrsflächen** können bei entsprechender städtebaulicher Gestaltung die Aufenthaltsqualität steigern. Dabei ist sicherzustellen, dass jedes Verkehrsmittel in den einzelnen Stadträumen entsprechend seiner Stärken und Schwächen berücksichtigt wird. Es ist jeweils stadtraumspezifisch zwischen Erreichbarkeit und Aufenthaltsqualität abzuwägen.

FLEXIBILITÄT: Für eine gut erreichbare Innenstadt ist eine flexibel gestaltete Verkehrssteuerung unter Einbeziehung flexibel gestaltbarer Verkehrsflächen vorzusehen.

Mobilität verändert sich – und zwar deutlich schneller als die städtische Verkehrsinfrastruktur. Sollen heutige Verkehrsflächen auch noch den Verkehr von morgen bewältigen können, sind diese entsprechend flexibel zu gestalten. Das betrifft insbesondere Innenstädte mit einer zunehmenden Konkurrenz um den ohnehin begrenzten Raum. Gleiches gilt für Instrumente der Verkehrssteuerung, wie z. B. Park- und Verkehrsleitsysteme. Die weiter steigende **Konnektivität** von Infrastruktur, Verkehrsmitteln und Schnittstellengeräten (z. B. Smartphones) eröffnet dabei neue Möglichkeiten. Neue Mobilitätsoptionen führen allerdings auch zu höherem Konfliktpotenzial, das zu minimieren ist.

Konkretisierung der Leitlinie:

- Das Smartphone (bzw. der technische Nachfolger) ist *die* „Mobilitätszentrale“ und daher für die **dynamische Verkehrslenkung** verstärkt zu nutzen. Dazu gehört insbesondere die Kommunikation zwischen Auto, Smartphone und Verkehrsinfrastruktur. Haupteinfallstraßen sind dabei vor allem im Berufs- und Freizeitverkehr mit Hilfe von modernen Verkehrsleitsystemen zu entlasten.

- Die **Lieferzeiten** für den Warenwirtschaftsverkehr sind zeitlich und räumlich flexibel anzupassen. Dabei ist die gesamte Bandbreite der Verkehrsmittel (vom Lkw bis zum elektronisch unterstützten Lastenrad) auszuschöpfen. Die Möglichkeiten und Grenzen der städtischen Infrastruktur (z. B. in Form von befahrenen Fußgängerzonen, ferngesteuerten Pollern) sind dabei zu berücksichtigen.
- **Parkraumangebote** im öffentlichen Straßenraum sind hinsichtlich ihrer Bedeutung für die benachbarten Wirtschaftsbetriebe zu prüfen, gegen andere Nutzungen (z. B. Außengastronomie, Anwohnerparken) abzuwägen und bei begründetem Bedarf (auch temporär) anderen Nutzungen zuzuführen. So kann in manchen Fällen eine zentrale Parkmöglichkeit (z. B. in Form einer modernen Tiefgarage) zweckdienlicher sein als straßenbegleitendes Parken. Die Rolle des Anwohnerparkens ist dabei insbesondere in Geschäftsstraßen zu prüfen.

MULTIMODALITÄT: Für eine gut erreichbare Innenstadt sind die Potenziale durch technische und konzeptionelle Entwicklungen bei allen Verkehrsmitteln vorausschauend auszuschöpfen.

Der Pkw wird auch zukünftig das dominante Verkehrsmittel darstellen. Die Bedeutung des Pkw unter den Verkehrsmitteln (im ↻ *Modal Split*) wird zukünftig jedoch weiter abnehmen. Der Verkehrsteilnehmer nimmt die Rolle eines „↻ *inter-* und ↻ *multimodalen* Users“ ein. Die Grenzen zwischen öffentlichem und individuellem Verkehr werden dabei angesichts der ↻ *autonomen* und sharing-basierten Mobilität zusehends verschwimmen.

Konkretisierung der Leitlinie:

- Die Digitalisierung und Automatisierung ermöglicht **Effizienzsteigerungen** im Verkehrsfluss und beim Verkehrsmittelwechsel. Dies ist durch einen Ausbau der Stadt zur ↻ *Smart City* verstärkt zu nutzen. Zu den Potenzialen zählt sowohl Verkehrsvermeidung (z. B. Vermeidung von Parksuchverkehr, ↻ *Car-2-X-Kommunikation*) als auch die Attraktivierung öffentlich nutzbarer Verkehrsmittel (z. B. smarte Informationssysteme für ↻ *intermodale* Verkehrsmittelnutzung, Sharing-Angebote, ↻ *autonome* Pkw).
- Es sind Möglichkeiten vorzuhalten, die Leistungsfähigkeit des **Warenwirtschaftsverkehrs** auch abseits des Lkw zu steigern (z. B. Lastenräder, Mikrodepots, Paketboxen).
- Durch flexiblere und transparentere Preissysteme und die steigende ↻ *Konnektivität* der Verkehrssysteme ist **Mobilität als allgegenwärtiger Innenstadtservice** zu planen – unabhängig vom gewählten Verkehrsmittel. Die „Mobilitätskarte“ als Allround-Bezahlungsmöglichkeit für sämtliche verkehrsbezogenen Nutzungen in der Innenstadt ist nur eine von mehreren Möglichkeiten.

KONFLIKTVERMEIDUNG: Für eine gut erreichbare Innenstadt sind die Stärken einzelner Verkehrsmittel zu ergänzen und Konflikte zwischen den Verkehrsmitteln zu vermeiden.

Zunehmende Mobilitätsoptionen führen vor dem Hintergrund einer steigenden Konkurrenz um den begrenzten städtischen Raum auch zu häufigen Konflikten zwischen den ↻ *Verkehrsträgern*. Verschärft wird die Situation durch die Vielzahl an Nutzern mit ihren vielfältigen Mobilitätsansprüchen. Gleichzeitig wird das innerstädtische Verkehrsnetz als komplexes System immer störungsanfälliger.

Konkretisierung der Leitlinie:

- Für den (langsamen) ↻ **Binnenverkehr** sind ↻ *Begegnungszonen* zwischen den einzelnen Verkehrsmitteln und Mischverkehrsflächen mit hoher städtebaulicher Qualität vorzuhalten. Der Verkehr ist lediglich durch leichte optische Anreize zu reglementieren, um die generelle Rücksichtnahme und den Verkehrsfluss zu verbessern.
- Konflikträchtiger ↻ **Durchgangs- und ↻ Zielverkehr** ist auf für das jeweilige Verkehrsmittel zugeschnittenen Verkehrswegen (z. B. Ausfallstraßen, Radschnellwege, ÖPNV-Trassen) in den jeweiligen Hauptnetzen zu führen.
- Temporäre **Verkehrsbeeinträchtigungen** (z. B. Baustellen, Veranstaltungen) sind in ein integriertes Verkehrsmanagementsystem aufzunehmen und frühzeitig im dafür geeigneten Modus mit den relevanten Institutionen der Stadtgesellschaft abzustimmen.
- **Fehlverhalten** im Straßenraum (z. B. Parken in zweiter Reihe, Blockieren von Anlieferzonen, riskantes Fahrverhalten bei allen Verkehrsmitteln) ist durch verkehrspolitische Ordnungsbehörden mit zu entwickelnden Leitlinien zur Sicherstellung der verkehrlichen Erreichbarkeit zu begegnen.

KOMFORT: Für eine gut erreichbare Innenstadt sind die An- und Abreise sowie der Aufenthalt für alle Verkehrsteilnehmenden so einfach, bequem und angenehm wie möglich zu gestalten.

Die steigende Vernetzung führt zu mehr Benutzerfreundlichkeit, aber auch zu steigenden Ansprüchen an die Benutzerführung und den Komfort – sowohl online als auch offline. Erreichbarkeit ist daher an jedem Punkt der Servicekette – von der Idee des Innenstadtbesuchs bis zur Ankunft am konkreten Standort – zu garantieren.

Konkretisierung der Leitlinie:

- Die **Angebote und Mobilitätsservices** der Innenstadt sind für den potenziellen Innenstadtbesucher auf einfache Art und Weise und in übersichtlicher Form aufzubereiten. Informationen über mögliche An- und Abreiseoptionen sollten dabei verkehrsmittel- und standortunabhängig mit wenig Aufwand verfügbar sein.

- Die steigenden Erreichbarkeitsansprüche der Innenstadtbesucher sind auch hinsichtlich des **Komforts** in öffentlichen Verkehrsmitteln und Parkhäusern zu erfüllen. Dazu zählen neben bequemen Sitzmöglichkeiten in Bus und Bahn auch ausreichend breite Stellplätze und Fahrgassen sowie beleuchtete und sichere Aufenthaltszonen.
- Die **Orientierung** des Innenstadtbesuchers ist nach seiner Ankunft in der Innenstadt (Verlassen des Pkw im Parkhaus, Ausstieg aus der Bahn am Bahnhof) zu gewährleisten. Dazu zählt auch die „sanfte“ Lenkung auf die Haupt-Fußverkehrsachsen mit hoher Aufenthaltsqualität und ein stark reduziertes, übersichtliches Besucherleitsystem mit den wesentlichen insbesondere für Kunden und Besucher interessanten Standorten (Points of Interests).

5 Praxisbeispiele

Die Darstellung relevanter Trends in der Stadt- und Verkehrsentwicklung, die Erarbeitung von Herausforderungen und konkreten Anforderungen der innerstädtischen Wirtschaft sowie die Formulierung allgemeiner verkehrspolitischer Leitlinien liefern erste wertvolle Hinweise, wie sich zukünftige Mobilität entwickeln wird und welche Gestaltungsmöglichkeiten sich daraus ergeben. Doch wie steht es nun um die **verkehrliche Erreichbarkeit** der innerstädtischen Wirtschaft in der Region Rhein-Neckar? Und welchen **stadtspezifischen zukünftigen Herausforderungen** steht die innerstädtische Wirtschaft gegenüber?

Die Beantwortung dieser Leitfragen erfolgt zum einen auf Grundlage der zuvor abgeleiteten Trends und Thesen zur verkehrlichen Erreichbarkeit, zum anderen aber auch auf Grundlage mehrerer **empirischer Erhebungen** in der Region Rhein-Neckar mit Fokus auf die Oberzentren Mannheim und Heidelberg sowie das Mittelzentrum Mosbach (vgl. Kapitel 5.1). Die Erhebungsmethoden umfassen dabei sowohl eine regionale **Haushaltsbefragung**, eine **Unternehmensbefragung** in den Innenstadtbereichen der drei Untersuchungsstädte sowie mehrere **Workshops** mit ausgewählten Akteuren der innerstädtischen Wirtschaft und der kommunalen Verwaltung. Eine weitere Qualifizierung der Ergebnisse erfolgt durch Expertengespräche sowie im Rahmen von Ergebnisvorstellungen und -diskussionen im Zuge eines untersuchungsbegleitenden Beirats (vgl. Kapitel 5.1).

Nach einer kurzen Darstellung der Erhebungsmethodik wird die verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft in Mannheim, Heidelberg und Mosbach detailliert betrachtet. Dabei fließen die Erkenntnisse aus der Haushalts- und Unternehmensbefragung insbesondere in die Darstellung der **Situation der verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft** ein. Diese wird anschließend unter Berücksichtigung der Erkenntnisse aus der Trendanalyse und den Workshops hinsichtlich der zuvor definierten Erreichbarkeitsanforderungen (vgl. Kapitel 3.2) (aus Kundensicht und Sicht der innerstädtischen Wirtschaftsunternehmen) bewertet und bestehende bzw. zukünftige **Herausforderungen** aufgezeigt.

5.1 Methodik

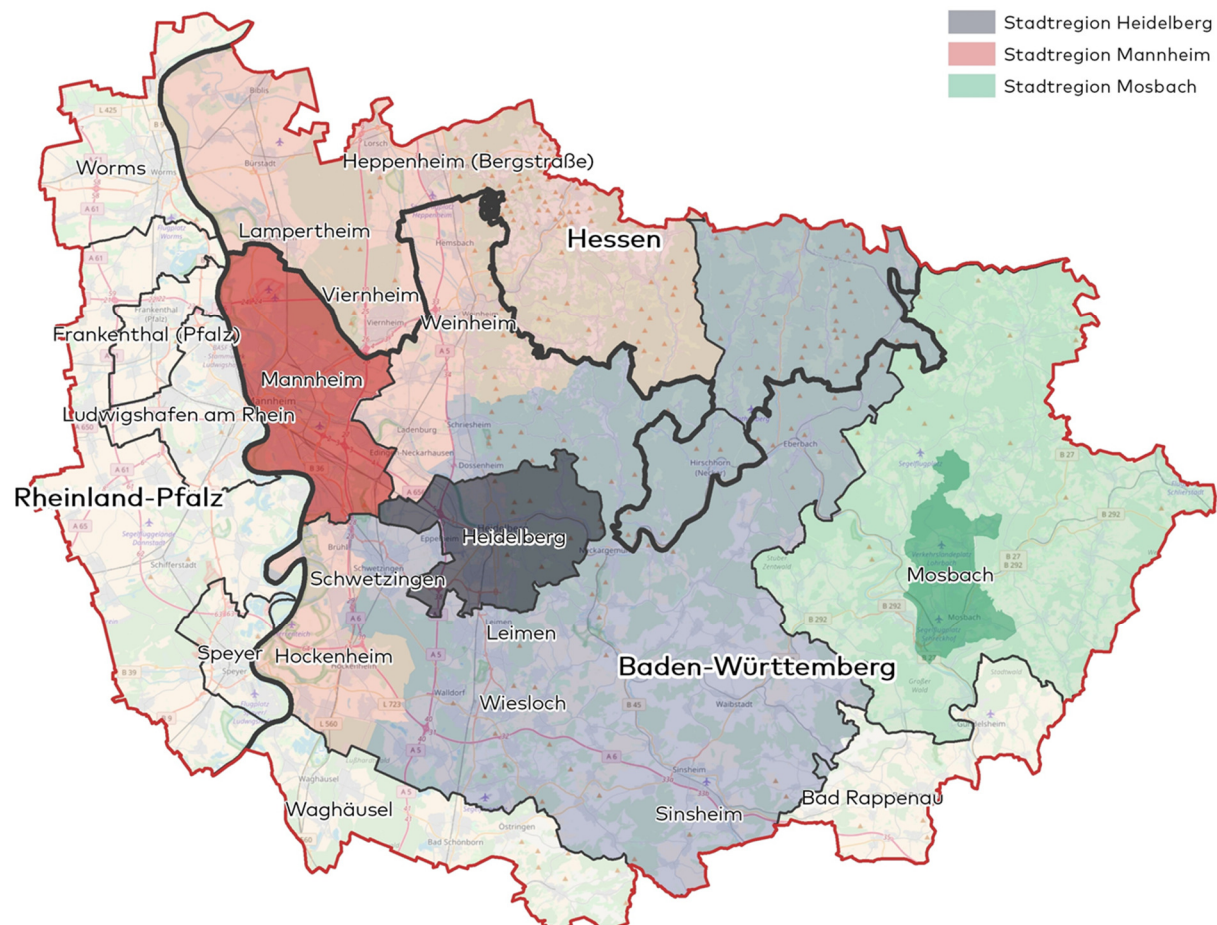
Es ist darauf hinzuweisen, dass aufgrund der gewählten, nachfolgend dargestellten Methodik, die in den Praxiskapiteln der Untersuchungsstädte dargestellten Ergebnisse die verkehrliche Erreichbarkeit der Untersuchungsstädte **aus Kunden- und Besucher- sowie aus Unternehmenssicht** abbilden. Die auf dieser Basis getroffenen Aussagen und Empfehlungen sind daher auch durch die Informationen und Äußerungen der entsprechenden Akteure geprägt und können sich zum Teil widersprechen (z. B. unterschiedliche Bewertung der Erreichbarkeit aus Kunden- sowie aus Unternehmenssicht). Auf die Widersprüche wird im Rahmen der Ergebnisdarstellung hingewiesen. Die nachfolgenden Darstellungen und Bewertungen der verkehrlichen Erreichbarkeit der Innenstädte beruhen, der Zielsetzung der Studie entsprechend, auf der verkehrlichen Erreichbarkeit der **innerstädtischen**

Wirtschaft und haben somit einen sektoralen Schwerpunkt. Die Ergebnisse können daher durch Folgestudien präzisiert und ergänzt werden.

Telefonische Haushaltsbefragung

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurden 1.000 Bürgerinnen und Bürger der Region Rhein-Neckar mittels telefonischer Interviews befragt. Der Untersuchungsraum ist der folgenden Abbildung zu entnehmen.

Abbildung 14: Untersuchungsraum der telefonischen Haushaltsbefragung



Quelle: Eigene Darstellung Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie (2016) und OpenStreetMap - Veröffentlicht unter ODbL (2017).

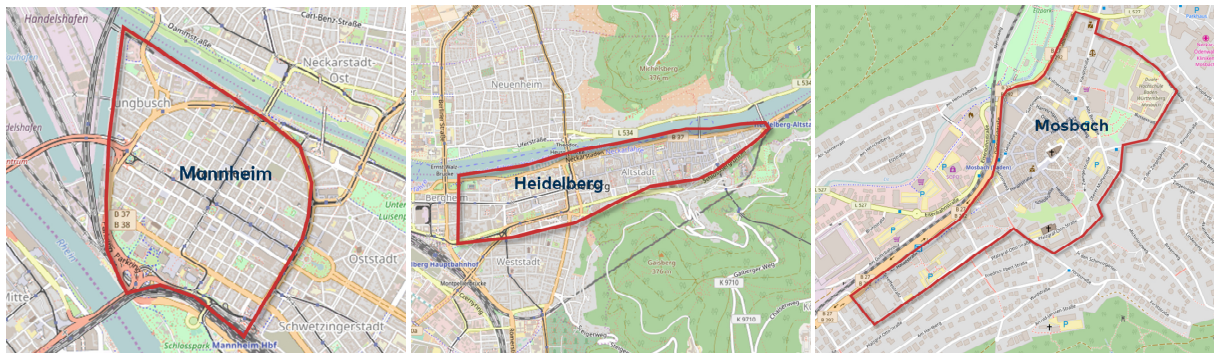
Die Befragung wurde von einem spezialisierten Marktforschungsunternehmen mit Hilfe eines standardisierten Fragebogens durchgeführt. Dabei wurden die Einwohnerzahlen der im Untersuchungsraum liegenden Städte und Gemeinden äquivalent für die Streuung und Anzahl der Telefoninterviews berücksichtigt. Anhand der Haushaltsbefragung wurden auf repräsentative Weise Daten des Mobilitätsverhaltens der Bevölkerung abgefragt: Neben der **Besuchshäufigkeit** verschiedener Innenstädte der Region wurden auch die **Verkehrsmittelwahl** und die **Besuchsgründe** abgefragt und die Befragten um eine **Bewertung** der verkehrlichen Erreichbarkeit sowie der Attraktivität der Innenstädte gebeten. Dabei wird bei der Ergebnisdarstellung häufig unterschieden, ob es sich um Einwohner aus der jeweiligen **Untersuchungsstadt**, der zugehörigen **Stadtregion** (vgl. Abbildung 14) oder dem **weiteren Untersuchungsraum** handelt.

Die Stadtregionen entsprechen dabei den „Stadt-Land-Regionen“ des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) und basieren auf Pendlerverflechtungen sowie Erreichbarkeitsradien in Form von Fahrminuten.

Unternehmensbefragung

Neben der Haushaltsbefragung wurde im Rahmen der vorliegenden Studie eine Befragung der Wirtschaftsunternehmen in den Innenstädten der drei Untersuchungsstädte durchgeführt. Abgefragt wurden hierbei die für die Unternehmen wichtigen **Standortfaktoren** inkl. deren **Bewertung**. Zudem wurden die Unternehmen darum gebeten, **Einschätzungen zur Erreichbarkeit** der Innenstädte mit verschiedenen Verkehrsmitteln und für unterschiedliche Nutzergruppen sowie Einschätzungen zu u. a. Parkflächen, dem ÖPNV, dem Fahrrad- und Fußverkehr vorzunehmen. Die Befragung der Unternehmen erfolgte anhand eines halbstandardisierten Fragebogens, welcher flächendeckend im Innenstadtbereich (Abgrenzung siehe nachfolgende Abbildung) per Post verschickt wurde. Zusätzlich bestand die Möglichkeit einer Online-Teilnahme.

Abbildung 15: Gebiete der Unternehmensbefragung



Quelle: Eigene Darstellung; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Insgesamt nahmen 160 Betriebe aus unterschiedlichen Branchen (Einzelhandel, Hotellerie, Gastronomie, Dienstleistung, Lieferdienste/Logistik etc.) an der Befragung teil. Die Mehrheit der teilgenommenen Unternehmen ist dabei dem Einzelhandel zuzuordnen. In Mannheim wurde eine Rücklaufquote von rd. 8,5 % (N = 836), in Heidelberg von rd. 9,4 % (N = 699) und in Mosbach von rd. 11,3 % (N = 177) erzielt.

Workshops mit lokalen Wirtschaftsakteuren und der kommunalen Verwaltung

Zur Validierung und Verdichtung der in der Haushalts- und Unternehmensbefragung gewonnen Erkenntnisse sowie zur Ermittlung von Anforderungen der lokalen Wirtschaftsunternehmen an die verkehrliche Erreichbarkeit in den Innenstädten wurde in jeder Untersuchungsstadt ein Workshop mit Akteuren der innerstädtischen Wirtschaft aus unterschiedlichen Branchen und der kommunalen Verwaltung durchgeführt. Diskutiert wurden in diesem Rahmen die **aktuelle verkehrliche Erreichbarkeit** der jeweiligen Innenstadt, **bestehende Erreichbarkeitsprobleme** und **zukünftige Herausforderungen**. Zur punktuellen thematischen Vertiefung fanden im Anschluss außerdem Gespräche mit weiteren ausgewählten lokalen Experten statt.

5.2 Mannheim

Die Stadt Mannheim liegt im Nordwesten des Landes Baden-Württemberg und stellt mit 305.780 Einwohnern (31.12.2015) die drittgrößte Stadt des Landes Baden-Württemberg nach Stuttgart und Karlsruhe dar. Eine besondere Bedeutung kommt Mannheim als Wirtschafts- und Arbeitsstandort zu, was vor allem an den 183.055 (30.06.2016) Beschäftigten und dem mit 64.679 deutlich positiven Pendlersaldo (111.431 Einpendler/46.752 Auspendler (30.06.2016) ersichtlich wird. Darüber hinaus verdeutlicht der Zentralitätswert von 148,7 (2017) bzw. das daraus abzuleitende weitreichende Einzugsgebiet sowie die Höhe und die jährliche Steigerung der Übernachtungszahlen (2016 – 1.300.255) die Bedeutung Mannheims als Einzelhandelsstandort und kulturelles Zentrum der Metropolregion Rhein-Neckar. Außerdem fungiert die Stadt Mannheim als Universitätsstandort mit 26.241 im Wintersemester 2015/2016 eingeschriebenen Studierenden (Daten des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg sowie der IHK Rhein-Neckar).

Die nachfolgenden Darstellungen der Stadt Mannheim beruhen auf der Annahme, dass Mannheim auch zukünftig entsprechend der aktuellen funktionalen Ausrichtung entwickelt werden soll.

5.2.1 Verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft

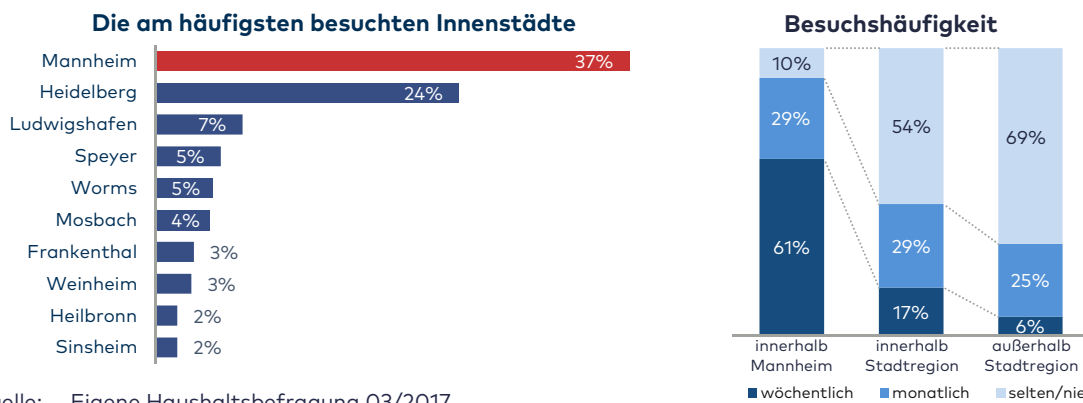
Nachfolgend wird die aktuelle Situation der verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft in Mannheim dargestellt. Grundlage der Erkenntnisse bilden die durchgeführte Haushalts- und Unternehmensbefragung sowie die Workshops und Arbeitskreissitzungen (vgl. Kapitel 5.1).

Wirtschaftsstandort

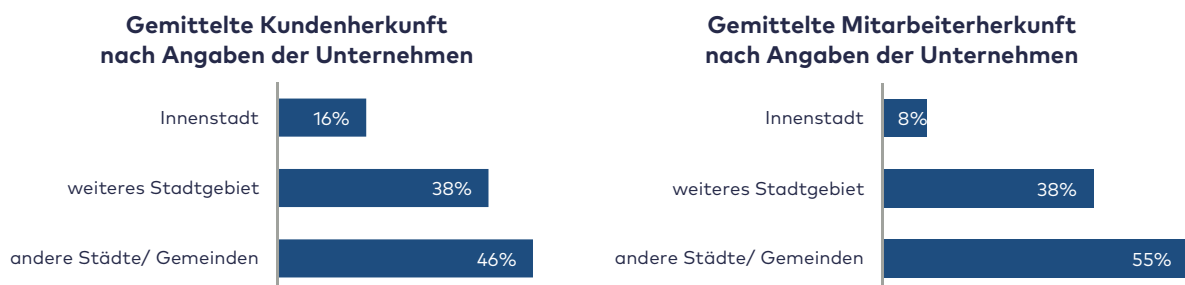


- Mannheim verfügt mit Abstand über das größte **Einzugsgebiet** der Städte in der Metropolregion Rhein-Neckar und über eine überdurchschnittliche Zentralitätskennziffer (148,7 – Stand 2017).
- Insgesamt **besuchen** rd. 44 % der Befragten die **Mannheimer Innenstadt regelmäßig** (d. h. mindestens einmal pro Monat). Im Untersuchungsraum (Haushaltsbefragung) stellt die Innenstadt Mannheims damit die am häufigsten regelmäßig besuchte Innenstadt dar – insbesondere bei Besuchern außerhalb der ➡ *Stadtregion*.
- Zwischen Ludwigshafen und Mannheim bestehen **intensive Kunden- und Besucherverflechtungen**: Rd. 55 % der Ludwigshafener besuchen Mannheim regelmäßig – und zwar zum deutlich überwiegenden Teil zum Einkaufen (rd. 79 %).
- Die **Besuchshäufigkeit** der Mannheimer Innenstadt nimmt dabei naturgemäß mit steigender **Wohnortentfernung** ab. Der Anteil der regelmäßigen Innenstadtbesucher außerhalb der ➡ *Stadtregion* ist

dennoch deutlich höher als in den anderen Untersuchungsstädten. Auch die Heidelberger (rd. 14 %) Einwohner besuchen die Mannheimer Innenstadt regelmäßig.



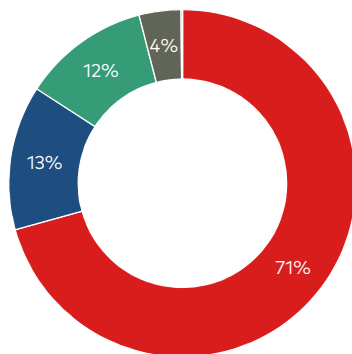
- Knapp die Hälfte der **Mannheimer Innenstadtkunden** kommt nach Einschätzung der befragten Unternehmen aus anderen Städten und Gemeinden. Lediglich rd. 16 % der Kunden kommen aus der Innenstadt selbst.
- Bei der **Mitarbeiterherkunft** verhält es sich aus Sicht der befragten Unternehmen ähnlich. Allerdings kommen von den Mitarbeitern noch weniger (rd. 8 %) direkt aus der Innenstadt. Stattdessen haben mehr als die Hälfte der Mitarbeiter ihren Wohnort außerhalb von Mannheim.



- Der Einzelhandel ist aus Sicht der Besucher die **wichtigste Funktion** der Mannheimer Innenstadt. Kunden und Besucher kommen insbesondere wegen des Einzelhandelsangebotes nach Mannheim.
- Mannheim hat eine deutlich höhere **Bedeutung als Einkaufsstadt** als andere Untersuchungsstädte – und zwar wohnortunabhängig. Der generell dominante Besuchsgrund „Einkauf/Bummel“ nimmt mit steigender Besuchshäufigkeit leicht zu.

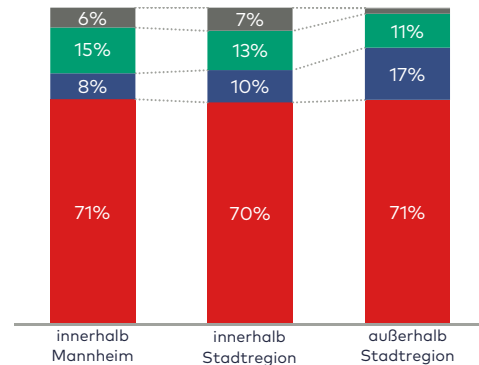
- Zweitwichtigster Besuchsgrund für die Mannheimer Innenstadt sind das **gastronomische Angebot** und die Freizeitaktivitäten – insbesondere für Besucher außerhalb der **Stadtregion**.
- Während die **Einkaufsbedeutung** Mannheims mit steigender **Wohnortentfernung** tendenziell gleich bleibt, steigt die Bedeutung der **Freizeit- und Gastronomieangebote** als Besuchsgrund tendenziell an.
- Der **Arbeits- oder Ausbildungsplatz** wird relativ selten als Besuchsgrund der Mannheimer Innenstadt genannt. Hier ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Innenstadt eher mit privaten Besuchsgründen (z. B. Einkauf oder sonstigen Freizeitaktivitäten) verknüpft wird und bei Haushaltsbefragungen tendenziell eher als Besuchsgrund genannt wird, als dienstliche (alltägliche) Innenstadtbesuche.

Hauptsächlicher Besuchsgrund



■ Einkauf/ Bummel ■ Freizeit/ Gastronomiebesuch ■ private Belange ■ Arbeit/ Ausbildung ■ anderer Grund

Besuchsgrund nach Wohnort



Quelle: Eigene Haushaltsbefragung 03/2017.

- Die **Erreichbarkeit** der Mannheimer Innenstadt ist für die befragten Unternehmen der mit Abstand **wichtigste Standortfaktor**.
- Aus Sicht der Unternehmen überwiegen eher „**klassische**“ **Standortfaktoren** wie Kundenfrequenzen, die Nähe zu Kunden und Lieferanten, das Arbeitskräfteangebot sowie die Breitbandanbindung. Etwa ein Viertel der Unternehmen gibt als wichtigen Standortfaktor das Stadtbild bzw. die Straßenraumgestaltung an.
- Bezogen auf die Mannheimer Innenstadt werden die **wichtigsten Standortfaktoren** der Wirtschaftsunternehmen mit Durchschnittsnoten zwischen 2,6 und 3,4 bewertet (Skala von 1 bis 5). Das Stadtbild schneidet mit einer Durchschnittsnote von 3,4 am schlechtesten ab. Die Erreichbarkeit als wichtigster Standortfaktor liegt mit einer Durchschnittsnote von 2,9 im Mittelfeld.

Die TOP 6 der Standortfaktoren	Häufigkeit der Nennungen	Bewertung des Standortfaktors (Skala 1 - 5)
Erreichbarkeit	78%	ø 2,9
Passanten-/Besucher-/Kundenfrequenz	42%	ø 2,7
Nähe zu Kunden/Lieferanten	32%	ø 2,6
Angebot/Qualität der Arbeitskräfte	30%	ø 2,9
Stadtbild/Straßenraumgestaltung	24%	ø 3,4
Breitbandanbindung	24%	ø 2,9

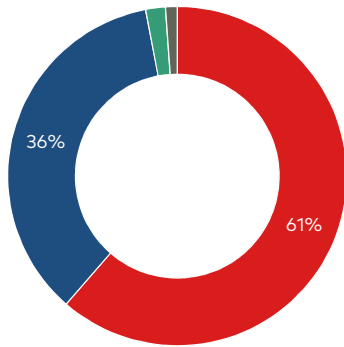
Quelle: Eigene Unternehmensbefragung 04/2017.

Verkehrsmittelwahl und -bedeutung

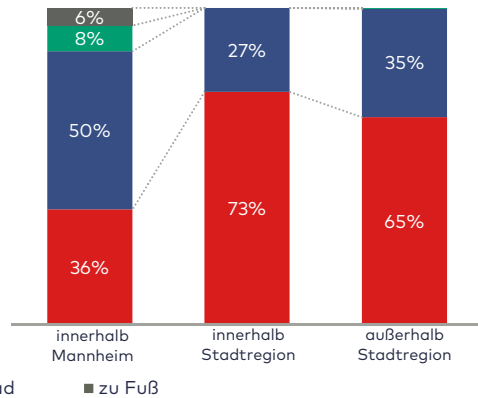


- Aus Sicht der Kunden und Besucher der Mannheimer Innenstadt sowie aus Sicht der innerstädtischen Wirtschaft stellt der **Pkw das wichtigste Verkehrsmittel** dar.
- Der **ÖPNV** als **zweitwichtigstes Verkehrsmittel** erzielt die höchsten Anteile am Modal Split aller drei Untersuchungsstädte. Die ÖPNV-Anteile verteilen sich in etwa gleichmäßig auf die Verkehrsmittel Bahn/S-Bahn und Straßenbahn.
- Die starke Ausprägung der **ÖPNV**-Nutzung in Mannheim (sowohl im Umland als auch insbesondere in der Innenstadt) deutet auf dessen **Leistungsfähigkeit** hin. Damit besitzt Mannheim eine klare Stärke gegenüber den anderen Untersuchungsstädten.
- Aus Sicht der Unternehmen ist der **ÖPNV** insbesondere für **Berufspendler** und **Touristen** relevant.
- Die **Verkehrsmittelwahl und -bedeutung** variiert nach **Wohnortentfernung** der Kunden und Besucher. Während der Pkw das dominante Verkehrsmittel bei Stadt-Umland-Wegebeziehungen darstellt, wird von Einwohnern der Stadt Mannheim bei Besuchen der Innenstadt überwiegend der ÖPNV genutzt.
- **Rad- und Fußwegebeziehungen** spielen naturgemäß lediglich für innerstädtische Verkehrsbeziehungen eine Rolle. Deren Bedeutung ist jedoch deutlich geringer als beispielsweise in Heidelberg.

Verkehrsmittelwahl der Innenstadtbesucher



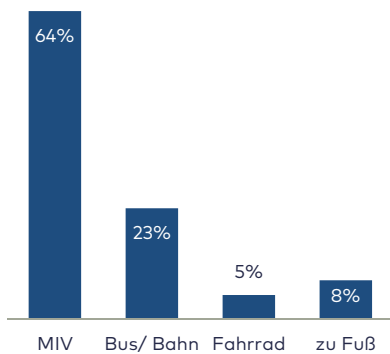
Verkehrsmittelwahl nach Wohnort



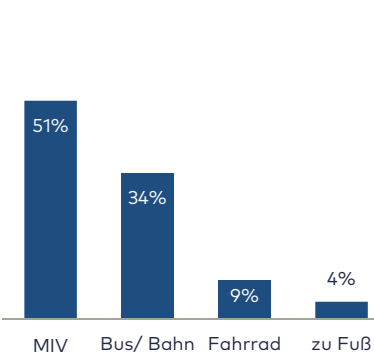
Quelle: Eigene Haushaltsbefragung 03/2017.

- Die **Warenbelieferung** erfolgt nach Angaben der Unternehmen zu etwa zwei Drittel mit Transportern (< 3,5 t). Bei lediglich rd. 22 % der Liefervorgänge kommt ein Lkw (> 3,5 t) zum Einsatz.

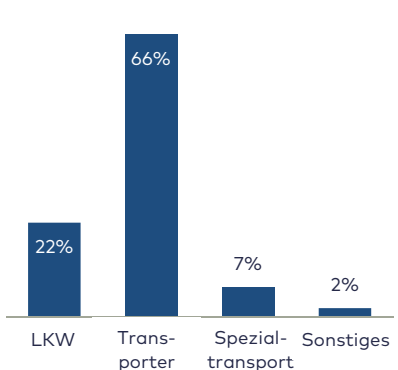
Gemittelter Modal Split von Kunden*



Gemittelter Modal Split von Mitarbeitern*



Gemittelter Modal Split im Lieferverkehr*



* nach Angaben der befragten Unternehmen

Quelle: Eigene Unternehmensbefragung 04/2017.

Erreichbarkeit

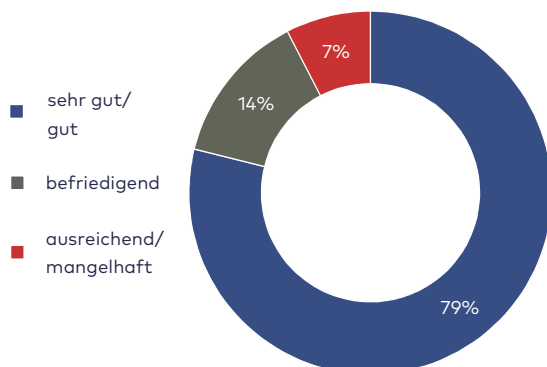


- Die **Erreichbarkeit der Mannheimer Innenstadt** wird von den befragten Haushalten und den lokalen Experten insgesamt als gut bewertet (Durchschnittsnote 2,0). Die befragten Unternehmen bewerten die Erreichbarkeit der Innenstadt jedoch deutlich schlechter (Durchschnittsnote 2,9). Mannheim erzielt damit aus Sicht der Haushalte die **beste Erreichbarkeitsbewertung der drei Untersuchungsstädte** – aber es gibt auch die größten Unterschiede in der Erreichbarkeitswahrnehmung zwischen Kunden und Unternehmen.
- Die **Pkw-Erreichbarkeit** wird von den befragten Haushalten insgesamt als gut bewertet (Durchschnittsnote 2,1). Dies ist die beste Bewertung für die Pkw-Erreichbarkeit in den drei Untersuchungsstädten. Im Vergleich zu den anderen Verkehrsmitteln (ÖPNV 1,7 /

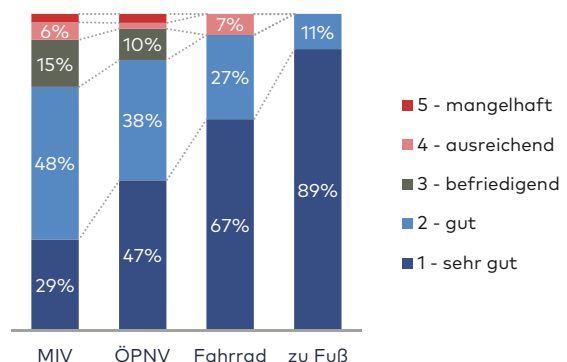
Fahrrad 1,5 / zu Fuß 1,1) fällt die Erreichbarkeitsbewertung für den Pkw allerdings am schlechtesten aus. Auch wenn die Pkw-Erreichbarkeit als gut bewertet wird, werden im Vergleich zu den anderen Verkehrsmitteln Verbesserungspotenziale ersichtlich.

- Die von den befragten Haushalten geäußerten Erreichbarkeitsbewertungen decken sich mit den Aussagen der lokalen Experten, nach denen aktuell **insgesamt keine Verkehrsüberlastung Mannheims** feststellbar ist, jedoch zeitlich sowie räumlich zu differenzierende **Erreichbarkeitsprobleme** insbesondere im Pkw-Verkehr bestehen.
- Hauptkonfliktfelder stellen nach Angaben der wirtschaftlichen Akteure insbesondere die **Überlastungstendenzen bei bestimmten Zufahrtswegen und Engpässen** (z. B. die Rheinbrücken) im berufsbedingten \rightarrow *Durchgangsverkehr* sowie beim Kundenverkehr zu Spitzenzeiten (v. a. an Samstagen oder bei Veranstaltungen) dar.
- Die **ÖPNV-Erreichbarkeit** der Mannheimer Innenstadt wird von den Haushalten und den Wirtschaftsunternehmen als gut bewertet. **Verbesserungspotenziale** bestehen nach Aussagen der lokalen Experten insbesondere in einer verbesserten **Anpassung der Taktung und der Verbindungsqualität an die umsatzstarken Zeiträume** im Handel und in der Gastronomie (Abendstunden in der Woche, Samstage).
- Mit steigender **Wohnortentfernung** verschlechtert sich tendenziell die **Bewertung der Erreichbarkeit**. Allerdings wird die Erreichbarkeit von Mannheim außerhalb der Innenstadt bzw. außerhalb der Stadtregion von den Haushalten immer noch besser bewertet als die Erreichbarkeit von Heidelberg oder Mosbach.

Erreichbarkeit für Innenstadtbesucher



Erreichbarkeit nach Verkehrsmittel

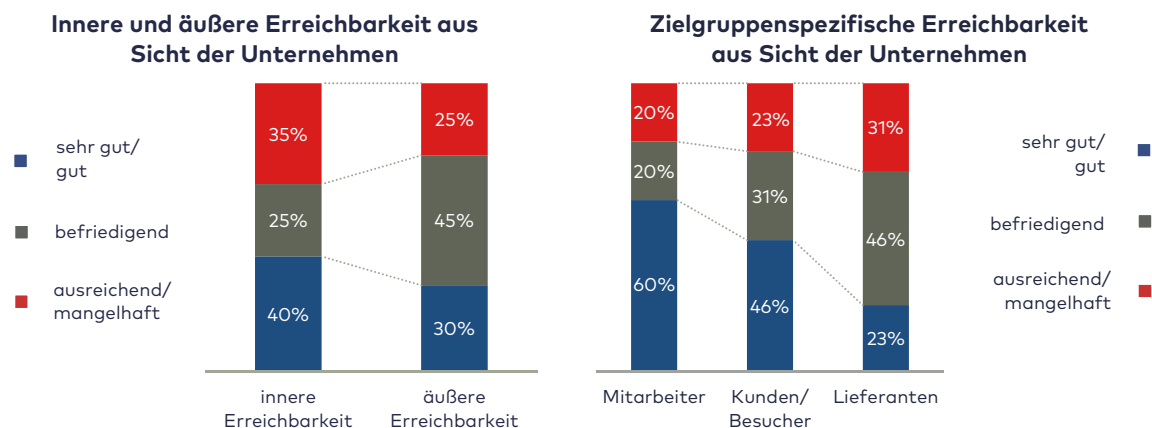


Quelle: Eigene Haushaltsbefragung 03/2017.

- Die ➡ **äußere Erreichbarkeit** der Mannheimer Innenstadt wird aus Kundensicht als **ausbaufähig** bewertet. Dies bestätigen auch die befragten Unternehmen, welche die äußere Erreichbarkeit mit einer Durchschnittsnote von 3,0 bewerten. Verbesserungspotenziale der äußeren Erreichbarkeit betreffen aus Sicht der Unternehmen insbesondere die äußere Pkw-Erreichbarkeit.
- Aus Kundensicht besteht aktuell durch das umfassende ÖPNV-Angebot, die gute Erschließung für den Fahrrad- und Fußgängerverkehr sowie bedarfsgerechte Angebote an Pkw-Stellplätzen insgesamt eine **gute ➡ innere Erreichbarkeit der Mannheimer Innenstadt**. Bestätigt wird dies durch die Mannheimer Unternehmen, welche die innere Erreichbarkeit mit einer Durchschnittsnote von 2,2 bewerten.
- Als weitere **Problemfelder** der Erreichbarkeit der Mannheimer Innenstadt wurden von den Wirtschaftsunternehmen verschiedene Aspekte genannt, welche Störungen im Verkehrsfluss verursachen und die Erreichbarkeit somit verschlechtern.
 - Genannt wurden diesbezüglich das „**wilde Parken**“ sowie der Parksuchverkehr im Bereich der Quadrate.
 - Darüber hinaus werden **Anlieferzonen des Wirtschaftsverkehrs** in der Mannheimer Innenstadt aus Sicht der befragten Unternehmen z. T. durch den ➡ *ruhenden Verkehr* blockiert. Warenlieferungen erfolgen deshalb zum Teil durch Abstellen der Lieferfahrzeuge „in der zweiten Reihe“, wodurch der Verkehrsfluss behindert wird.
 - Als weiteres aktuelles Problem der verkehrlichen Erreichbarkeit der Mannheimer Innenstadt wurden zudem **innerstädtische Veranstaltungen** (z. B. Demonstrationen und sportliche Events) genannt, welche die Erreichbarkeit für Kunden und Besucher erschweren.
 - Weitere Störungen im Verkehrsfluss werden durch **Baustellen** bedingt, welche aufgrund einer veränderten Lenkung der Verkehrsströme, insbesondere in stark belasteten Zeitfenstern (Pendlerverkehr), zu vermehrten Konflikten führen. Dabei wurde vermehrt auf die zeitliche und räumliche Ballung von Baustellen hingewiesen.
- Die **zielgruppenspezifische Erreichbarkeit** Mannheims wird von den Unternehmen sehr unterschiedlich bewertet. Am besten wird aus Sicht der Wirtschaft die Erreichbarkeit für die Mitarbeiter bewertet (Durchschnittsnote 2,6). Dies ist insbesondere mit dem guten

ÖPNV-Angebot für Pendler zu begründen. Defizite werden hingegen vor allem in der Erreichbarkeit für Lieferanten gesehen.

- Darüber hinaus werden von den Unternehmen vermehrt Vorschläge zur **Verbesserung der Leistungsfähigkeit** (Stellplätze, mehr Fahrspuren auf Zufahrtsstraßen) und der **Flexibilität** der Verkehrssysteme (verbesserte Ampelschaltungen, frühzeitigeres Parkleitsystem) genannt.
- Die **Erreichbarkeit der Mannheimer Innenstadt** hat für die **innerstädtischen Wirtschaftsunternehmen** eine höhere Bedeutung (Attraktivität des Wirtschaftsstandorts) als für die **Kunden und Besucher der Innenstadt** (Gesamtattraktivität der Mannheimer Innenstadt).
- Die **Erreichbarkeit** hat in Mannheim aus Sicht der Haushalte einen eher schwachen **Einfluss auf die Gesamtattraktivität** der Stadt bzw. der Innenstadt. Dies ist auch auf die Attraktivität und Anziehungskraft weiterer Innenstadtfunktionen (z. B. Aufenthaltsqualität, Kultur, Angebote der Wirtschaftsunternehmen) zurückzuführen.



Die TOP 6 Verbesserungsvorschläge der Unternehmen

1. Baustellenmanagement insb. an Zufahrtsstraßen (→ Konfliktvermeidung)
2. mehr/moderne (breite) Parkplätze (→ Leistungsfähigkeit, Komfort)
3. Ampelschaltung/Verkehrleitsystem/frühzeitigeres Parkleitsystem (→ Flexibilität)
4. günstigere Parkplätze (→ Flexibilität, Komfort)
5. Besucherleitsysteme (→ Multifunktionalität, Komfort)
6. keine Verengung der Fahrbahnen/ mehr Fahrspuren auf Zufahrtsstraßen (→ Leistungsfähigkeit)

Quelle: Eigene Unternehmensbefragung 04/2017.

5.2.2 Zukünftige Herausforderungen

Auf Grundlage der im vorigen Kapitel beschriebenen Situation der verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft Mannheims sowie weiterer Ergebnisse der durchgeführten Haushalts- und Unternehmensbefragung, der Workshops und Beiratssitzungen (vgl. Kapitel 5.1) werden nachfolgend, unter Einbeziehung der in Kapitel 2.3 dargestellten Trends, zukünftige Herausforderungen für Mannheim abgeleitet.

Die zukünftigen Herausforderungen für Mannheim werden zudem in der nachstehenden Tabelle kurz zusammengefasst und den konkreten Anforderungen der innerstädtischen Wirtschaft an die verkehrliche Erreichbarkeit (vgl. Kapitel 3.2) gegenübergestellt.

Herausforderungen für Mannheim	Anforderungen
Sicherstellung der verkehrlichen Erreichbarkeit als Wettbewerbsfaktor.	→ Innere Erreichbarkeit → Äußere Erreichbarkeit
Sicherstellung einer guten Pkw-Erreichbarkeit der Innenstadt (insbesondere für Besucher von außerhalb Mannheims).	→ Äußere Erreichbarkeit
Gewährleistung der Leistungsfähigkeit und Attraktivität des ÖPNV (insbesondere für Einkaufs- und Freizeitverkehre).	→ Äußere Erreichbarkeit → Komfort
Zunehmende Erreichbarkeitsprobleme für Wirtschaftsverkehre (insbesondere Lieferverkehre).	→ Innere Erreichbarkeit → Wegeketten
Wachsende Abstimmungs- und Koordinationsbedarfe bei Verkehrsstörungen (z. B. Baustellen und größeren Veranstaltungen).	→ Information/Orientierung → Konfliktfreiheit
Hemmnisse und Barrieren bei einer multi- und intermodalen Verkehrsmittelnutzung.	→ Information/Orientierung → Wegeketten → Komfort
Bedarf an zukunftsfähigen, städtischen Verkehrsinfrastrukturen und Verkehrssystemen.	→ Wegeketten → Konfliktfreiheit
Ausschöpfung der Potenziale smarterer und mobiler Informationstechnologie.	→ Information/Orientierung → Komfort/Aufenthaltsqualität
Notwendigkeit kurzer und attraktiver Wege zur Reduzierung der innerstädtischen Verkehrsbelastung.	→ Innere Erreichbarkeit → Wegeketten → Aufenthaltsqualität
Weiterer Bedeutungsgewinn von Aufenthaltsqualität (insbesondere in den Quadraten).	→ Aufenthaltsqualität

- **Sicherstellung der verkehrlichen Erreichbarkeit als Wettbewerbsfaktor:** Die innerstädtische Wirtschaft in Mannheim muss insbesondere für Kunden und Besucher auch zukünftig gut erreichbar sein, um im Wettbewerb bestehen zu können. Mannheim ist als attraktiver Wirtschaftsstandort mit einem großen Einzugsgebiet auch zukünftig auf eine gute Erreichbarkeit angewiesen – auch bei Kunden, Besuchern und Arbeitnehmern außerhalb der 🚶 *Stadtregion*. Eine gute Erreichbarkeit ist dabei einer von mehreren Konkurrenzfaktoren im Wettbewerb mit anderen Städten (🚶 *Power of Places*), Einzelhandelsstandorten und dem weiter wachsenden Online-Handel (🚶 *Digitale Wirtschaft*).
- **Sicherstellung einer guten Pkw-Erreichbarkeit der Innenstadt (insbesondere für Besucher außerhalb Mannheims):** Trotz des stetigen Wandels des Pkw vom Statussymbol

zum „Mittel zum Zweck“ (☞ *Wertewandel*) ist zu erwarten, dass der Pkw aufgrund der ☞ *Individualisierung* und der nachholenden ☞ *Motorisierung* eine zentrale Rolle in der ☞ *äußeren Erreichbarkeit* Mannheims spielen wird. Insbesondere aufgrund des hohen Bedeutungsüberschusses Mannheims (und der damit verbundenen hohen Bedeutung der äußeren Erreichbarkeit) ist die Sicherstellung einer guten Pkw-Erreichbarkeit auch in Zukunft unerlässlich.

- **Gewährleistung der Leistungsfähigkeit und Attraktivität des ÖPNV (insbesondere für Einkaufs- und Freizeitverkehre):** Der ☞ ÖPNV in Mannheim ist überaus leistungsfähig und hat v. a. für den Pendlerverkehr eine hohe Bedeutung. Doch auch im Einkaufs- und Freizeitverkehr spielt er bereits jetzt eine zentrale Rolle. Dem ÖPNV wird allgemein zudem das größte Potenzial zur Steigerung der Leistungsfähigkeit städtischer Verkehrssysteme zugesprochen. Um die ☞ *Verkehrsmittelwahl* jedoch im Sinne des ☞ *Wertewandels* nachhaltig und stadtverträglich zu verändern, bedarf es weiterer und weitreichender Investitionen in das ÖPNV-Netz.
- **Zunehmende Erreichbarkeitsprobleme für Wirtschaftsverkehre (insbesondere Lieferverkehre):** Es ist anzunehmen, dass die Innenstadt Mannheims als Wirtschaftsstandort weiter an Bedeutung gewinnen wird (☞ *Reurbanisierung*). Darüber hinaus nehmen Lieferverkehre aufgrund wachsender Spezialisierung und Arbeitsteilung weiter zu (☞ *Share Economy* / ☞ *Digitale Wirtschaft*). Zur Gewährleistung der zukünftigen Attraktivität der Mannheimer Innenstadt als Wirtschaftsstandort (insbesondere im regionalen Wettbewerb), ist die Erreichbarkeit für Wirtschaftsverkehre und insbesondere für Lieferverkehre verstärkt zu berücksichtigen.
- **Wachsende Abstimmungs- und Koordinationsbedarfe bei Verkehrsstörungen:** Von den Wirtschaftsunternehmen wurden mehrere Problemfelder genannt, welche die Erreichbarkeit der Mannheimer Innenstadt aktuell beeinflussen. Dies betrifft sowohl Baustellen an neuralgischen Punkten (u. a. auch in Wechselwirkungen mit Baustellen auf der linksrheinischen Seite) als auch Verkehrsbeeinträchtigungen durch innerstädtische Veranstaltungen. Durch Maßnahmen zur Beseitigung der genannten Verkehrsstörungen bzw. zur Reduzierung deren verkehrstörender Wirkung kann der Verkehrsfluss insgesamt verbessert werden.
- **Hemmnisse und Barrieren einer multi- und intermodalen Verkehrsmittelnutzung:** Menschen denken heute und zukünftig deutlich ☞ *multi- und intermodaler* als früher (☞ *Wertewandel*). Umso wichtiger ist es, die Voraussetzungen für eine multi- und intermodale Verkehrsmittelnutzung zu schaffen (☞ *Usability*). Optimierungsmöglichkeiten bestehen v. a. an den Schnittstellen verschiedener ☞ *Verkehrsträger* und ☞ *Verkehrsmittel*. Aber auch die Attraktivität von Rad- und Fußwegen, komfortable Parkmöglichkeiten sowie zusätzliche Services im ÖPNV (z. B. freies WLAN) gehören zum Abbau von Hemmnissen und Barrieren.
- **Bedarf an zukunftsfähigen, städtischen Verkehrsinfrastrukturen und Verkehrssystemen:** Neue Mobilitätskonzepte verändern die Mobilitätsdynamik und stellen neue Anforderungen an städtische Infrastrukturen. Vor allem die zukünftige Rolle des Pkw

in Form elektrifizierter, autonomer und teilweise verstärkt gemeinsam genutzter Mobilität (☞ *Digitale Wirtschaft* / ☞ *Share Economy* / ☞ *Smart Cities*) und die damit einhergehenden Anforderungen an die städtischen Infrastrukturen sollten frühzeitig in die konzeptionellen Überlegungen der Stadt Mannheim, aber auch der innerstädtischen Wirtschaftsakteure einbezogen werden.

- **Ausschöpfung der Potenziale smarterer und mobiler Informationstechnologie:** Die digitale Revolution eröffnet neue Möglichkeiten der Information und Orientierung. Die Park- und Fußgängerleitsysteme funktionieren aktuell gut in der Mannheimer Innenstadt. Im Hinblick auf die fortschreitende Digitalisierung bestehen jedoch Optimierungsmöglichkeiten in der Information und Lenkung der Kunden und Besucher sowie in der Vernetzung und Kommunikation der Verkehrsmittel (☞ *Digitale Wirtschaft* / ☞ *Usability* / ☞ *Smart Cities*). Insbesondere das Smartphone bietet dabei als Schnittstelle zwischen Nutzer und Infrastruktur Potenziale zur Effizienzsteigerung.
- **Notwendigkeit kurzer und attraktiver Wege zur Reduzierung der innerstädtischen Verkehrsbelastung:** Die Mannheimer Innenstadt fungiert auch als Wohnstandort, obwohl die Bedeutung der Wohnfunktion im Verhältnis zu Heidelberg und zu den weiteren Innenstadtfunktionen Mannheims verhältnismäßig schwach ausgeprägt ist. Von den in der Innenstadt lebenden Einwohnern werden Wege zum Arbeiten, Einkaufen und für Freizeitaktivitäten in der Innenstadt aufgrund geringer Wegelängen insbesondere mit dem ÖPNV, zu Fuß und mit dem Fahrrad zurückgelegt, wodurch die Verkehrsbelastung verringert wird (☞ *Reurbanisierung*). Für die Kunden und Besucher mit größeren Wegestrecken bestehen in Mannheim mit dem attraktiven ÖPNV-Angebot zwar adäquate Alternativen zur Pkw-Nutzung, dennoch führen lange Wege tendenziell zu einer erhöhten Verkehrsbelastung auch im Pkw-Verkehr.
- **Weiterer Bedeutungsgewinn von Aufenthaltsqualität (insbesondere in den Quadranten):** Neben der Erreichbarkeit sind zukünftig auch andere Innenstadtqualitäten zu erhalten und zu fördern. Dabei spielen diverse andere Attraktivitätsfaktoren für den Besuch der Mannheimer Innenstadt eine Rolle. Mannheim steht somit vor der Herausforderung, die Erreichbarkeit für alle Verkehrsmittel zu garantieren und gleichzeitig den „Mehrwert“ der Innenstadt (alle Faktoren, die Innenstädte attraktiv machen (☞ *Power of Places*) – u. a. Aufenthaltsqualität, Kultur, Angebote der Wirtschaftsunternehmen etc.) zu erhalten und zu steigern. Eine besondere Bedeutung kommt dabei den Quadranten zu.

5.2.3 Zwischenfazit

Die Stadt Mannheim stellt mit Abstand das bedeutendste Handels- und Wirtschaftszentrum der Region Rhein-Neckar dar. Dies zeigen auch die überaus intensiven funktionalen Verflechtungen (z. B. auch die Besuchshäufigkeit) mit der Stadtregion und dem restlichen Untersuchungsraum. Für die Besucher Mannheims sticht die Stadt dabei aufgrund ihrer Handelsfunktion heraus – und zwar wohnortunabhängig. Umso wichtiger ist für Mannheim eine gute Erreichbarkeit mit nicht-entfernungssensiblen ☞ *Verkehrsmitteln*. Neben dem Pkw ist das in Mannheim insbesondere der leistungsfähige ☞ ÖPNV, dem ein hoher

Anteil am ➔ *Modal Split* attestiert werden kann – auch bei Besuchern mit Wohnorten außerhalb der Stadt Mannheim. Mannheim ist darüber hinaus die Untersuchungsstadt mit den besten Bewertungen hinsichtlich ihrer Erreichbarkeit von Seiten der Kunden und Besucher. Die Pkw-Erreichbarkeit wird jedoch im Vergleich zu den übrigen Verkehrsmitteln am schlechtesten (jedoch trotzdem auf einem hohen Niveau) bewertet. Für die befragten Unternehmen ist die verkehrliche Erreichbarkeit dabei der entscheidende Standortfaktor. Sie wird von den Unternehmen deutlich kritischer bewertet. Insbesondere die ➔ *äußere Erreichbarkeit* wird von Unternehmensseite dabei kritisch gesehen.

Umso wichtiger ist es für Mannheim, auch zukünftig die gute Erreichbarkeit als Wettbewerbsfaktor zu sichern. Die wesentlichen **zukünftigen Herausforderungen** für die Stadt Mannheim sind dabei

- die Kapazitätsengpässe des Straßennetzes an punktuellen Engstellen (bspw. die Rhein-Querungen),
- die Relevanz des ÖPNV zur Sicherstellung und Verbesserung der äußeren Erreichbarkeit sowie der damit verbundene Bedarf an höheren Kapazitäten,
- die störungsfreie und konfliktarme Verkehrsführung je nach Verkehrsmittel (z. B. „grüne Welle“ an Ausfallstraßen und Haupt-Radwegen),
- die hohe Bedeutung von Aufenthalts- und Erlebnisqualität als Alleinstellungsmerkmal einer Innenstadt gegenüber dem Online-Handel sowie dem damit verbundenen Optimierungspotenzial in den Quadraten,
- die zunehmende Bedeutung des Warenwirtschaftsverkehrs für den innerstädtischen Verkehr und den damit verbundenen Anforderungen an Logistik-Infrastruktur,
- das Optimierungspotenzial hinsichtlich der Kommunikation der hohen Parkhausqualitäten und der ausreichenden Stellplatzkapazitäten,
- die sich aus dem digitalen Wandel ergebenden Optimierungspotenziale hinsichtlich Informationsvermittlung und Orientierungsmöglichkeiten sowie
- die zeitlich und räumlich z. T. geballt auftretenden Verkehrsbelastungen und -beeinträchtigungen durch Innenstadt-Veranstaltungen und Baustellen.

5.3 Heidelberg

Die Stadt Heidelberg liegt im Nordwesten des Landes Baden-Württemberg und stellt mit 156.267 Einwohnern (31.12.2015) die fünftgrößte Stadt des Landes Baden-Württemberg sowie eines von drei Oberzentren der Metropolregion Rhein-Neckar dar. Mit den internationalen Forschungseinrichtungen wie dem Europäischen Laboratorium für Molekulare Biologie (EMBL), dem Krebsforschungszentrum (DKFZ) und vier Max-Planck-Instituten sowie den 36.946 Studierenden (Wintersemester 2015/2016) an den fünf Heidelberger Hochschulen und dem Universitätsklinikum wird die Bedeutung Heidelbergs als Wissenschafts- und Forschungsstandort ersichtlich. Darüber hinaus ist die Stadt Heidelberg mit rd. 11,9 Millionen jährlichen Gästen und 1.412.887 Übernachtungen (30.07.2016) eine Kultur- und Tourismusdestination. Steigende Bevölkerungszahlen, ein positiver Pendlersaldo (62.144 Einpendler/22.091 Auspendler (30.06.2016)) sowie eine Zentralität von rd. 124

(2017) verdeutlichen zudem die Funktion Heidelbergs als multifunktionale Wohn-, Arbeits- und Einkaufsstadt (Daten des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg sowie der IHK Rhein-Neckar).

Die nachfolgenden Darstellungen der Stadt Heidelberg beruhen auf der Annahme, dass Heidelberg auch zukünftig entsprechend der aktuellen funktionalen Ausrichtung entwickelt werden soll.

5.3.1 Verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft

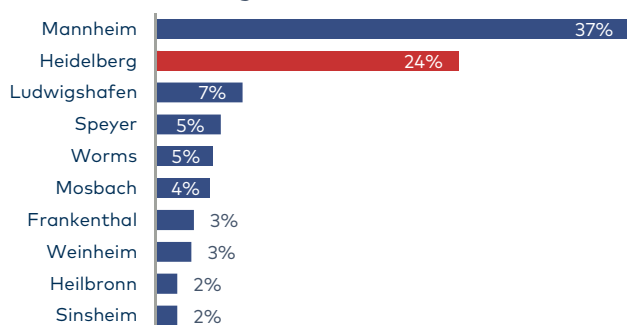
Nachfolgend wird die aktuelle Situation der verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft in Heidelberg dargestellt. Grundlage der Erkenntnisse bilden die durchgeführte Haushalts- und Unternehmensbefragung sowie die Workshops und Arbeitskreissitzungen (vgl. Kapitel 5.1).

Wirtschaftsstandort

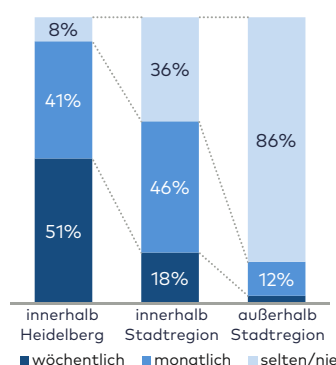


- Im Untersuchungsraum (Haushaltsbefragung) stellt die Heidelberger Innenstadt die am **zweithäufigsten regelmäßig besuchte Innenstadt** (nach Mannheim) dar.
- Insgesamt **besuchen** rd. 29 % der Befragten die **Heidelberger Innenstadt regelmäßig** (d. h. mind. einmal pro Monat).
- Die **Besuchshäufigkeit** der Heidelberger Innenstadt nimmt dabei naturgemäß mit steigender **Wohnortentfernung** ab. Der Anteil der regelmäßigen Innenstadtbesucher innerhalb der **Stadtregion** Heidelberg ist deutlich höher als in Mannheim.

Die am häufigsten besuchten Innenstädte



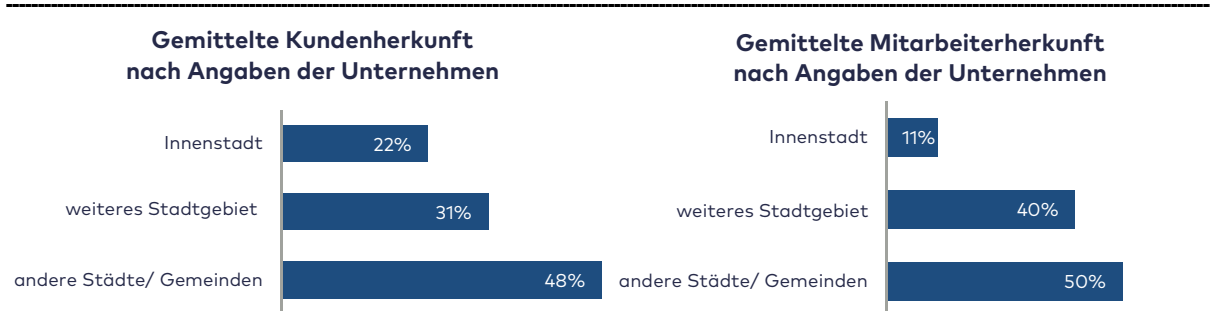
Besuchshäufigkeit



Quelle: Eigene Haushaltsbefragung 03/2017.

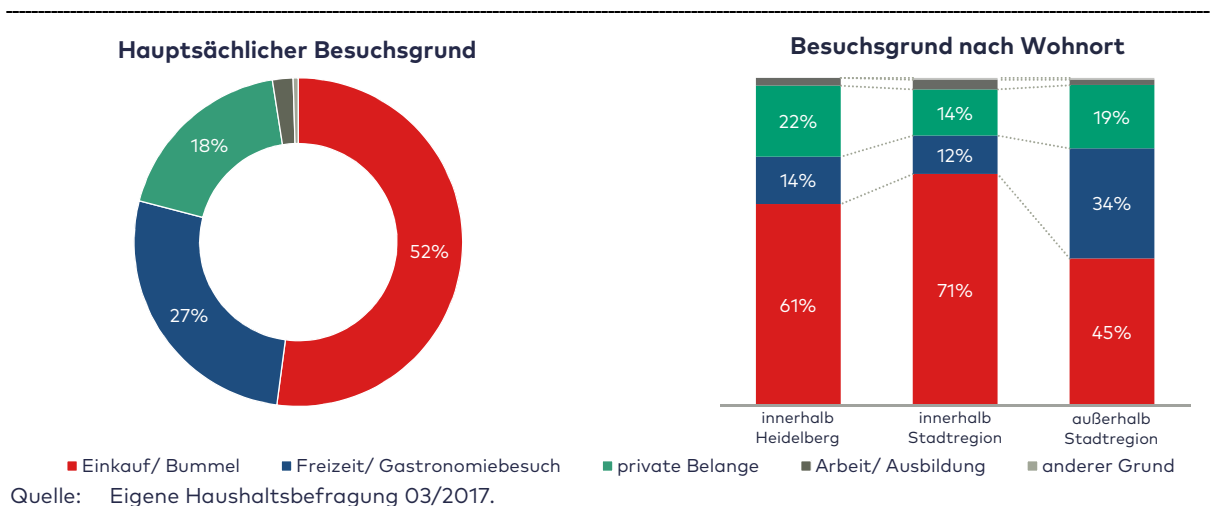
- Knapp die Hälfte der **Heidelberger Innenstadtkunden** kommt aus Sicht der Unternehmen aus anderen Städten und Gemeinden. Lediglich rd. 22 % der Kunden kommen aus der Innenstadt selbst.
- Bei der **Mitarbeiterherkunft** verhält es sich aus Sicht der Unternehmen ähnlich. Allerdings kommen von den Mitarbeitern deutlich weniger (rd. 11 %) direkt aus der Innenstadt. Wie auch in Mannheim,

hat ungefähr die Hälfte der Mitarbeiter ihren Wohnort außerhalb von Heidelberg.



Quelle: Eigene Unternehmensbefragung 04/2017.

- Die **Besuchsgründe** der Heidelberger Innenstadt sind vielfältiger als in den anderen Untersuchungsstädten. Der Besuchsgrund „Freizeit/Gastronomie“ ist deutlich stärker ausgeprägt als in Mannheim.
- Heidelberg hat eine deutlich **geringere Bedeutung als Einkaufsstadt** als die anderen Untersuchungsstädte – insbesondere für die Einwohner der Stadt. Zurückzuführen ist dies unter anderem auf die ausgeprägte Multifunktionalität Heidelbergs bzw. der Heidelberger Innenstadt als Wissenschafts-, Kultur-, Tourismus- und Wohnstandort.
- Während die **Einkaufsbedeutung** Heidelbergs mit steigender **Wohnortentfernung** tendenziell abnimmt, steigt die Bedeutung der **Freizeit- und Gastronomieangebote** als Besuchsgrund tendenziell an.
- Der **Arbeits- oder Ausbildungsplatz** wird auch in Heidelberg relativ selten als Besuchsgrund genannt. Hier ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Innenstadt eher mit privaten Besuchsgründen (z. B. Einkauf oder sonstigen Freizeitaktivitäten) verknüpft wird und bei Haushaltsbefragungen tendenziell eher als Besuchsgrund genannt wird, als dienstliche (alltägliche) Innenstadtbesuche.



- Die **Erreichbarkeit** der Heidelberger Innenstadt ist für die befragten Unternehmen wie auch in Mannheim der mit Abstand **wichtigste Standortfaktor**.
- Im **Vergleich zu Mannheim** ist feststellbar, dass der Erreichbarkeit allerdings eine in Relation zu den anderen Standortfaktoren weniger hohe Bedeutung beigemessen wird und die **eher „weichen“ Standortfaktoren** wie Atmosphäre/Lebendigkeit, Stadtbild/Straßenraumgestaltung und Aufenthalts-/Verweilqualität eine größere Rolle spielen (siehe dazu auch die nachfolgende Abbildung).
- Bezogen auf die Heidelberger Innenstadt werden die **wichtigsten Standortfaktoren** der Wirtschaftsunternehmen mit Durchschnittsnoten zwischen 2,0 und 3,1 (Skala von 1 bis 5) und somit durchschnittlich besser als von den Mannheimer Unternehmen bewertet. Das Stadtbild schneidet mit einer Durchschnittsnote von 3,1 am schlechtesten ab. Die Erreichbarkeit als wichtigster Standortfaktor liegt mit einer Durchschnittsnote von 2,7 im Mittelfeld.

Die TOP 6 der Standortfaktoren	Häufigkeit der Nennungen	Bewertung des Standortfaktors (Skala 1 – 5)
Erreichbarkeit	67%	ø 2,7
Atmosphäre/Lebendigkeit	42%	ø 2,0
Stadtbild/Straßenraumgestaltung	39%	ø 3,1
Passanten-/Besucher-/Kundenfrequenz	38%	ø 2,3
Angebot/Qualität der Arbeitskräfte	32%	ø 2,8
Aufenthalts-/Verweilqualität	32%	ø 2,3

Quelle: Eigene Unternehmensbefragung 04/2017.

Verkehrsmittelwahl und -bedeutung

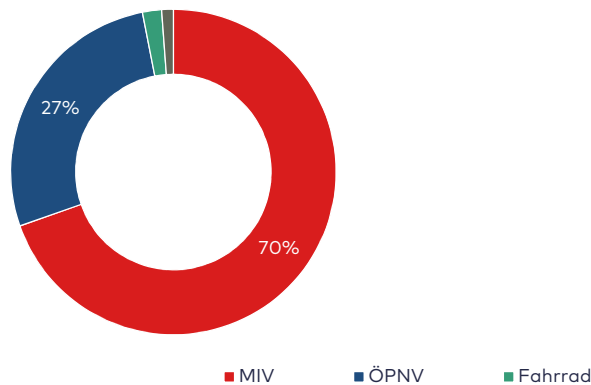


- Der **Pkw** stellt aus Sicht der Kunden und Besucher der Heidelberger Innenstadt sowie aus Sicht der innerstädtischen Wirtschaft das **wichtigste Verkehrsmittel** dar. Im Vergleich zu Mannheim wird der Pkw von Innenstadtbesuchern Heidelbergs häufiger genutzt.
- Der **ÖPNV** stellt das **zweitwichtigste Verkehrsmittel** der Kunden und Besucher der Heidelberger Innenstadt dar. Die ÖPNV-Anteile verteilen sich in etwa gleichmäßig auf die **Verkehrsmittel/Bahn/S-Bahn** und **Straßenbahn**.
- Relevant ist der **ÖPNV** aus Sicht der Unternehmen insbesondere für **Berufspendler** und **Touristen**.
- Die **Verkehrsmittelwahl und -bedeutung** variiert deutlich nach **Wohnortentfernung** der Kunden und Besucher. Während der Pkw das dominante Verkehrsmittel bei Stadt-Umland-Wegebeziehungen

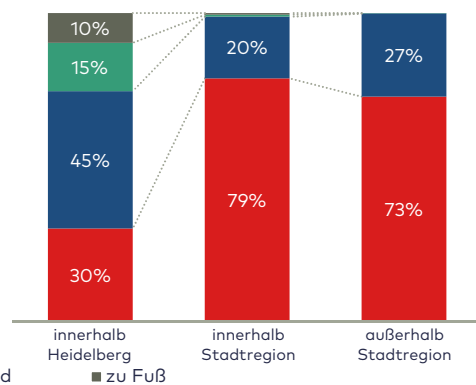
darstellt, wird von Einwohnern der Stadt Heidelberg bei Besuchen der Innenstadt überwiegend der ÖPNV genutzt.

- Die **Nutzung des Pkw** ist bei den Einwohnern Heidelbergs unter den Untersuchungsstädten **am geringsten ausgeprägt**. Während die ÖPNV-Nutzung der Heidelberger Einwohner im Vergleich zu Mannheim geringer ausfällt, werden deutlich höhere Anteile der Fahrrad-Nutzung sowie der zu Fuß zurückgelegten Wege ersichtlich.
- **Rad- und Fußwegebeziehungen** spielen naturgemäß lediglich für innerstädtische Verkehrsbeziehungen eine Rolle. Deren Bedeutung ist in Heidelberg deutlich höher als in Mannheim. Bestätigt wird dies auch durch die befragten Unternehmen.

Verkehrsmittelwahl der Innenstadtbesucher



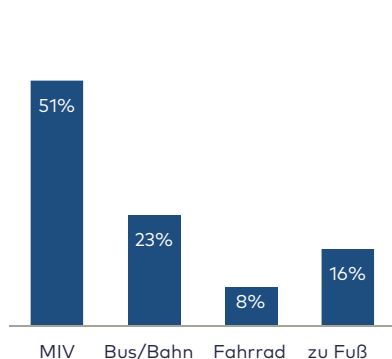
Verkehrsmittelwahl nach Wohnort



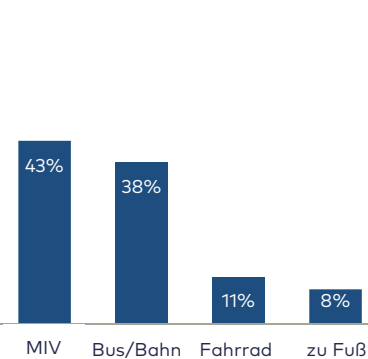
Quelle: Eigene Haushaltsbefragung 03/2017.

- Die **Warenbelieferung** erfolgt nach Angaben der Unternehmen zu etwas mehr als zwei Dritteln mit Transportern (< 3,5 t). Bei lediglich rd. 22 % der Liefervorgänge kommt ein Lkw (> 3,5 t) zum Einsatz.

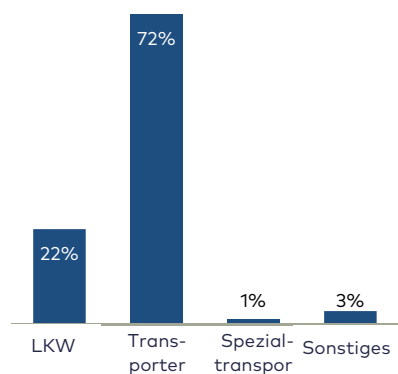
Gemittelter Modal Split von Kunden*



Gemittelter Modal Split von Mitarbeitern*



Gemittelter Modal Split im Lieferverkehr*



* nach Angaben der befragten Unternehmen

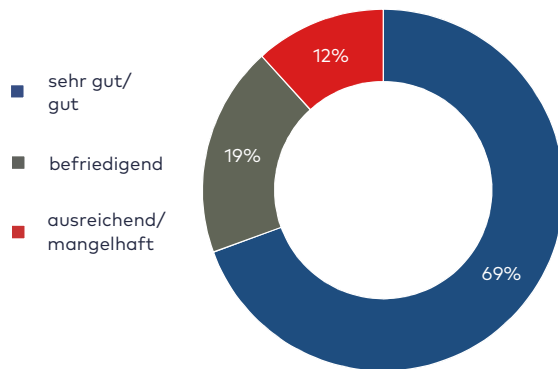
Quelle: Eigene Unternehmensbefragung 04/2017.

Erreichbarkeit

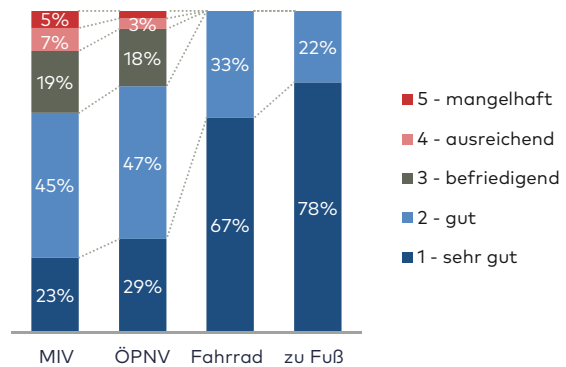


- Die **Erreichbarkeit der Heidelberger Innenstadt** wird von den befragten Haushalten und den lokalen Experten insgesamt als gut bewertet (Durchschnittsnote 2,2). Die befragten Unternehmen bewerten die Erreichbarkeit der Innenstadt jedoch etwas schlechter (Durchschnittsnote 2,7).
- Die **Pkw-Erreichbarkeit** wird von den befragten Haushalten insgesamt als gut bewertet (Durchschnittsnote 2,3). Im Vergleich zu den anderen Verkehrsmitteln (ÖPNV 2,0 / Fahrrad 1,3 / zu Fuß 1,2) fällt die Erreichbarkeitsbewertung für den Pkw allerdings am schlechtesten aus. Auch wenn die Pkw-Erreichbarkeit als gut bewertet wird, werden im Vergleich zu den anderen \Rightarrow *Verkehrsmitteln* deutliche Verbesserungspotenziale ersichtlich.
- Für die lokalen Experten bestehen, wie auch in Mannheim, zeitlich sowie räumlich begrenzte **Erreichbarkeitsprobleme** der Heidelberger Innenstadt, welche insbesondere den Straßenverkehr betreffen.
- Hauptkonfliktfelder stellen insbesondere die **Überlastungstendenzen bei bestimmten Zufahrtswegen und Engpässen** (z. B. Neckarbrücken/Neuenheimer Feld) im berufsbedingten \Rightarrow *Durchgangsverkehr* (universitäre Einrichtungen, Klinikum) sowie beim Kunden- und Besuchsverkehr zu Spitzenzeiten (v. a. an Samstagen oder bei Veranstaltungen) dar.
- Die **ÖPNV-Erreichbarkeit** der Heidelberger Innenstadt wird von den Haushalten und den Wirtschaftsunternehmen als gut bewertet. **Verbesserungspotenziale** bestehen nach den lokalen Experten insbesondere in einer verbesserten **Anpassung der Taktung und der Verbindungsqualität an die umsatzstarken Zeiträume** im Handel bzw. in der Gastronomie sowie an die **Veranstaltungszeiten kultureller Angebote** (Abendstunden in der Woche, Samstage).
- Darüber hinaus sind Teilbereiche der Heidelberger **Hauptgeschäftsstraße** nicht optimal an den \Rightarrow ÖPNV angebunden.
- Mit steigender **Wohnortentfernung** verschlechtert sich zwar tendenziell die **Bewertung der Erreichbarkeit**, allerdings auf relativ moderatem Niveau.

Erreichbarkeit für Innenstadtbesucher



Erreichbarkeit nach Verkehrsmittel



Quelle: Eigene Haushaltsbefragung 03/2017.

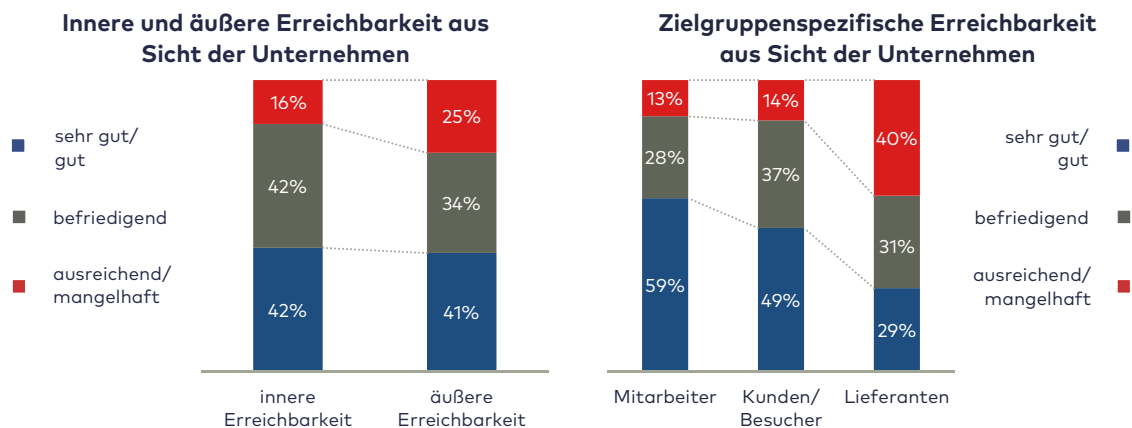
- Die ➔ **äußere Erreichbarkeit** der Heidelberger Innenstadt wird aus Kundensicht etwas schlechter als die äußere Erreichbarkeit der Mannheimer Innenstadt und somit auch als **ausbaufähig** bewertet. Dies bestätigen auch die befragten Unternehmen, welche die äußere Erreichbarkeit mit einer Durchschnittsnote von 2,8 auf einem durchschnittlichen Niveau bewerten. Verbesserungspotenziale bestehen in Heidelberg aus Sicht der Unternehmen insbesondere in der äußeren Pkw-Erreichbarkeit.
- Aktuell besteht aus Kundensicht durch das umfassende ÖPNV-Angebot und v. a. durch die gute Erschließung für den Fahrrad- und Fußgängerverkehr insgesamt eine **gute ➔ innere Erreichbarkeit** der Heidelberger Innenstadt. Die Heidelberger Unternehmen bewerten die innere Erreichbarkeit mit einer Durchschnittsnote von 2,6 dagegen etwas schlechter.
- Als weitere **Problemfelder** der Erreichbarkeit der Heidelberger Innenstadt wurden von den Wirtschaftsunternehmen verschiedene Aspekte genannt, welche Störungen im Verkehrsfluss verursachen und die Erreichbarkeit somit verschlechtern.
 - Ein genanntes Problemfeld betrifft die **generelle Bevorrechtigung einzelner Verkehrsträger** (v. a. abseits des Pkw), wodurch der Verkehrsfluss insgesamt verschlechtert wird.
 - Darüber hinaus wird die Erreichbarkeit der Heidelberger Innenstadt durch das „**wilde Parken**“ sowie durch den Parksuchverkehr beeinträchtigt.
 - Ein weiteres Problemfeld besteht nach den Wirtschaftsunternehmen in der **Qualität einiger Parkhäuser** in der Heidelberger Innenstadt, welche hinsichtlich Übersichtlichkeit, Größe der Parkflächen, Beleuchtung und Sicherheit etc.

nicht den aktuellen Kunden- und Besucheranforderungen entspricht.

- Darüber hinaus werden **Anlieferungen des Warenwirtschaftsverkehrs** in der Heidelberger Innenstadt durch den starken Pkw- und Fahrradverkehr behindert. Dabei werden Anlieferungszone n z. T. durch den **↻ ruhenden Verkehr** blockiert, weshalb Warenlieferungen durch Abstellen der Lieferfahrzeuge „in der zweiten Reihe“ erfolgen und der Verkehrsfluss behindert wird. Durch ein **hohes ↻ Verkehrsaufkommen an Fahrradfahrern** auf Fahrradstreifen wird die Erreichbarkeit der Anlieferungszone n zusätzlich erschwert. Eine weitere Einschränkung des Lieferverkehrs erfolgt durch die **starren** und aus Sicht der Wirtschaftsunternehmen **zu kurzen Anlieferungszeiten**.
- Als weiteres aktuelles Problem der verkehrlichen Erreichbarkeit wurden **Reisebusse** genannt, die während des Aufenthalts von Touristen im Altstadtbereich abgestellt werden und ein potenzielles Hindernis für den Verkehrsfluss darstellen.
- Weitere Störungen im Verkehrsfluss werden durch **Baustellen** bedingt, welche insbesondere in stark belasteten Zeitfenstern (Pendlerverkehr) zu vermehrten Konflikten zwischen den **↻ Verkehrsträgern** führen.
- Bedingt durch die hohe Fahrradaffinität der Heidelberger Einwohner sowie dem daraus resultierenden hohen **↻ Verkehrsaufkommen** entstehen insbesondere im Innenstadtbereich häufig **Konflikte** zwischen **Fahrradfahrern** auf der einen Seite und **Fußgängern** sowie dem **Pkw-Verkehr** auf der anderen Seite. Einen konflikträchtigen Schwerpunkt bildet die **Plöck**, welche als Einkaufsstraße sowie als eine der wichtigsten innerstädtischen Fahrrad-Verkehrsachsen fungiert.
- Die **zielgruppenspezifische Erreichbarkeit** Heidelbergs wird von den Unternehmen sehr unterschiedlich bewertet. Am besten wird aus Sicht der Wirtschaft die Erreichbarkeit für die Mitarbeiter bewertet (Durchschnittsnote 2,4). Dies ist insbesondere mit dem guten ÖPNV-Angebot für Pendler zu begründen. Defizite werden hingegen, wie auch in Mannheim, vor allem in der Erreichbarkeit für Lieferanten gesehen.
- Darüber hinaus werden von den Unternehmen vermehrt Vorschläge zur **Verbesserung der Leistungsfähigkeit** (Verkehrsführung für

Pkw/Lkw, Organisation und Information im ÖPNV, Kurzzeitparkplätze) sowie der **Flexibilität** der Verkehrssysteme (verbesserte Ampelschaltungen, Beschilderung/Besucherleitsystem) genannt.

- Die **Erreichbarkeit der Heidelberger Innenstadt** hat, wie auch in Mannheim, für die **innerstädtischen Wirtschaftsunternehmen** eine höhere Bedeutung (Attraktivität des Wirtschaftsstandorts) als für die **Kunden und Besucher der Innenstadt** (Gesamtattraktivität der Heidelberger Innenstadt).
- Die **Erreichbarkeit** hat in Heidelberg aus Sicht der Haushalte einen eher geringen **Einfluss auf die Gesamtattraktivität** der Stadt bzw. der Innenstadt. Dies ist auch auf die Multifunktionalität der Innenstadt bzw. die Attraktivität und Anziehungskraft weiterer Innenstadtfunktionen (z. B. Aufenthaltsqualität, Kultur, Angebote der Wirtschaftsunternehmen etc.) zurückzuführen.



Die TOP 6 Verbesserungsvorschläge der Unternehmen	
1.	ÖPNV Netz/Taktung/Abstimmung/Anschlüsse (→ Leistungsfähigkeit/Komfort)
2.	ÖPNV Organisation/Informationen (Preise, Betriebsausfälle, Struktur) (→ Leistungsfähigkeit/Komfort)
3.	Ampelschaltung (→ Leistungsfähigkeit/Flexibilität)
4.	Verkehrsführung (Umgehungsstraße, Brücken, Unterführung, Einbahnstraßen) (→ Leistungsfähigkeit)
5.	Beschilderung/Besucherleitsysteme (→ Flexibilität/Komfort)
6.	Kurzzeitparkplätze (geschäftsnah, Lieferverkehr) (→ Leistungsfähigkeit)

Quelle: Eigene Unternehmensbefragung 04/2017.

5.3.2 Zukünftige Herausforderungen

Auf Grundlage der im vorigen Kapitel beschriebenen Situation der verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft Heidelbergs sowie weiterer Ergebnisse der

durchgeführten Haushalts- und Unternehmensbefragung, der Workshops und Beiratssitzungen (vgl. Kapitel 5.1) werden nachfolgend, unter Einbeziehung der in Kapitel 2.3 dargestellten Trends, zukünftige Herausforderungen für Heidelberg abgeleitet.

Die zukünftigen Herausforderungen für Heidelberg werden zudem in der nachstehenden Tabelle kurz zusammengefasst und den konkreten Anforderungen der innerstädtischen Wirtschaft an die verkehrliche Erreichbarkeit (vgl. Kapitel 3.2) gegenübergestellt.

Herausforderungen für Heidelberg	Anforderungen
Sicherstellung der verkehrlichen Erreichbarkeit bei gleichzeitiger Wahrung der Multifunktionalität der Innenstadt.	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Innere Erreichbarkeit ➔ Äußere Erreichbarkeit ➔ Aufenthaltsqualität
Sicherstellung einer guten Pkw-Erreichbarkeit der Innenstadt (insbesondere für Besucher außerhalb Heidelbergs).	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Äußere Erreichbarkeit
Gewährleistung der Leistungsfähigkeit und Attraktivität des ÖPNV (insbesondere für Einkaufs- und Freizeitverkehre).	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Äußere Erreichbarkeit ➔ Komfort
Nutzung der hohen Fahrrad-Affinität der Heidelberger zur Schaffung von Kapazitäten für Pkw-gebundene Innenstadtbesucher.	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Innere Erreichbarkeit ➔ Wegekettten ➔ Komfort
Zunehmende Erreichbarkeitsprobleme für Wirtschaftsverkehre (insbesondere Anlieferzeiten).	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Innere Erreichbarkeit ➔ Wegekettten
Höhere Ansprüche von Touristen und Pkw-orientierten Innenstadtbesuchern an Besucherlenkung .	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Innere Erreichbarkeit ➔ Information/Orientierung
Optimierungsbedarf des Verkehrsflusses aller Verkehrsmittel je nach Erfordernis im Straßenraum und Verkehrsnetz aufgrund des zunehmenden Verkehrsaufkommens.	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Innere Erreichbarkeit ➔ Konfliktvermeidung
Anhaltende Konflikte zwischen Fahrradfahrern und anderen Verkehrsmitteln (insbesondere Pkw-Nutzern und Fußgängern).	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Konfliktfreiheit ➔ Aufenthaltsqualität
Bedarf an zukunftsfähigen, städtischen Verkehrsinfrastrukturen und Verkehrssystemen.	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Wegekettten ➔ Konfliktfreiheit
Steigende Ansprüche an Parkhausqualitäten in der Heidelberger Innenstadt.	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Innere Erreichbarkeit ➔ Komfort
Ausschöpfung der Potenziale smarter und mobiler Informationstechnologie.	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Information/Orientierung ➔ Komfort/Aufenthaltsqualität
Schaffung attraktiver und innovativer Verkehrsangebote zur Überbrückung längerer Wege (z. B. Hauptgeschäftsstraße).	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Innere Erreichbarkeit ➔ Wegekettten ➔ Komfort/Aufenthaltsqualität

- **Sicherstellung der verkehrlichen Erreichbarkeit bei gleichzeitiger Wahrung der Multifunktionalität der Innenstadt:** Heidelberg steht, insbesondere vor dem Hintergrund der bereits aktuell stark ausgeprägten Multifunktionalität (↻ *Reurbanisierung* / ↻ *Power of Places*), vor der Herausforderung, die Erreichbarkeit für alle ↻ *Verkehrsmittel* zu garantieren und gleichzeitig den „Mehrwert“ der Innenstadt zu wahren. Dabei muss insbesondere die innerstädtische Wirtschaft weiterhin für Kunden, Besucher und Arbeitnehmer außerhalb der ↻ *Stadtregion* gut erreichbar sein, um im Wettbewerb bestehen zu können.
- **Sicherstellung einer guten Pkw-Erreichbarkeit der Innenstadt (insbesondere für Besucher außerhalb Heidelbergs):** Trotz des stetigen Wandels des Pkw vom Statussymbol

zum „Mittel zum Zweck“ (☞ *Wertewandel*) ist zu erwarten, dass der Pkw aufgrund der ☞ *Individualisierung* und der nachholenden ☞ *Motorisierung* eine zentrale Rolle in der ☞ *äußeren Erreichbarkeit* Heidelbergs spielen wird. Zwar besitzt Heidelberg einen geringeren Bedeutungsüberschuss als Mannheim, die Pkw-Erreichbarkeit ist jedoch auch für die in Heidelberg stark ausgeprägten Funktionen als Wissenschafts-, Kultur-, Tourismus- und Wohnstandort von hoher Bedeutung.

- **Gewährleistung der Leistungsfähigkeit und Attraktivität des ÖPNV (insbesondere für Einkaufs- und Freizeitverkehre):** Von den Einwohnern der Stadt Heidelberg wird bei Besuchen der Innenstadt überwiegend der ☞ ÖPNV genutzt. Zudem ist der ÖPNV in der ☞ *äußeren Erreichbarkeit* insbesondere für Pendler und Touristen relevant. Dem ÖPNV wird allgemein zudem das größte Potenzial zur Steigerung der Leistungsfähigkeit städtischer Verkehrssysteme zugesprochen. Um die ☞ *Verkehrsmittelwahl* jedoch im Sinne des ☞ *Wertewandels* nachhaltig und stadtverträglich zu verändern, bedarf es ernsthafter und weitreichender Investitionen in das ÖPNV-Netz.
- **Nutzung der hohen Fahrrad-Affinität der Heidelberger zur Schaffung von Kapazitäten für Pkw-gebundene Innenstadtbesucher:** Unter den Untersuchungsstädten weist Heidelberg die höchsten Anteile an Einwohnern auf, die mit dem Fahrrad oder zu Fuß die Innenstadt aufsuchen. Im Hinblick auf eine auch für Heidelberg anzunehmende weitere Zunahme der Bevölkerung (auch im Innenstadtbereich) (☞ *Reurbanisierung*) sowie die bereits aktuelle Bedeutung und Anziehungskraft der multifunktionalen innerstädtischen Funktionen Heidelbergs (☞ *Power of Places*), sollte eine weitere Förderung der per Fahrrad sowie zu Fuß zurückgelegten Wege erfolgen.
- **Zunehmende Erreichbarkeitsprobleme für Wirtschaftsverkehre (insbesondere Anlieferzeiten):** Es ist anzunehmen, dass die Innenstadt Heidelbergs als Wirtschafts- und Wohnstandort weiter an Bedeutung gewinnen wird (☞ *Reurbanisierung*). Darüber hinaus nehmen Lieferverkehre aufgrund wachsender Spezialisierung und Arbeitsteilung der Wirtschaft und der Bedeutungszunahme des Online-Handels weiter zu (☞ *Share Economy* / ☞ *Digitale Wirtschaft*). Zur Gewährleistung der zukünftigen Attraktivität der Heidelberger Innenstadt als Wirtschafts- und Wohnstandort (insbesondere im regionalen Wettbewerb), ist die Erreichbarkeit für Wirtschaftsverkehre und insbesondere für Lieferverkehre verstärkt zu berücksichtigen. Dabei spielen die Anlieferzeiten in eingeschränkt zugänglichen Innenstadtbereichen (z. B. Fußgängerzone) eine übergeordnete Rolle.
- **Höhere Ansprüche von Touristen und Pkw-orientierten Innenstadtbesuchern an Besucherlenkung:** Heidelberg ist eine stark touristisch geprägte Stadt. Allerdings profitiert der innerstädtische Handel nicht im wünschenswerten Umfang von dem touristischen Potenzial. Dies liegt zum einen an den Zugangspunkten der Touristen in die Innenstadt (Lage der Busparkplätze), zum anderen aber auch an der Länge der Hauptgeschäftsstraße. Durch eine bessere Besucherlenkung kann die Orientierung ortsfremder Personen verbessert, alle Bereiche der Hauptgeschäftsstraße gleichmäßig in den Fokus gerückt und damit dem gestiegenen Anspruch an Nutzerfreundlichkeit

(☞ *Usability*) genüge getan werden. Dies gilt ebenso für die Besucherlenkung in einigen Parkhäusern.

- **Optimierungsbedarf des Verkehrsflusses aller Verkehrsmittel je nach Erfordernis im Straßenraum und Verkehrsnetz aufgrund des zunehmenden Verkehrsaufkommens:** Die verkehrliche Erreichbarkeit der Heidelberger Innenstadt wird aktuell in der Zusammenwirkung verschiedener ☞ *Verkehrsträger* gewährleistet, wobei eine überwiegende Bevorrechtigung des Fahrrad- und Fußverkehrs zu beobachten ist. Optimierungsbedarf besteht insbesondere bei der Abwägung zwischen Ampelschaltungen in Form einer „grünen Welle“ und den (aktuell eher vorherrschenden) Ampelschaltungen mit „Bedarfsgrün“ für Radfahrer und Fußgänger.
- **Anhaltende Konflikte zwischen Radfahrern und anderen Verkehrsteilnehmern (insbesondere Pkw-Nutzern und Fußgängern):** Die durch zahlreiche Maßnahmen geförderte hohe Fahrrad-Affinität der Heidelberger ist beispielhaft hinsichtlich innerstädtischer Mobilität (☞ *Wertewandel*). Allerdings führt der hohe Anteil an Fahrradfahrern auch zu Konflikten mit anderen Verkehrsteilnehmern. Besonders betroffen sind davon Fußgänger (aufgrund der hohen Geschwindigkeitsdifferenz) und Autofahrer.
- **Bedarf an zukunftsfähigen, städtischen Verkehrsinfrastrukturen und Verkehrssystemen:** Neue Mobilitätskonzepte verändern die Mobilitätsdynamik und stellen neue Anforderungen an städtische Infrastrukturen. Vor allem die zukünftige Rolle des Pkw in Form elektrifizierter, autonomer und teilweise verstärkt gemeinsam genutzter Mobilität (☞ *Digitale Wirtschaft* / ☞ *Share Economy* / ☞ *Smart Cities*) und die damit einhergehenden Anforderungen an die städtischen Infrastrukturen sollten frühzeitig in die konzeptionellen Überlegungen der Stadt Heidelberg, aber auch der innerstädtischen Wirtschaftsakteure einbezogen werden. Heidelberg kann dabei als Wissenschaftsstandort mit einer Tradition für innovative Modellprojekte eine Vorreiterrolle in der Region Rhein-Neckar einnehmen.
- **Steigende Ansprüche an Parkhausqualitäten in der Heidelberger Innenstadt:** Ein großer Teil der Parkhäuser in der Heidelberger Innenstadt sind veraltet und genügen nicht mehr den Ansprüchen eines heutigen Innenstadtbesuchers (☞ *Wertewandel* / ☞ *Demografischer Wandel* / ☞ *Usability*). Eine Modernisierung und Erweiterung der Kapazitäten sollte im Sinne der ansonsten hohen Erlebnisqualität Heidelbergs hohe Priorität haben, um im regionalen Standortwettbewerb bestehen zu können.
- **Ausschöpfung der Potenziale smarterer und mobiler Informationstechnologie:** Die digitale Revolution eröffnet neue Möglichkeiten der Information und Orientierung. Die Park- und Fußgängerleitsysteme funktionieren aktuell gut in der Heidelberger Innenstadt. Im Hinblick auf die fortschreitende Digitalisierung bestehen jedoch Optimierungsmöglichkeiten in der Information und Lenkung der Kunden und Besucher sowie in der Vernetzung und Kommunikation der Verkehrsmittel (☞ *Digitale Wirtschaft* / ☞ *Usability* / ☞ *Smart Cities*). Insbesondere das Smartphone bietet dabei als Schnittstelle zwischen Nutzer und Infrastruktur Potenziale zur Effizienzsteigerung.

- **Schaffung attraktiver und innovativer Verkehrsangebote zur Überbrückung längerer Wege (z. B. Hauptgeschäftsstraße):** Die Bedeutung der Heidelberger Innenstadt als Wohnstandort ist im Verhältnis zu den anderen Untersuchungsstädten und zu den weiteren Innenstadtfunktionen Heidelbergs verhältnismäßig stark ausgeprägt. Diese Multifunktionalität ermöglicht kurze Wege und damit ein geringeres (motorisiertes) \Rightarrow *Verkehrsaufkommen*. Dieses rad- und fußgängeraffine Verkehrsverhalten führt allerdings auch zu einer gewissen „Empfindlichkeit“ für Entfernungen. Ein Beispiel ist die für Innenstadtbesucher verhältnismäßig weit vom Bahnhof entfernte und relativ lange Hauptgeschäftsstraße.

5.3.3 Zwischenfazit

Die Stadt Heidelberg stellt in der Region Rhein-Neckar ein bedeutendes Zentrum für Kultur, Tourismus und Wissenschaft dar und verfügt über eine vielfältige Nutzungsmischung im Innenstadtbereich. Trotz einer ausgeprägten Handelsfunktion kommen Freizeitaktivitäten und Gastronomiebesuchen eine (im Verhältnis) höhere Bedeutung als in Mannheim zu. Dies unterstreicht nochmals die Relevanz Heidelbergs als Tourismus- und Kulturdestination. Neben der für eine Großstadt dominanten Pkw- und ÖPNV-Nutzung sticht bei Einwohnern aus Heidelberg selbst v. a. die Fahrrad-Nutzung heraus. Die Erreichbarkeit Heidelbergs wird minimal schlechter eingeschätzt als die Erreichbarkeit Mannheims – allerdings lediglich von Einwohnern mit Wohnsitz außerhalb der Stadtregion Heidelbergs. Deutlich positiver schneidet v. a. die Bewertung der Erreichbarkeit per Fahrrad ab. Diese liegt deutlich über der Erreichbarkeitsbewertung für den Pkw. Die befragten Unternehmen bewerten die Erreichbarkeit (wie auch in Mannheim) deutlich kritischer als die Haushalte. Allerdings gibt es keine so deutliche Differenzierung zwischen der Bewertung von \Rightarrow *innerer und äußerer Erreichbarkeit* wie in Mannheim – ein Indiz dafür, dass die Erreichbarkeitsprobleme in Heidelberg gleichmäßiger verteilt sind.

Umso wichtiger ist es für Heidelberg, auch zukünftig die innerstädtische Erreichbarkeit als Wettbewerbsfaktor zu sichern. Die wesentlichen **zukünftigen Herausforderungen** für die Stadt Heidelberg sind dabei:

- Verkehrsbelastungen durch Orientierungs- und Durchgangsverkehr im Bereich der Neckar-Brücken (insb. Verkehr in Richtung bzw. aus Richtung Neuenheimer Feld),
- die Relevanz des ÖPNV zur Sicherstellung und Verbesserung der äußeren Erreichbarkeit sowie der damit verbundene Bedarf an höheren Kapazitäten,
- die aktuell vorherrschende „Bedarfsschaltung“ an Ampeln und den daraus resultierenden Beeinträchtigungen im Verkehrsfluss,
- die durch den hohen Radverkehrsanteil entstehenden Chancen (z. B. Schaffung von Kapazitäten für Pkw-gebundene Innenstadtbesucher) aber auch Problemen (z. B. Rückstau bei Abbiegevorgängen über einen stark befahrenen Radfahrstreifen),
- die hohen Ansprüche bei der Sicherstellung der verkehrlichen Erreichbarkeit (insb. auch für den Lieferverkehr) der Altstadt aufgrund z. T. fehlender ÖPNV-Anbindung (westlicher Teil der Hauptgeschäftsstraße) und ausgedehnter Fußgängerzonen,

- die durch das Fehlverhalten von Einzelpersonen verursachte Sicherheitsproblematik im Stadtverkehr – insb. zwischen Radfahrern und anderen Verkehrsteilnehmern,
- die ausbaufähige Qualität eines Teils der innerstädtischen Parkhäuser,
- die Länge der Hauptgeschäftsstraße und die damit verbundene Notwendigkeit des Einsatzes innovativer Mobilitätskonzepte,
- die zu optimierende Besucherlenkung und -führung, insbesondere im touristischen Bereich.

5.4 Mosbach

Die Stadt Mosbach liegt im Norden des Landes Baden-Württemberg und stellt mit 23.000 Einwohnern (31.12.2015) die größte Stadt des Neckar-Odenwald-Kreises dar. Sie verfügt über ein deutlich über die angrenzenden Kommunen hinausgehendes Einzugsgebiet. Auch durch die Einzelhandelszentralität von rd. 176,5 (2017) wird die hohe Versorgungsfunktion des Mittelzentrums Mosbach für das ländlich geprägte Umland deutlich. Darüber hinaus fungiert Mosbach mit einem positiven Pendlersaldo (9.678 Einpendler/4.572 Auspendler – 30.06.2015), 14.138 Beschäftigten (30.06.2016) und als Standort der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (mit 3.107 Studierenden – Wintersemester 2015/2016) als wichtiger Arbeitsort im Neckar-Odenwald-Kreis. Das historische Fachwerkensemble der Mosbacher Altstadt trägt unter anderem zur Bedeutung Mosbachs als touristisches Ausflugsziel (94.601 Übernachtungen – 30.07. 2016) bei (Daten des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg sowie der IHK Rhein-Neckar).

Die nachfolgenden Darstellungen der Stadt Mosbach beruhen auf der Annahme, dass Mosbach auch zukünftig entsprechend der aktuellen funktionalen Ausrichtung entwickelt werden soll.

5.4.1 Verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft

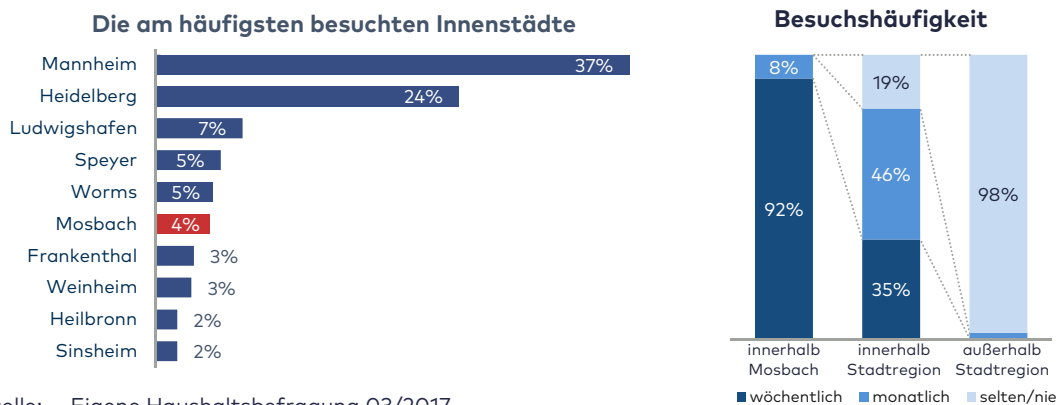
Nachfolgend wird die aktuelle Situation der verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft in Mosbach dargestellt. Grundlage der Erkenntnisse bilden die durchgeführte Haushalts- und Unternehmensbefragung sowie die Workshops und Arbeitskreissitzungen (vgl. Kapitel 5.1).

Wirtschaftsstandort



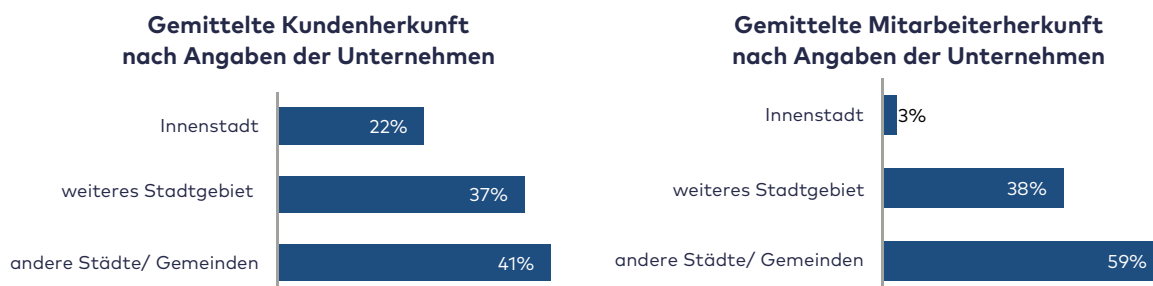
- Unter den im Untersuchungsraum (Haushaltsbefragung) am **häufigsten besuchten Innenstädten** fällt Mosbach deutlich hinter den Innenstädten Mannheims und Heidelbergs zurück. Die Innenstädte der hinsichtlich der Einwohnerzahlen deutlich größeren Städte Speyer und Worms werden von den befragten Haushalten jedoch nur geringfügig häufiger als regelmäßig besuchte Innenstädte angegeben.

- Insgesamt **besuchen** rd. 4 % der Befragten die Mosbacher Innenstadt **regelmäßig** (d. h. mind. einmal pro Monat).
- Die **Besuchshäufigkeit** der Mosbacher Innenstadt nimmt dabei noch deutlicher als in Heidelberg und Mannheim mit steigender Wohnortentfernung ab. Der überwiegende Anteil der regelmäßigen Innenstadtbesucher kommt aus der Stadt Mosbach und aus der **Stadtregion**. Dies verdeutlicht die auf die Bevölkerung der Stadt Mosbach sowie auf die Bevölkerung des Umlandes bezogene Versorgungsfunktion.



Quelle: Eigene Haushaltsbefragung 03/2017.

- Rund 41 % der **Mosbacher Kunden** kommen aus Sicht der innerstädtischen Wirtschaftsunternehmen aus anderen Städten und Gemeinden. Lediglich rd. 22 % der Kunden kommen aus der Innenstadt selbst.
- Bei der **Mitarbeiterherkunft** kommen aus Sicht der Unternehmen deutlich mehr Mitarbeiter (rd. 59 %) aus anderen Städten und Gemeinden und lediglich rd. 2 % aus der Mosbacher Innenstadt.

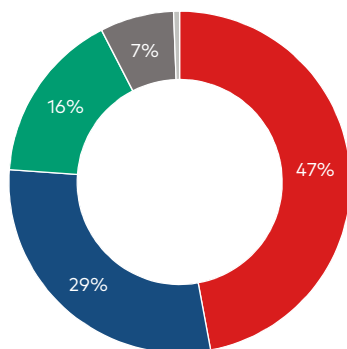


Quelle: Eigene Unternehmensbefragung 04/2017.

- Als **Besuchsgrund** steht bei den Kunden und Besuchern der Mosbacher Innenstadt der **Einkauf** im Vordergrund. Als zweitwichtigster Besuchsgrund wird von rund einem Drittel der Befragten „Freizeit/Gastronomie“ angegeben.

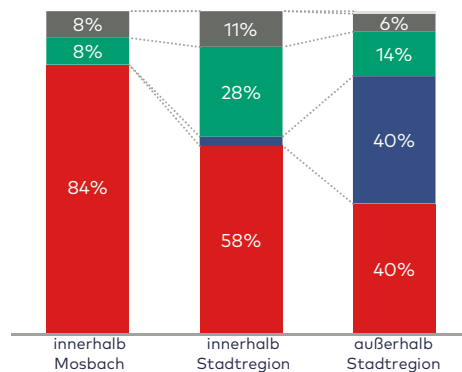
- Während die **Einkaufsbedeutung** Mosbachs mit steigender Wohnortentfernung tendenziell abnimmt, steigt die Bedeutung der Freizeit- und Gastronomieangebote als Besuchsgrund tendenziell an.
- Der **Besuchsgrund** Einkaufen steht bei den Einwohnern Mosbachs deutlich stärker im Vordergrund als bei den anderen Untersuchungsstädten. Dies unterstreicht insbesondere die **Versorgungsfunktion** des innerstädtischen Einzelhandels für die Mosbacher Einwohner.
- Der **Arbeits- oder Ausbildungsplatz** wird zwar im Vergleich mit Mannheim und Heidelberg öfter als **Besuchsgrund** genannt, insgesamt jedoch relativ selten angegeben. Hier ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Innenstadt eher mit privaten Besuchsgründen (z. B. Einkauf oder sonstigen Freizeitaktivitäten) verknüpft wird und bei Haushaltsbefragungen tendenziell eher als Besuchsgrund genannt wird als dienstliche (alltägliche) Innenstadtbesuche.

Hauptsächlicher Besuchsgrund



■ Einkauf/ Bummel ■ Freizeit/ Gastronomiebesuch ■ private Belange ■ Arbeit/ Ausbildung ■ anderer Grund

Besuchsgrund nach Wohnort



Quelle: Eigene Haushaltsbefragung 03/2017.

- Die **Erreichbarkeit** der Mosbacher Innenstadt ist für die befragten Unternehmen der mit Abstand wichtigste **Standortfaktor**. Der Erreichbarkeit wird von den Unternehmen eine deutlich höhere Bedeutung als in Mannheim und Heidelberg beigemessen (90% der befragten Unternehmen nennen Erreichbarkeit als wichtigsten Standortfaktor).
- Als **weitere wichtige Standortfaktoren** nennen die befragten innerstädtischen Wirtschaftsunternehmen die Passanten-, Besucher- und Kundenfrequenz, die Aufenthalts-/Verweilqualität, Angebot/Qualität der Arbeitskräfte, Atmosphäre/Lebendigkeit und Stadtbild/Straßenraumgestaltung, wobei die Frequentierung deutlich häufiger als die weiteren Standortfaktoren angegeben wird.

- Bezogen auf die Mosbacher Innenstadt werden die wichtigsten **Standortfaktoren** der Wirtschaftsunternehmen mit Durchschnittsnoten zwischen 3,1 und 3,8 und somit durchschnittlich schlechter als von den Mannheimer und Heidelberger Unternehmen **bewertet** (Skala 1 bis 5). Die Frequentierung schneidet mit einer Durchschnittsnote von 3,8 am schlechtesten ab. Die Erreichbarkeit als wichtigster Standortfaktor liegt mit einer Durchschnittsnote von 3,2 im Mittelfeld.

Die TOP 6 der Standortfaktoren	Häufigkeit der Nennungen	Bewertung des Standortfaktors (Skala 1 - 5)
Erreichbarkeit	90%	ø 3,2
Passanten-/Besucher-/Kundenfrequenz	75%	ø 3,8
Aufenthalts-/Verweilqualität	45%	ø 3,2
Angebot/Qualität der Arbeitskräfte	40%	ø 3,3
Atmosphäre/Lebendigkeit	40%	ø 3,3
Stadtbild/Straßenraumgestaltung	30%	ø 3,1

Quelle: Eigene Unternehmensbefragung 04/2017.

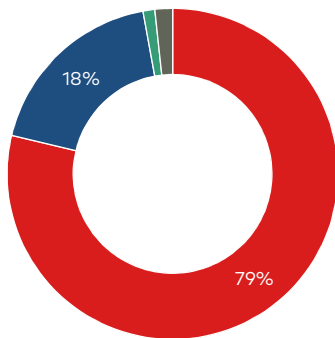
Verkehrsmittelwahl und -bedeutung



- Für Besucher der Mosbacher Innenstadt und auch für die innerstädtische Wirtschaft Mosbachs stellt der **Pkw** das mit Abstand **wichtigste Verkehrsmittel** dar. Von den Innenstadtbesuchern Mosbachs wird der Pkw deutlich häufiger als von den Besuchern der Mannheimer und der Heidelberger Innenstadt genutzt.
- Während in Mannheim und Heidelberg die **Verkehrsmittelwahl** und -bedeutung deutlich nach Wohnortentfernung der Kunden und Besucher variiert, wird in Mosbach eine wohnortunabhängige, nahezu gleich bleibende **Pkw-Dominanz** ersichtlich.
- Der **ÖPNV** spielt für die Besucher der Mosbacher Innenstadt und auch für die innerstädtische Wirtschaft Mosbachs nur eine **untergeordnete Rolle**. Dennoch wird das ÖPNV-System insbesondere mit guten Bahnanbindungen an die nächstgelegenen Zentren Heidelberg und Heilbronn als funktionsfähig beurteilt. Aufgrund der Stadtgröße Mosbachs stellt das ÖPNV-Netz allerdings keine adäquate und attraktive Alternative zum eigenen Pkw dar.
- **Fußwegebeziehungen** spielen naturgemäß lediglich für innerstädtische Verkehrsbeziehungen eine Rolle. Diese sind bei den Mosbacher Einwohnern zudem stärker ausgeprägt als die ÖPNV-Nutzung.

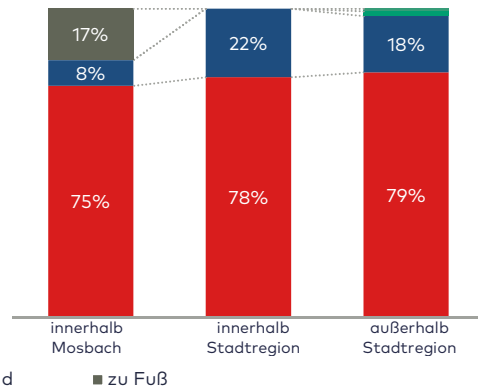
- Das Verkehrsmittel **Fahrrad** spielt in Mosbach zur Erreichung der Innenstadt wohnortunabhängig eine nur geringe Rolle. Zurückzuführen ist dies insbesondere auf die Topographie (Lage im Tal) Mosbachs.

Verkehrsmittelwahl der Innenstadtbesucher



■ MIV ■ ÖPNV ■ Fahrrad

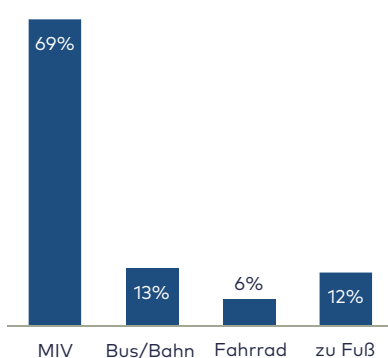
Verkehrsmittelwahl nach Wohnort



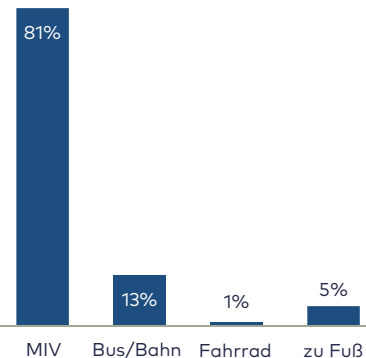
Quelle: Eigene Haushaltsbefragung 03/2017.

- Zwischen den unterschiedlichen **Verkehrsmitteln** bestehen in Mosbach die typischen, durch eine gemeinsame Nutzung des innerstädtischen Raumes bedingten **Konflikte**. Besondere Erreichbarkeitsprobleme/Konflikte wie in Mannheim und Heidelberg in Form von Veranstaltungen oder Baustellen bestehen in Mosbach nicht.
- Die **Warenbelieferung** erfolgt nach Angaben der Unternehmen zu 82 % mit dem Transporter (< 3,5 t). Bei lediglich rd. 18 % der Liefervorgänge kommt ein Lkw (> 3,5 t) zum Einsatz.

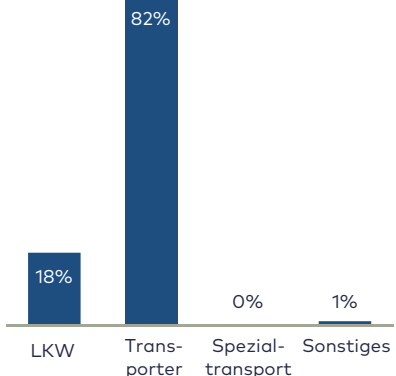
Gemittelter Modal Split von Kunden*



Gemittelter Modal Split von Mitarbeitern*



Gemittelter Modal Split im Lieferverkehr*



* nach Angaben der befragten Unternehmen

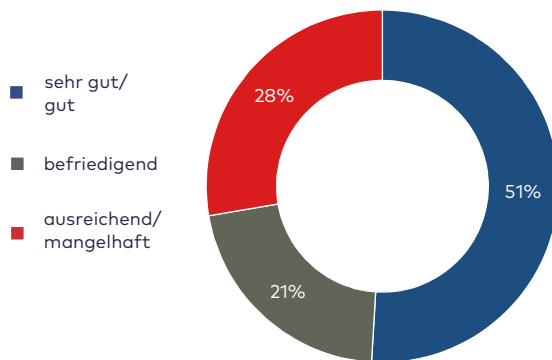
Quelle: Eigene Unternehmensbefragung 04/2017.

Erreichbarkeit

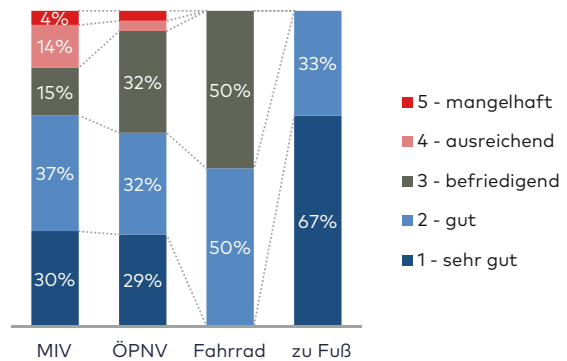


- Die **Erreichbarkeit** der Mosbacher Innenstadt wird von den befragten Haushalten und den lokalen Experten insgesamt als durchschnittlich bewertet (Durchschnittsnote 2,7). Die befragten Unternehmen bewerten die Erreichbarkeit der Innenstadt jedoch schlechter (Durchschnittsnote 3,2).
- Bei einer Differenzierung der **Erreichbarkeit nach Verkehrsmitteln** zeigen sich deutliche Unterschiede in den Bewertungen der Haushalte. Die Pkw-Erreichbarkeit der Mosbacher Innenstadt wird von den befragten Haushalten insgesamt mit 2,3 und somit ähnlich gut wie die ÖPNV- (2,2) und Fahrraderreichbarkeit (2,5) bewertet. Eine sehr gute Erreichbarkeit der Innenstadt besteht dagegen aus Sicht der Haushalte zu Fuß (1,3).

Erreichbarkeit für Innenstadtbesucher



Erreichbarkeit nach Verkehrsmittel

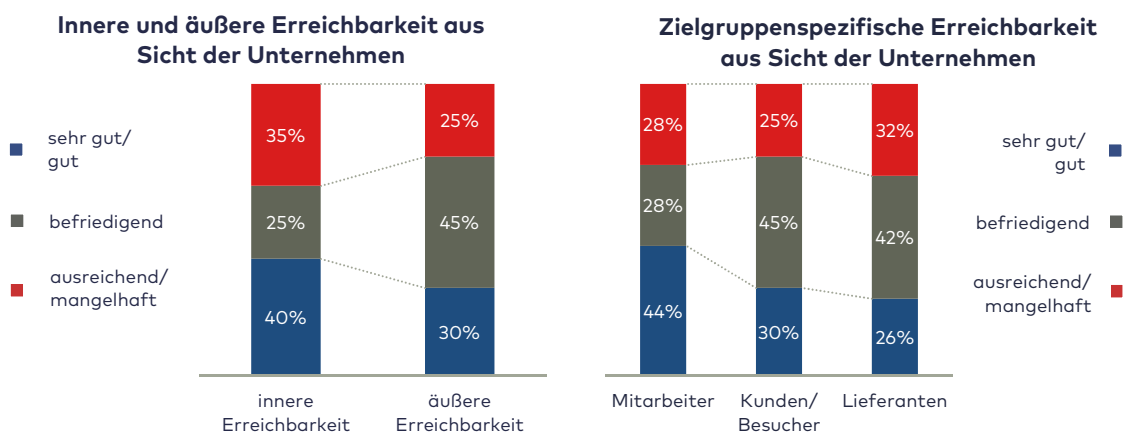


Quelle: Eigene Haushaltsbefragung 03/2017.

- Die Mosbacher Unternehmen bewerten sowohl die **innere** als auch die **äußere Erreichbarkeit** mit einer Durchschnittsnote von 3,0. Für die lokalen Experten besteht dagegen, insbesondere aufgrund der Kompaktheit bzw. der geringen räumlichen Ausdehnung des Innenstadtbereichs, eine gute innere Erreichbarkeit.
- Die **zielgruppenspezifische Erreichbarkeit** der Mosbacher Innenstadt wird von den Unternehmen unterschiedlich bewertet. Am verhältnismäßig besten wird aus Sicht der Wirtschaft die Erreichbarkeit für die Mitarbeiter bewertet (Durchschnittsnote 2,9). Defizite werden dagegen in Mosbach vor allem in der Erreichbarkeit für Lieferanten gesehen.
- Erreichbarkeitsprobleme** werden dagegen in der äußeren Erreichbarkeit im Straßenverkehr, vor allem in Form von Überlastungstendenzen bei bestimmten Zufahrtswegen und Engpässen (insbesondere die Bundesstraße 27/292 bzw. die einmündenden Straßen)

im Durchgangs- und Pendlerverkehr (u. a. Duale Hochschule) gesehen.

- **Verbesserungspotenziale** bestehen laut den befragten Unternehmen zudem in der Verfügbarkeit sowie den Kosten der Parkplätze und in dem Komfort bzw. der Flexibilität des Parkleitsystems.
- Die Stadt Mosbach bzw. die innerstädtische Wirtschaft Mosbachs ist im Gegensatz zu den Großstädten Mannheim und Heidelberg aufgrund der im Vergleich **geringeren Bedeutung und Ausstrahlungswirkung** der Innenstadt deutlich stärker auf eine **gute Erreichbarkeit angewiesen**.
- Die **Pkw-Erreichbarkeit** der Mosbacher Innenstadt für Kunden und Besucher sowie die innerstädtischen Wirtschaftsunternehmen ist im Vergleich zu Mannheim und Heidelberg **deutlich stärker ausgeprägt**. Zurückzuführen ist dies insbesondere auf die typischerweise zwischen Mittel- und Großstädten variierenden ÖPNV-Strukturen (Ausbau/Umfang des ÖPNV-Netzes bzw. Verkehrsmittel des ÖPNV (Straßenbahn/Bus etc.) bzw. auf die in Mosbach aufgrund der Stadtgröße fehlenden adäquaten und attraktiven Pkw-Alternativen.



Die TOP 4 Verbesserungsvorschläge der Unternehmen

1. Mehr Parkplätze, kostengünstigere/kostenlose Parkplätze (→ Leistungsfähigkeit)
2. Parkleitsystem (→ Flexibilität/Komfort)
3. Kurzzeitparkplätze Lieferanten/ Kunden (→ Leistungsfähigkeit)
4. Ausbau der Bundesstraße 27/292 (→ Leistungsfähigkeit)

Quelle: Eigene Unternehmensbefragung 04/2017.

5.4.2 Zukünftige Herausforderungen

Auf Grundlage der im vorigen Kapitel beschriebenen Situation der verkehrlichen Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft Mosbachs sowie weiterer Ergebnisse der durchgeführten Haushalts- und Unternehmensbefragung, der Workshops und Beiratssitzungen (vgl. Kapitel 5.1) werden nachfolgend, unter Einbeziehung der in Kapitel 2.3 dargestellten Trends, zukünftige Herausforderungen für Mosbach abgeleitet.

Die zukünftigen Herausforderungen für Mosbach werden zudem in der nachstehenden Tabelle kurz zusammengefasst und den konkreten Anforderungen der innerstädtischen Wirtschaft an die verkehrliche Erreichbarkeit (vgl. Kapitel 3.2) gegenübergestellt.

Herausforderungen für Mosbach	Anforderungen
Starke Ausprägung der verkehrlichen Erreichbarkeit als Wettbewerbsfaktor.	→ Innere Erreichbarkeit → Äußere Erreichbarkeit
Sicherstellung einer guten Pkw-Erreichbarkeit der Innenstadt (insbesondere aufgrund der Topografie und der Lage im ländlichen Raum).	→ Äußere Erreichbarkeit → Konfliktfreiheit
Höhere Ansprüche an Orientierungs- und Informationsmöglichkeiten von Besuchern mit dem Pkw.	→ Wegekettten → Information/Orientierung
Bedeutungszunahme von Verkehrsmitteln abseits des Pkw im stadt- und verkehrsverträglichen Mobilitätsmix.	→ Wegekettten → Komfort/Aufenthaltsqualität
Bedarf an zukunftsfähigen, städtischen Verkehrsinfrastrukturen und Verkehrssystemen.	→ Wegekettten → Konfliktfreiheit
Ausschöpfung der Potenziale smarterer und mobiler Informationstechnologie.	→ Information/Orientierung → Komfort/Aufenthaltsqualität
Notwendigkeit kurzer und attraktiver Wege zur Reduzierung der innerstädtischen Verkehrsbelastung.	→ Innere Erreichbarkeit → Wegekettten → Aufenthaltsqualität
Erhalt und Förderung des Innenstadtangebotes, der Aufenthaltsqualität und des historischen Stadtensembles.	→ Komfort/Aufenthaltsqualität

- **Starke Ausprägung der verkehrlichen Erreichbarkeit als Wettbewerbsfaktor:** Mosbach übernimmt eine Versorgungsfunktionen für die Mosbacher Bevölkerung sowie auch für die Bevölkerung der im weiteren Einzugsbereich liegenden Kommunen. Um diese Versorgungsfunktion auch zukünftig zu erfüllen (↔ *Demografischer Wandel*), ist Mosbach auf eine gute verkehrliche Erreichbarkeit angewiesen. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf die Konkurrenzfähigkeit der innerstädtischen Wirtschaft gegenüber Einzelhandelsansiedlungen und dem Online-Handel (↔ *Digitale Wirtschaft*).
- **Sicherstellung einer guten Pkw-Erreichbarkeit der Innenstadt (insbesondere aufgrund der Topografie und der Lage im ländlichen Raum):** Trotz einer zu erwartenden Bedeutungsabnahme des Pkw im ↔ *Modal-Split* insgesamt, ist insbesondere im ländlichen Raum aufgrund des gesellschaftlichen Wandel (↔ *Individualisierung* / ↔ *Demografischer Wandel*) und den fehlenden adäquaten Angeboten im ÖPNV weiterhin von einer starken Pkw-Orientierung auszugehen. Bei der zukünftigen Erreichbarkeit der Mosbacher Innenstadt wird aus Sicht der Unternehmen v. a. unter Berücksichtigung der

aktuell hohen Bedeutung des Pkw die ➔ *äußere Erreichbarkeit* eine zentrale Rolle spielen.

- **Höhere Ansprüche an Orientierungs- und Informationsmöglichkeiten von Besuchern mit dem Pkw:** Bedingt durch die hohe Pkw-Orientierung der Mosbacher Kunden und Besucher bestehen Optimierungsmöglichkeiten bei den Abstellmöglichkeiten der Pkw an den innerstädtischen Randbereichen und bei den weiteren innerstädtischen Wegen zu Fuß.
- **Bedeutungszunahme von Verkehrsmitteln abseits des Pkw im stadt- und verkehrsverträglichen Mobilitätsmix:** Komfort ist in der heutigen Zeit eines der wichtigsten Kriterien bei der Bewertung von Verkehrsmitteln (➔ *Usability*). Auch bei der Bereitschaft zu Fuß zu gehen, spielt neben der Wegelänge insbesondere die Attraktivität des Fußweges eine wichtige Rolle. Neben komfortablen Parkmöglichkeiten und bequemen öffentlichen Verkehrsmitteln sind auch in Mosbach attraktiv gestaltete Rad- und Fußwege sowie kurze Wegeverbindungen entscheidend für einen stadt- und verkehrsverträglichen Mobilitätsmix.
- **Bedarf an zukunftsfähigen, städtischen Verkehrsinfrastrukturen und Verkehrssystemen:** Auch wenn anzunehmen ist, dass neue Mobilitätskonzepte in Mosbach als Mittelzentrum im ländlichen Raum nur in Teilen Anwendung finden werden, sollte die zukünftige Rolle des Pkw in Form elektrifizierter, autonomer und teilweise verstärkt gemeinsam genutzter Mobilität (➔ *Digitale Wirtschaft* / ➔ *Share Economy* / ➔ *Smart Cities*) und die damit einhergehenden Anforderungen an die städtischen Infrastrukturen frühzeitig in die konzeptionellen Überlegungen der Stadt Mosbach, aber auch der innerstädtischen Wirtschaftsakteure einbezogen werden.
- **Ausschöpfung der Potenziale smarterer und mobiler Informationstechnologie:** Auch für Mittelzentren sind Online-Services und eine digitale Erreichbarkeit relevant. Hinsichtlich onlinegestützter Mobilitätsservices ist jedoch festzuhalten, dass die Möglichkeiten und Potenziale für eine Stadt wie Mosbach begrenzt sind. Eine Verwendung von Online-Instrumenten erscheint v. a. im Zuge der Attraktivierung und Positionierung der Mosbacher Innenstadt gegenüber anderen Wettbewerbsstandorten als sinnvoll.
- **Notwendigkeit kurzer und attraktiver Wege zur Reduzierung der innerstädtischen Verkehrsbelastung:** Die Mosbacher Innenstadt fungiert auch als Wohnstandort. Von den in der Innenstadt lebenden Einwohnern werden Wege zum Arbeiten, Einkaufen und für Freizeitaktivitäten in der Innenstadt aufgrund geringer Wegelängen insbesondere zu Fuß zurückgelegt, wodurch die Verkehrsbelastung verringert wird. Für die Kunden und Besucher mit größeren Wegestrecken bestehen in Mosbach – auch unter Berücksichtigung der zwei Stadtbuslinien – keine attraktiven und adäquaten Alternativen (➔ ÖPNV in Form einer Stadt-/Straßenbahn, Fahrrad) zur Pkw-Nutzung. Lange Wege führen somit tendenziell zu einer erhöhten Verkehrsbelastung im Pkw-Verkehr, die durch die vorhandene (und durch städtebauliche Gegebenheiten räumlich begrenzte) Verkehrsinfrastruktur nicht aufgefangen werden kann.

- **Erhalt und Förderung des Innenstadtangebotes, der Aufenthaltsqualität und des historischen Stadtensembles:** Die Erreichbarkeit spielt für den Besuch der Mosbacher Innenstadt eine zentrale Rolle. Gleichzeitig sind auch diverse andere Attraktivitätsfaktoren, insbesondere das Einzelhandels-, Dienstleistungs-, Gastronomie- und Freizeitangebot, die Aufenthaltsqualität und das historische Stadtensemble, für die Mosbacher Innenstadt von Bedeutung. Diese gilt es zu erhalten und weiter zu fördern.

5.4.3 Zwischenfazit

Die Stadt Mosbach stellt ein wichtiges Versorgungszentrum im ländlichen Raum dar und verfügt über ein Einzugsgebiet, das deutlich über die nächstgelegenen Nachbarkommunen hinausgeht. Dies zeigt auch die für diesen Stadttypus verhältnismäßig hohe Besuchshäufigkeit von Einwohnern aus der Stadtregion. Ähnlich wie in den anderen Untersuchungsstädten dominiert in Mosbach die Handelsfunktion – wenn auch auf einem deutlich geringeren Niveau. Trotzdem suchen über die Hälfte der Umland-Bewohner Mosbach hauptsächlich zum Einkaufen auf. Im Gegensatz zu Mannheim und Heidelberg ist die Pkw-Orientierung noch einmal stärker ausgeprägt – und zwar auch bei den Einwohnern der Stadt Mosbach selbst. Die Bewertung der Erreichbarkeit durch die Haushalte fällt im Vergleich am schlechtesten aus. Genau dieser Faktor hat somit einen deutlich höheren Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit der Kunden und Besucher mit Mosbachs Innenstadt als in den anderen Untersuchungsstädten. Ein ähnliches Bild zeichnet sich bei der Bewertung der Unternehmen ab, welche die Erreichbarkeit Mosbachs nochmals deutlich schlechter als die befragten Haushalte bewerten. Ähnlich wie in Heidelberg gibt es in Mosbach keine maßgeblichen Unterschiede bei der Bewertung zwischen *innerer und äußerer Erreichbarkeit*.

Gerade aufgrund der hohen Bedeutung der Erreichbarkeit für die Gesamtattraktivität Mosbachs ist diese als Wettbewerbsfaktor zu sichern. Gleichzeitig stellten die lokalen Experten fest, dass die Innenstadt von Mosbach zukünftig auf Entwicklungsimpulse angewiesen ist, die über die reine Sicherstellung verkehrlicher Erreichbarkeit hinausgehen. Die wesentlichen **zukünftigen Herausforderungen** für die Stadt Mosbach sind dabei:

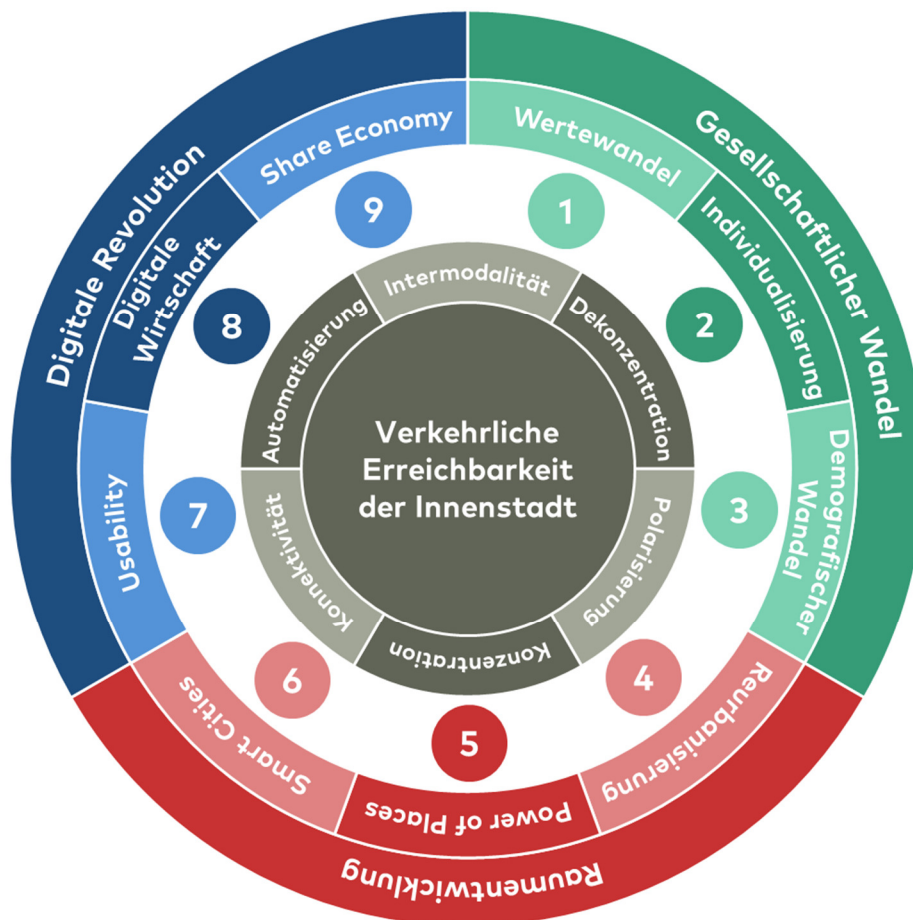
- die starke Fokussierung auf den Pkw aufgrund der ländlichen Lage und der Topografie,
- die Kapazitätsprobleme und die hohe Verkehrsbelastung der Bundesstraße 27/292,
- die Optimierungsmöglichkeiten hinsichtlich der Kurzzeit-Parkplätze sowie
- vor allem die Förderung und Sicherung des Innenstadtangebotes hinsichtlich Handel, Gastronomie und Dienstleistung im Sinne einer multifunktionalen Stadt.

6 Gesamtfazit

Stadt- und Verkehrsentwicklung sind einem stetigen Wandlungsprozess unterworfen, der von gesellschaftlichen, technischen und räumlichen Rahmenbedingungen beeinflusst wird. Der **Innenstadt als multifunktionaler Ort** wird dabei zukünftig eine noch stärkere Bedeutung zukommen. Sie ist der Platz, an dem gemeinsam gelebt, gearbeitet, gelernt und Freizeit verbracht wird. Um diesen vielfältigen **Ansprüchen an den innerstädtischen Raum** zu genügen, müssen u. a. auch städtische Verkehrssysteme neu gedacht werden.

Die **Gewährleistung innerstädtischer Erreichbarkeit** ist dabei ein Faktor unter vielen, der zu attraktiven und prosperierenden Innenstädten beiträgt – er ist jedoch entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit der innerstädtischen Wirtschaft. Die spannende Frage ist: Wie kann Erreichbarkeit für sämtliche Zielgruppen gewährleistet werden, ohne auf **Stadt- und Freiraumqualitäten** zu verzichten, welche den menschlichen Maßstab in den Stadtquartieren bilden. Denn Stadtraum ist nicht nur Verkehrsraum.

Die vorliegende Studie liefert Antworten auf diese Fragestellung, indem Sie die wesentlichen **Trends der Stadt- und Verkehrsentwicklung** systematisch aufbereitet (siehe dazu auch die folgende Abbildung).



Den dargestellten Trends folgend ist festzustellen, dass gute Erreichbarkeit wesentlich mehr ausmacht als eine möglichst kurze Reisezeit und Reiseaufwand. Die im Rahmen der

Studie hergeleiteten **Herausforderungen und Anforderungen der verkehrlichen Erreichbarkeit** bieten eine allgemeingültige Grundlage zur Beurteilung der Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft. Sie umfassen dabei sowohl „harte“ Faktoren wie die Reisezeit in die Innenstadt (☞ *äußere Erreichbarkeit*) als auch eher „weiche“ Faktoren wie z. B. Parkhausqualitäten, Komfort, Aufenthaltsqualität, Konfliktfreiheit und Informationsmöglichkeiten. Die drei in dieser Studie betrachteten Untersuchungsstädte wurden gemäß diesen Anforderungen analysiert, um entsprechende Handlungserfordernisse und -optionen zu identifizieren. Gleichzeitig wurden auf Grundlage der empirischen Erhebungen (Haushaltsbefragung, Unternehmensbefragung, Expertenworkshops) allgemeingültige **verkehrspolitische Leitlinien** erarbeitet:

- **Leistungsfähigkeit:** Für eine gut erreichbare Innenstadt sind leistungsfähige Verkehrsinfrastruktur und -angebote zu gewährleisten – abgestimmt auf die Stärken der unterschiedlichen Verkehrsmittel.
- **Multifunktionalität:** Für eine gut erreichbare Innenstadt sind viele Attraktivitätsfaktoren von Bedeutung – diese sind anhand örtlicher Gegebenheiten und Zielsetzungen aufeinander abzustimmen und zu stärken.
- **Flexibilität:** Für eine gut erreichbare Innenstadt ist eine flexibel gestaltete Verkehrssteuerung unter Einbeziehung flexibel gestaltbarer Verkehrsflächen vorzusehen.
- **Multimodalität:** Für eine gut erreichbare Innenstadt sind die Potenziale durch technische und konzeptionelle Entwicklungen bei allen Verkehrsmitteln vorausschauend auszuschöpfen.
- **Konfliktvermeidung:** Für eine gut erreichbare Innenstadt sind die Stärken einzelner Verkehrsmittel zu ergänzen und Konflikte zwischen den Verkehrsmitteln zu vermeiden.
- **Komfort:** Für eine gut erreichbare Innenstadt sind die An- und Abreise sowie der Aufenthalt für alle Verkehrsteilnehmenden so einfach, bequem und angenehm wie möglich zu gestalten.

Die verkehrspolitischen Leitlinien liefern zusammen mit den stadtspezifischen Herausforderungen, die im Rahmen der Analyse der drei **Untersuchungsstädte** (Haushaltsbefragung, Unternehmensbefragung, Expertenworkshops) identifiziert werden konnten, unterschiedliche Handlungsbedarfe für die drei Fallbeispiele. So steht in **Mannheim** v. a. die hohe Komplexität des Verkehrsnetzes (u. a. auch aufgrund der Rheinquerungen und der Nachbarschaft zu Ludwigshafen) im Fokus. Der leistungsfähige ÖPNV kann dabei als Chance zur Steigerung der Erreichbarkeit (auch abseits von Pendlerverkehren) gesehen werden. In **Heidelberg** liegt der Schwerpunkt hingegen auf dem hohen Radverkehrsanteil sowie der hohen Nutzungsmischung der Innenstadt und den daraus resultierenden Konflikten. Die Fahrrad-Affinität und Multifunktionalität bieten allerdings auch gute Anknüpfungspunkte für Lösungsoptionen. **Mosbach** steht als Mittelzentrum im ländlichen Raum vor anderen Herausforderungen als die beiden Großstädte. Kapazitätsengpässe konzentrieren sich hier auf die Bundesstraße. Für die Innenstadt Mosbachs ist

neben der Erreichbarkeit auch die Sicherstellung eines weiterhin hohen Erlebnisfaktors eine maßgebliche Herausforderung.

Die wichtigste Botschaft der erkannten Herausforderungen ist dabei: Im Alten verharren bringt die Innenstädte (und ihre Akteure) nicht weiter – es gilt **Neues zu erproben und Räume neu zu denken!** In einer Welt, in der die Mobilitätsentwicklung immer schneller voranschreitet, sollten Verkehrsflächen flexibel genug sein, um diesen Entwicklungen zu begegnen. Daher sind auch Verkehrsräume nötig, die unterschiedliche Verkehrsmittel gleichrangig aufnehmen können und auch für zukünftige Trends (z. B. weniger Parkdruck durch Car-Sharing und 🚗 *autonomes Fahren*, Ladeinfrastruktur für Elektro-Mobilität) gewappnet sind. Gleichzeitig sollten sie in der Lage sein, als Bespielungsfläche für verkehrsfremde Nutzungen zu dienen. Denn Straßenraum ist gleichzeitig auch Stadtraum.

Innenstädte stellen dabei die zentrale, **verkehrsmittelunabhängige Mobilitätsplattform** dar und müssen diesen Serviceanspruch sowohl offline (z. B. in Form von „Mobilitäts-Hubs“, Mikrodepots und smarten Verkehrsleitsystemen) als auch online (z. B. in Form von Apps und einfachen Bezahlssystemen) gewährleisten. Fortbewegung in der Stadt wird zukünftig deutlich flexibler und verkehrsmittelunabhängiger funktionieren. **Multimodalität** ist daher das Schlagwort, das bei zukünftigen Planungen und Entwicklungen stets mitgedacht werden sollte: Jedes Verkehrsmittel (ob Pkw, Bus, Bahn oder Fahrrad) hat seine individuellen Stärken, die es stadtraumspezifisch umzusetzen gilt.

Die *wirklich* smarte Stadt verschließt sich also keinen Mobilitätsoptionen, sondern versucht, das **zielgruppenspezifisch beste Mobilitätsangebot** auf möglichst einfache und konfliktfreie Weise anzubieten.

7 Anhang

Im Anhang findet der interessierte Leser eine Erläuterung der wichtigsten Fachbegriffe sowie thematisch sortierte Literaturhinweise zu den hier thematisierten Rahmenbedingungen, Trends und zukünftigen Herausforderungen für die verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft.

Glossar

Äußere Erreichbarkeit	Unter äußerer Erreichbarkeit versteht man die Erreichbarkeit der Innenstadt von außen (➔ <i>Zielverkehr</i>). Das betrifft insb. den Pkw-Verkehr sowie den ÖPNV. Parkraum und Haltepunkte von wichtigen, regionalen ÖPNV-Linien können als Schnittstellen zwischen äußerer und innerer Erreichbarkeit betrachtet werden.
Autonomes Fahren	Motorisiertes Fahren mit Hilfe von Computertechnik – entweder in Form von Fahrassistenzsystemen (z. B. Einparkhilfe) oder in Form von vollautomatisierten oder fahrerlosen Systemen.
Barrierefreiheit	Bauliche Gestaltung der Umwelt, sodass keine Hindernisse für mobilitätseingeschränkte oder anderweitig eingeschränkte Personengruppen bestehen.
Begegnungszone	Form der Verkehrsberuhigung, in der Fußgänger Vortritt vor Fahrzeugen haben. Sie wurde ursprünglich in der Schweiz eingeführt, wird aber mittlerweile auch in Deutschland erprobt. Anders als in „klassischen“ verkehrsberuhigten Zonen, ist der motorisierte Verkehr nicht auf Schrittgeschwindigkeit, sondern auf 20 km/h begrenzt. Begegnungszonen eignen sich daher auch für stärker befahrene Geschäftsstraßen.
Binnenverkehr	Verkehr, dessen Quelle und Ziel innerhalb des betrachteten Gebietes liegen. Insbesondere für Binnenverkehre innerhalb von Städten bieten sich Verkehrsmittel jenseits des Pkw (z. B. Fahrrad, Bus und Bahn) sowie das Zurücklegen von Wegen zu Fuß an.
Car-2-X-Technologie	Kommunikation zwischen Fahrzeugen und deren Umgebung zur Verbesserung der Verkehrseffizienz und -sicherheit sowie zur Verringerung der Umweltverschmutzung.
Demografischer Wandel	Prozess der zunehmenden Alterung und Abnahme der Bevölkerung. Mehr zum demografischen Wandel und dessen Auswirkungen auf die verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft finden Sie auf S. 14 in dieser Studie.

Digitale Wirtschaft	Zusammenfassender Begriff für die durch die Digitalisierung und Automatisierung geprägten Wirtschaftsprozesse. Mehr zur digitalen Wirtschaften und deren Auswirkungen auf die verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft finden Sie auf S. 18 in dieser Studie.
Dritter Ort	Der „dritte“ Ort ist ein Ort zwischen dem eigenen Heim („erster“ Ort) und dem Arbeitsplatz („zweiter“ Ort), der von großer Bedeutung für das Funktionieren einer Gesellschaft ist. Er bietet die Möglichkeit, sich ungezwungen auszutauschen und auf informelle Weise Zeit zu verbringen. Solche „Zwischenräume“ können Cafés und Restaurants sein, aber auch Parks und Stadtplätze.
Durchgangsverkehr	Verkehr, dessen Quelle und Ziel außerhalb des betrachteten Gebietes (z. B. der Innenstadt) liegen.
Fernraummobilität	Ortsveränderungen, die mit einem höheren physischen und zeitlichen Aufwand verbunden sind.
Free-Floating-System	Form des Car-Sharings (Gemeinschaftsauto), bei der die Fahrzeuge innerhalb eines definierten Geschäftsbereichs überall abgeholt und abgestellt werden können.
Individualisierung	Gesellschaftlicher Übergang eines Individuums von der Fremd- zur Selbstbestimmung. Damit einhergehen v. a. eine Zunahme verschiedener Lebensstile und stärker individualisierte Lebens- und Tagesabläufe. Auch der Trend zu mehr Single-Haushalten ist eine Ausprägung der Individualisierung. Mehr zur Individualisierung und deren Auswirkungen auf die verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft finden Sie auf S. 13 in dieser Studie.
Innere Erreichbarkeit	Unter innerer Erreichbarkeit versteht man die Erreichbarkeit der Innenstadt im ➔ <i>Binnenverkehr</i> . Das betrifft insb. den Fuß- und Radverkehr. Parkraum und Haltepunkte von wichtigen, regionalen ÖPNV-Linien können als Schnittstellen zwischen innerer und äußerer Erreichbarkeit betrachtet werden.
Intermodalität	Verwendung verschiedener Verkehrsmittel im Verlauf eines Weges (z. B. von der Wohnung zur Arbeitsstätte).
Konnektivität	Fähigkeit, sich mit anderen Personen und Dingen zu vernetzen (z. B. Kommunikation zwischen Pkw, Smartphone und Mensch). Mehr zur zunehmenden Konnektivität und deren Auswirkungen auf die verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft finden Sie auf S. 22 in dieser Studie.
MIV	Motorisierter Individualverkehr (insb. Pkw)

Modal Split	Verteilung des ➡ <i>Verkehrsaufkommens</i> oder der ➡ <i>Verkehrsleistung</i> auf die einzelnen ➡ <i>Verkehrsträger</i> .
Monomodalität	Verwendung nur eines Verkehrsmittels im Verlauf eines Zeitraumes, der üblicherweise mehr als einen Weg beinhaltet (z. B. eine Woche).
Motorisierung	Prozess der steigenden Verwendung von Motorkraft
Multimodalität	Verwendung verschiedener Verkehrsmittel im Verlauf eines Zeitraumes, der üblicherweise mehr als einen Weg beinhaltet (z. B. eine Woche).
Nahraummobilität	Ortsveränderungen, die mit einem geringen physischen und zeitlichen Aufwand verbunden sind.
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr (insb. Bus und Bahn)
Power of Places	Bezeichnung für den Bedeutungsgewinn des physischen Ortes und von räumlicher Nähe – trotz und gerade wegen der fortschreitenden Digitalisierung der Lebens- und Arbeitswelt. Mehr zur Power of Places und deren Auswirkungen auf die verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft finden Sie auf S. 16 in dieser Studie.
Quellverkehr	Verkehr, dessen Quelle (z. B. die eigene Wohnung) sich innerhalb des betrachteten Gebietes (z. B. der Kernstadt) befindet. Sein Ziel (z. B. der Arbeitsplatz) ist jedoch außerhalb des betrachteten Gebietes.
Rebound-Effekt	Abweichung zwischen möglichen Ressourceneinsparungen aufgrund von Effizienzsteigerungen und tatsächlichen Einsparungen.
Reurbanisierung	Verstärkter Bedeutungsgewinn der Innenstädte hinsichtlich Bevölkerung, Arbeitsplätzen und Funktionen. Mehr zur Reurbanisierung und deren Auswirkungen auf die verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft finden Sie auf S. 15 in dieser Studie.
Ruhender Verkehr	Geparkte, haltende und nicht fahrbereite Fahrzeuge im öffentlichen Straßenverkehr, d. h. in den meisten Fällen genutzter Parkraum. Das Gegenteil ist fließender Verkehr.
Shared Space	Verkehrsfläche, auf der sämtliche Verkehrsteilnehmer gleichberechtigt sind und die auf jegliche Verkehrsführung (z. B. in Form einer Fahrbahn) sowie Beschilderung verzichtet. Der Verkehr regelt sich nach dem Prinzip der gegenseitigen Rücksichtnahme selbst.
Sharing Economy	Zunehmend auf Teilen und Nutzen (anstatt auf Besitzen) sowie auf Zusammenarbeit und verstärkte Arbeitsteilung ausgelegte Wirtschafts- und Gesellschaftsprozesse (z. B.

Car-Sharing, Nachbarschaftsnetzwerke, Crowd-Funding, Co-Working). Mehr zur Sharing Economy und deren Auswirkungen auf die verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft finden Sie auf S. 19 in dieser Studie.

Smart City

Bezeichnung von Städten, die zur Effizienzsteigerung auf umweltfreundliche Technologien, die Vernetzung von städtischer Infrastruktur, das Sammeln und Aufbereiten von Nutzerdaten („Big Data“) sowie intelligente Stromnetze (z. B. dezentrale Energiegewinnung und -speicherung) setzen. Mehr zu Smart Cities und deren Auswirkungen auf die verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft finden Sie auf S. 17 in dieser Studie.

Stadtregion

Auf Pendlerverflechtungen und Erreichbarkeiten basierende Raumgliederung des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung.

Umweltverbund

Gruppe an umweltverträglichen Verkehrsmitteln (z. B. Fahrrad, Bus und Bahn) sowie Wege, die zu Fuß zurückgelegt werden. Im weiteren Sinne zählen auch Car-Sharing-Dienste und Mitfahrzentralen zum Umweltverbund.

Usability

Benutzer- und Anwenderfreundlichkeit – im Rahmen dieser Studie insbesondere bezogen auf Mobilitätsdienstleistungen. Mehr zur Benutzerfreundlichkeit und deren Auswirkungen auf die verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft finden Sie auf S. 18 in dieser Studie.

Verkehrsaufkommen

Verkehr gemessen an der Zahl der beförderten Personen

Verkehrsleistung

Verkehr gemessen an der tatsächlich zurückgelegten Wegstrecke (in Personenkilometern bzw. Tonnenkilometern)

Verkehrsleitsystem

System zur Lenkung bzw. Steuerung des Straßenverkehrs (z. B. Parkleitsysteme, dynamische Richtungsanweisungen).

Verkehrsträger

Zum einen Aufgabenträger von Verkehrsdienstleistungen (z. B. Verkehrsunternehmen), zum anderen Leistungsträger, auf denen oder in denen Transport- und Verkehrsdienstleistungen durchgeführt werden (z. B. Straße, Schiene). In dieser Studie bezieht sich der Begriff Verkehrsträger in der Regel auf Leistungsträger.

Wegekette

Verknüpfung von mehreren Wegezwecken zu einer Abfolge an Fahrten oder Fußwegen (z. B. Wohnen → Arbeiten → Einkaufen → Wohnen).

Wertewandel

Wandel gesellschaftlicher, sozialer und individueller Normen (z. B. Bedeutungsgewinn von Nachhaltigkeit, regio-

nalen Produkten und Bedeutungsverlust des Autos als Statussymbol insbesondere bei jüngeren Personengruppen). Mehr zum Wertewandel und dessen Auswirkungen auf die verkehrliche Erreichbarkeit der innerstädtischen Wirtschaft finden Sie auf S. 12 in dieser Studie.

Wirtschaftsverkehr

Güter-, Dienstleistungs- und Geschäftsverkehr; in dieser Studie oft im Sinne des Warenwirtschaftsverkehrs verwendet.

Zielverkehr

Verkehr, dessen Quelle (z. B. die eigene Wohnung) sich außerhalb des betrachteten Gebietes (z. B. der Kernstadt) befindet. Sein Ziel (z. B. der Arbeitsplatz) ist jedoch innerhalb des betrachteten Gebietes.

Literaturverzeichnis

INNENSTÄDTE UND INNERSTÄDISCHE WIRTSCHAFT (AUSWAHL)

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (2014): Innerstädtischer Verkehr und Handel in bayerischen Klein- und Mittelstädten. München.

EHI Retail Institute (2005 - 2017): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels. Köln.

Hahn Gruppe (2006 - 2017): Retail Real Estate Report der Jahre 2006 - 2017. Bergisch Gladbach.

Handelskammer Hamburg (2016): Wirtschaftsstandort Innenstadt, Die Hamburger Innenstadt fit machen für die Zukunft. Hamburg.

Institut für Handelsforschung (2015): Vitale Innenstädte 2014. Köln.

Ministerium des Innern und für Sport (2006): Leitfaden zur Entwicklung der Innenstädte. Mainz.

Netzwerk Innenstadt NRW (2010): Positionen, Ansprüche und Forderungen aus dem Netzwerk Innenstadt NRW. Münster.

Wüstenrot Stiftung (2008): Fokus Innenstadt, Innenstadtentwicklung in baden-württembergischen Mittelstädten. Ludwigsburg.

VERKEHRSENTWICKLUNG UND MOBILITÄT (AUSWAHL)

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (2014): Innerstädtischer Verkehr und Handel in bayerischen Klein- und Mittelstädten. München.

BCS (2017): Bundesverband für Car-Sharing in Deutschland – Aktuelle Kennwerte

BIEK (2017): Bundesverband Paket und Expresslogistik – Kurier Express Paketdienste – Wachstum über Grenzen hinweg

BMVI (2016): Die mobile Zukunft beginnt jetzt, Wie automatisiertes und vernetztes Fahren den Verkehr revolutioniert. Berlin.

BMVI (2016/2017a): Bundesministerium für Verkehr und Mobilität in Deutschland – Daten und Fakten kompakt

BMVI (2016/2017b): Bundesministerium für Verkehr und Mobilität in Deutschland – Verkehr in Zahlen, Hamburg

Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (2015): Fahrrad-Monitor Deutschland 2015

Deutsche Energie Agentur (2012): Verkehr. Energie. Klima, Alles Wichtige auf einen Blick. Berlin.

Deutsches Institut für Urbanistik (2016): Pendeln mit Rückenwind, Ein Praxisleitfaden zu Pedelecs & Co. für Kommunen, Unternehmen und private Haushalte. Berlin.

Fraunhofer Institut für System- und Innovationsforschung (2011): VIVER, Vision für nachhaltigen Verkehr in Deutschland. Karlsruhe.

Fraunhofer Institut für Materialfluss und Logistik (2016): Auswirkungen des eCommerce auf die Verkehrsströme innerstädtischer Einzelhandelsstandorte am Beispiel der Stadt Bochum. Bochum.

Henkel/Tomczak/Henkel/Hauner (2015): Mobilität aus Kundensicht, Wie Kunden ihren Mobilitätsbedarf decken und über das Mobilitätsangebot denken. Wiesbaden.

IHK Frankfurt am Main (2011): Zukunft der Mobilität in FrankfurtRheinMain, Dokumentation eines Expertenworkshops. Frankfurt.

Institut für angewandte Sozialwissenschaft / Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (2010): Mobilität in Deutschland 2008, Bonn, Berlin.

Institut für Raumplanung Universität Dortmund (2005): Erreichbarkeitsindikatoren in der Nahverkehrsplanung. Dortmund.

Karlsruhe Institute of Technology (2008, 2015/2016): Deutsches Mobilitätspanel (MOP), wissenschaftliche Begleitung und erste Auswertungen. Karlsruhe.

Planersocietät (2013): Mobilität als Handlungsfeld einer integrierten Zentrenentwicklung. Bad Driburg.

Schwedes (2014): Öffentliche Mobilität, Perspektiven für eine nachhaltige Verkehrsentwicklung. Wiesbaden.

TRENDS DER STADT- UND VERKEHRSENTWICKLUNG (AUWAHL)

Beckmann (2017): Stadtverkehr 2050 – postfossil und automatisiert, Vortrag 12./13. Juni 2017, Berlin.

Heß/ Polst (2017): Mobilität und Digitalisierung, Vier Zukunftsszenarien. Gütersloh.

Horx (2016): Zukunftsreport 2017. Frankfurt am Main.

Institut für Mobilitätsforschung (2005): Zukunft der Mobilität, Szenarien für das Jahr 2025. Darmstadt.

Institut für Mobilitätsforschung (2010): Zukunft der Mobilität, Szenarien für das Jahr 2030. München.

Institut für Trend- und Zukunftsforschung (2012): Wie wir morgen leben werden. 15 Lebensstiltrends, die unsere Zukunft prägen werden. Heidelberg.

Lembke (2015): Digitalisierung, Disruptiver Megatrend oder evolutionärer Treiber?. Mannheim.

LIFE (2009): Digitales Leben. Bonn.

Patrizia Bulletin (2016): Im Fokus, Megatrend Urbanisierung.

Prognos AG (2016): Standort Köln, Perspektive 2030. Düsseldorf.

Shell (2015): Jugend 2015: 17. Shell Jugendstudie, Frankfurt am Main.

Zeitbild (2015): Mobilität und Digitalisierung, Technik und Nachhaltigkeit im Unterricht. Berlin.

INNERSTÄDTISCHE ERREICHBARKEIT (AUSWAHL)

IHK Oldenburg (2015): Kundenherkunft und Verkehrsmittelwahl 2015 für die Oldenburger Innenstadt. Oldenburg.

IKT für Elektromobilität (2016): Studie Mobilität 2025, Koexistenz oder Konvergenz von IKT für Automotive?, Anforderungen der vernetzten Mobilität von morgen an Fahrzeuge, Verkehrs- und Mobilfunkinfrastruktur. Berlin.

Landesverband des Bayerischen Einzelhandels e.V. (2004): Wirtschaftsstandort Innenstadt, Voraussetzungen und Erfolgsfaktoren für Fußgängerzonen als Standort für den mittelständischen Einzelhandel in Klein- und Mittelstädten Bayerns. München.

Stadt Köln (2014): Köln mobil 2025. Köln.

SONSTIGE QUELLEN (AUSWAHL)

Acocella (2016): Gutachten als Grundlage für die Fortschreibung des Zentrenkonzeptes der Stadt Mannheim. Lörrach.

COMFORT – Research & Consulting (2016) – Comfort High Streets Report 2016

GMA (2006): Zentrenkonzept für die Universitätsstadt Heidelberg.

IHK Rhein-Neckar (2017): Kaufkraftzahlen 2017 im Bezirk der IHK Rhein-Neckar.

Initiativgruppe Verkehr Quartiermanagement Unterstadt (2017): Maßnahmenkatalog Verkehr Innenstadt. Mannheim.

Institut für Handelsforschung (2016): Vitale Innenstädte 2016, Auswertungsergebnisse für Heidelberg. Köln.

Institut für Handelsforschung (2016): Vitale Innenstädte 2016, Auswertungsergebnisse für Mosbach. Köln.

Institut für Handelsforschung (2017): Vitale Innenstädte 2016, Auswertungsergebnisse für Mannheim. Köln.

Stadt Heidelberg (2017): Kennwerte und Strukturdaten der Stadt Heidelberg.

Stadt Mannheim (2017): Kennwerte und Strukturdaten der Stadt Mannheim.

Stadt Mosbach (2017): Kennwerte und Strukturdaten der Stadt Mosbach.

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (2017): Beschäftigungszahlen, Einwohnerzahlen, Pendlerdaten der Untersuchungsstädte.

KONTAKT

Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner PartGmbB

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Essen

Partnerschaftsregister-
nummer PR 3496

Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 46

Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

Fax +49 341 92 72 39 43