



Innenstadt Waldkirch Zustandsbericht – Teil 1

Juni 2023 – Thomas Kaiser
IHK Innenstadtberater

1. Untersuchungsziel und -gegenstand

2. Analyse

- Bestandsanalyse
- Stadtpaziergang
- Passantenbefragung
- Frequenzmessung
- Marktbeschicker-Umfrage
- Digitalisierung-Check

3. Fazit

- **Untersuchungsziel und -gegenstand**
- **Analyse**
 - **Bestandsanalyse**
 - **Stadtspaziergang**
 - **Passantenbefragung**
 - **Frequenzmessung**
 - **Marktbeschicker-Umfrage**
 - **Digitalisierung-Check**
- **SWOT**

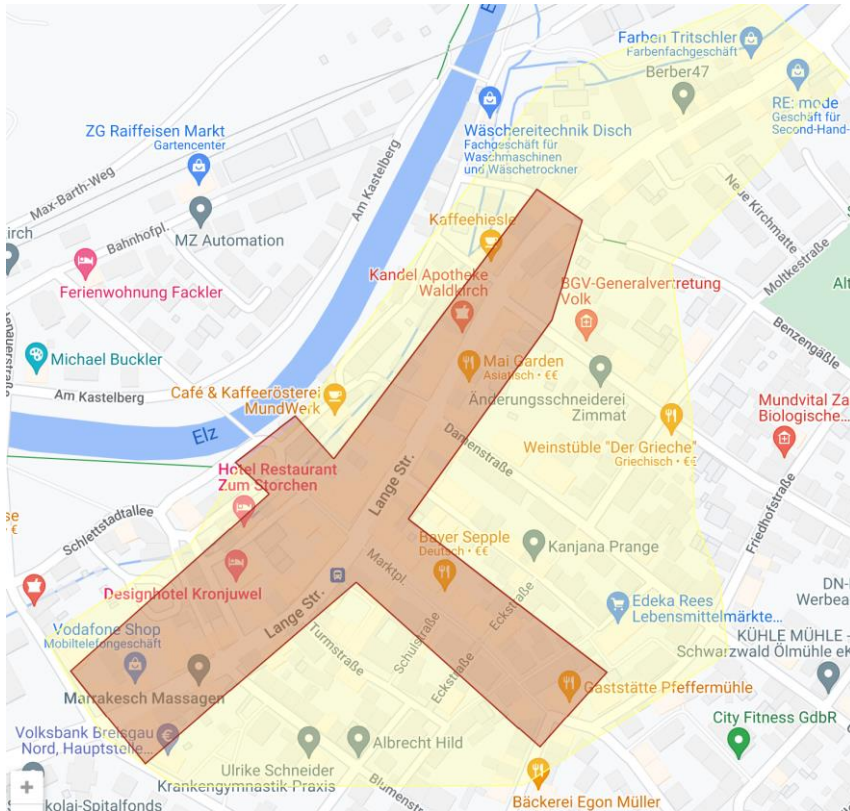
**① Nachhaltige Stärkung der Innenstadt als
Wirtschaftsstandort**

**② Sicherung der wirtschaftlich tätigen
Leistungsträger in der Innenstadt**



Abgrenzung der Innenstadt

Untersuchungsraum



Im Lenkungsreis definierter Innenstadtbereich von Waldkirch.

Karte in Google Maps öffentlich verfügbar

https://www.google.com/maps/d/edit?mid=1y_I-YT_HdGVly-C27n6TygmwB_SM5Cc&usp=sharing

In der Innenstadtlage wurden sämtliche gewerbliche Flächen in EG-Lagen erfasst (genutzt oder ungenutzt)



Innenstadt



Kernlage Innenstadt

Freie Berufe wie Ärzte sind nicht erfasst, haben aber als Frequenzbringer genauso wie Museen und Kultureinrichtungen einen enormen Stellenwert.

Untersuchungskategorien

Erfolgskritische Faktoren

Aufenthaltsqualität

Erreichbarkeitswert

Spass- und Erlebnisfaktor

Nutzungsmixqualität

Servicewahrnehmung digital

Servicewahrnehmung analog

Innenstadtpolitische Wahrnehmung

Vermarktungswahrnehmung Innenstadt

Diese, für alle im Projekt befindlichen Städte identischen, acht Erfolgsfaktoren definieren den festgestellten IST-Zustand.

Neben den gewerblichen Flächen und deren Nutzer werden also weitere Kriterien miteinbezogen, wie z.B. kollektive Veranstaltungen, Wochenmärkte und auch das kollektive Management dieses Raumes.

“Alte” Studien und Leitbild in Waldkirch

Unternehmensbefragung Stadt Waldkirch 2017

Präsentation ausgewählter Ergebnisse

Waldkirch, 13.07.2017



Offensive Standortmarketing Waldkirch
samtdokumentation

Oktober 2016



Waldkirch



STADT WALDKIRCH

Stadtverwaltung Waldkirch
Stabsstelle Zentrale Steuerungsunterstützung

3. Industrie/ Handel/ Gewerbe

Die Stadt Waldkirch schafft die Grundlage für einen sozialen, zukunftsorientierten und sicheren Arbeits- und Wirtschaftsstandort.

- Die Stadt Waldkirch sorgt für eine ausgewogene Wirtschaftsstruktur (Unternehmen in Industrie, Handwerk, Handel, Gewerbe, Dienstleistungen sowie Land- und Forstwirtschaft).
- Die Stadt Waldkirch stärkt regionale Wirtschaftskreisläufe.
- Es gibt eine städtische Wirtschaftsförderung. Diese unterstützt die Entwicklung des Wirtschaftsstandortes.
- Die Sicherung vorhandener und die Schaffung neuer Arbeitsplätze ist bei allen Maßnahmen im Rahmen der städtischen Wirtschaftspolitik gleichrangig gefördert.
- Die städtische Wirtschaftspolitik fördert nachhaltiges Wirtschaften und unterstützt den Ausgleich von Ökonomie und Ökologie.
- Die durch den geografisch bedingten Mangel an Entwicklungsfäche erforderliche Achtsamkeit und Strategie bei der Flächennutzung wird gewährleistet.

LEITBILD WALDKIRCH

STADT WALDKIRCH

Stadtverwaltung Waldkirch
Stabsstelle Zentrale Steuerungsunterstützung

1. Stadtentwicklung

Die Stadt Waldkirch berücksichtigt in ihrer Funktion als Mittelzentrum die multivale Weiterentwicklung von Ökologie und Ökonomie.

- Im Rahmen der Stadtentwicklung werden die Bedürfnisse aller Menschen in allen Lebensbereichen gleichermaßen berücksichtigt.
- Grün- und Parkanlagen sowie Plätze sind als Orte der Begegnung und Erholung gesichert und gepflegt. Sie werden fortlaufend weiterentwickelt und neu ausgewiesen.
- Die Einwohnerschaft ist in die Planung und Bestandspflege (z.B. Patenschaften) eingebunden.
- Stadtkern und Stadteile sind, ihrem Charakter entsprechend, für Jung und Alt attraktiv gestaltet.
- Im Sinne einer transparenten Stadtentwicklung ist die Einwohnerschaft frühzeitig durch ein möglichst breites Medienangebot über Vorhaben informiert und bei der Entscheidungsfindung beteiligt.
- Die städtische Infrastruktur ist vorausschauend den künftigen Bedürfnissen angepasst.

LEITBILD WALDKIRCH

Gesamtdokumentation

Waldkirch

„No, 2020, 2020 in der Freiheit Kolben“

BÜRGERWERKSTATT



Ergebnisdokumentation

Dokumentation und Zusammenfassung der Ergebnisse der Bürgerwerkstatt als Beteiligungsmöglichkeit für eine transparente Stadtentwicklung

Stadtgespräch

Einwohnerversammlung zu Themen der Stadtentwicklung



- Mobilität
- B-Plan „Sonnhalde“
- B-Plan „Papiergüße“

“Alte” Studien in Waldkirch

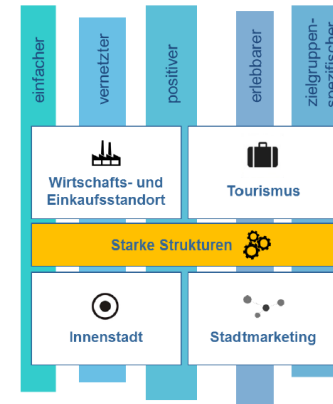
Das Leitbild und die unterschiedlichen Studien lassen eine klare Zieldefinition

„**Wo wollen wir mit Waldkirchs Innenstadt hin?**“

vermissen.

Einzelne Handlungsfelder gehen aber in die Richtung Stärkung der Innenstadt als Lebens-, Kultur- und Wirtschaftsraum. Auch die *imakomm* stellte schon 2015 fest, dass klare Leitlinien zur Entwicklung fehlen.

- Stadtkern und Stadtteile sind, ihrem Charakter entsprechend, für Jung und Alt attraktiv gestaltet.



Keine neue Leitlinie
Innenstadtentwicklung vorgesehen.
Ziel ist die Ergänzung und
Konkretisierung des vorhandenen
Leitbilds unter Punkt 1 oder 3.

1. Untersuchungsziel und -gegenstand

2. Analyse

- Bestandsanalyse
- Stadtpaziergang
- Passantenbefragung
- Frequenzmessung
- Marktbeschicker-Umfrage
- Digitalisierung-Check

3. Fazit

Diagnosetools in Waldkirch

Innenstadt-Erhebung	Insgesamt 134 Objekte in der Innenstadt erfasst und bewertet
Digitalisierungs-Check	119 Unternehmen untersucht (ohne Leerstände und kommunale Einrichtungen)
Stadt-Spaziergang	Erster Eindruck mit über 40 Feststellungen
Passanten-Befragung	140 persönliche Interviews geführt am 30.03. und 01.04.2023
Passanten-Zählung	Permanent seit März 2023 an 5 Standorten
Experten-Gespräche	Diverse persönliche Interviews mit ausgewählten Innenstadt-Akteuren
Wochenmarkt-Analyse	34 Interviews mit den Marktbeschickern am 1. und 5. April

“Schneller” Steckbrief Waldkirch 6/2023

Messwert	Ausprägung
Innenstadttyp:	Mittelzentrum mit industrieller Historie, teils mit touristischer Prägung
Einwohnerzahl:	22.054 in Kernort und 4 Stadtteilen
Identitätsbewusstsein der Einwohner:	Hoch
Anzahl aktive Innenstadtbetriebe in EG Lage:	130
Quote Einzelhandel in Innenstadt:	Sehr hoch (42 %)
Leerstandquote:	Sehr niedrig (3 %) (Stand Juni 2023 *aktuell zwei Leerstände beseitigt)
Zentralität:	Unterdurchschnittlich (96.0) (MB-Research 2023)
Länge Fußgängerzone:	Angemessen 228 m auf dem Marktplatz und in Engelstraße
Anzahl Magnetbetriebe in Innenstadt:	Gering - keine herausragenden Frequenzbringer, eher viele Anbieter, die in Summe die Attraktivität ausmachen. Wochenmarkt aber als Zugpferd
Zukunftsprognose Bestand 2030:	Gut (62 %) noch mit gesicherter Zukunftsprognose bis 2030

Wochenmarkt als TOP- Frequenzbringer





Struktur des Gewerbes

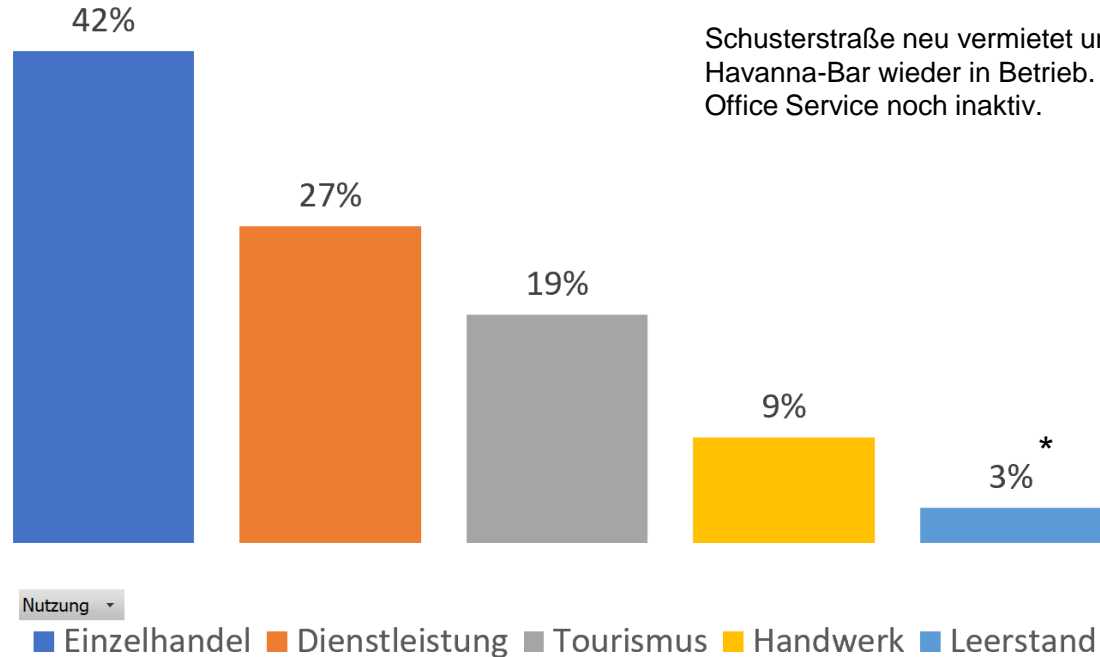


Struktur – nach Schwerpunktbranchen

130 Betriebsflächen in
der Innenstadt mit
Geschäftsflächen im
EG untersucht
(ohne freie Berufe).
Stand April 2023

Handwerk:

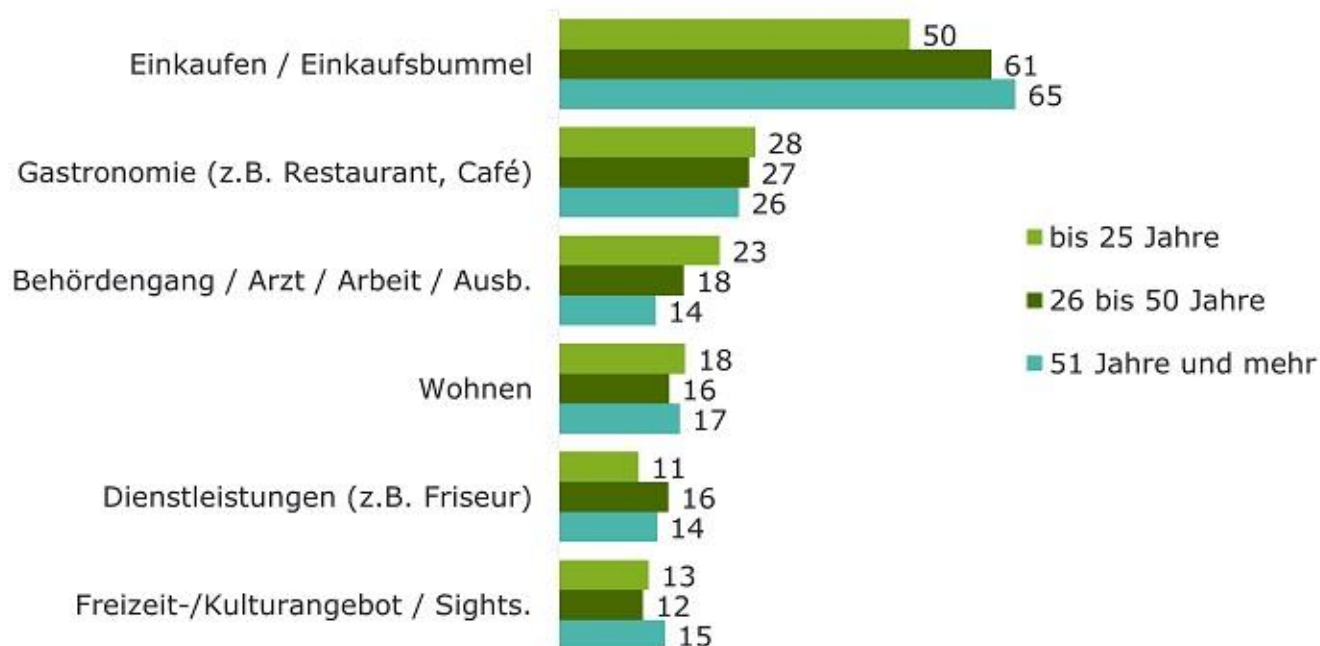
Handelsnahe Branchen sind dort
erfasst, dazu zählen beispielweise
Bäcker, Metzger, Friseur, Optik



*Stand Juni 2023:

Schusterstraße neu vermietet und
Havanna-Bar wieder in Betrieb. Aber
Office Service noch inaktiv.

Innenstadt-Shopping altersgruppenübergreifend Besuchermotiv No. 1 – aber für Jüngere müssen neue Anreize und Angebotsstrukturen geschaffen werden



FRAGE Warum sind Sie heute in der Innenstadt? Angaben in %

INFO Mehrfachnennungen möglich; n = 57.863 in 107 Innenstädten

Sehr hoher Anteil Einzelhandel in der Innenstadt bedient das Besuchsmotiv „Shopping“ aktuell gut.

Teils karitative/soziale Nutzung von Flächen kaschiert bereits den sonst einen oder anderen Leerstand. In geringem Umfang erste „Fremdnutzungen“.

Struktur der Leerstände in der Innenstadt Stand April 2023 4 von 134 Flächen = 3 %

Betriebsbezeichnung	Straße	Hausnummer
ehemals Jakob Schuhservice	Schusterstraße	12
Leerstand - Volksbank Breisgau	Markplatz	7
ehemals Sport Armin	Lange Straße	66
Leerstand - Havanna Café Bar	Lange Straße	34

Eher temporäre Leerstände, keine strukturellen.

Havanna-Bar damals im Umbau. Zusätzlich temporäre Schließung des Office Service von der Weihe in der Engulgasse.

Struktur – Leerstände Innenstadt

4 von 134
Flächen = 3 %



Betrieb	Straße	Status	Vermietbar?
Ehem. Schuhservice Jakob	Schusterstr. 12	Neu vermietet	ja
Ehem. Volksbank	Marktplatz 7	Leerstand	ja
Ehem. Sport Armin	Lange Str. 66	Leerstand	ja
Havanna-Bar	Lange Str. 34	Umgebaut /aktiv	ja
Office und mehr - Weihe	Engelstr.	Inaktiv	ja

Dynamik in der Entwicklung der Leerstände sichtbar bei gleicher Quote. Aber keine strukturellen Leerstände bis dato. Alles noch reaktivierbar.

Volksbank Immobilie

Wichtige Schlüsselimmobilie in der Innenstadt.
Sanierung ist geplant. Nicht in städtischer Hand.

Art der Nutzung wohl noch offen!



Probleme:

- Baumaßnahme kann Wochenmarkt beeinflussen
- Verzögerung der Entwicklung führt zu Ruine in der zentralsten Lage
- Mit Bau könnte Tiefgaragennutzung temp. wegfallen

Ehemals Sport Armin Immobilie

Schlüsselimmobilie am Rand der Innenstadt.
Mehrgeschossigkeit und schwere Nutzbarkeit. Kauf durch *Tetik Immobilien* mit Plan der Teilvermietung in Handel, Büro und Gesundheit.

Probleme:

- Zentren- und Märktekonzept der Stadt Waldkirch **nicht** vorhanden. Dadurch kein Schutz innenstadtrelevanter Sortimente im Einzelhandel.



Leerstandsquote sehr niedrig, sollte aber beobachtet werden.

→ Flächenmonitoring, LeAn über die Wirtschaftsförderung

Ladengeschäfte – Mittelzentren

Ort	Tiefstwert	unten	Median	oben	Spitze
Emmendingen	5,45 €	7,09 €	11,00 €	15,63 €	25,00 €
Haslach im Kinzigtal	6,56 €	8,28 €	10,41 €	12,75 €	14,16 €
Lahr / Schwarzwald	5,88 €	8,44 €	10,83 €	15,00 €	26,25 €
Titisee-Neustadt*	6,00 €	6,82 €	12,50 €	18,67 €	32,11 €
Waldkirch	6,36 €	8,00 €	13,97 €	15,60 €	16,78 €
Andere Mittelzentren mit weniger als 5 Nennungen	3,33 €	6,38 €	10,00 €	13,98 €	27,00 €

Zu- und Abschläge:

- **Flächenqualität:**
 - unterdurchschnittlich: -13%
 - durchschnittlich: 0% / nicht vorgesehen
 - überdurchschnittlich: +13%
- **Baujahr:**
 - bis einschließlich 1970: -2%
 - ab 1971: 0% / nicht vorgesehen

https://ihkso-my.sharepoint.com/:b/g/person/thomas_kaiser_freiburg_ihk_de/EZyWrCc2gTZDrWN_b0dJCdIBYKuBUUxfalU7G3P-dN4USg?e=y1sTIZ

Auszug aus dem gewerblichen Mietspiegel der IHK für Ladenflächen aus 2021.

Mietniveau für Ladenflächen leicht über dem Durchschnitt für Mittelzentren, obwohl die Flächenqualität oft nicht optimal ist (Treppen, Größe, energetische Sanierung ,...)

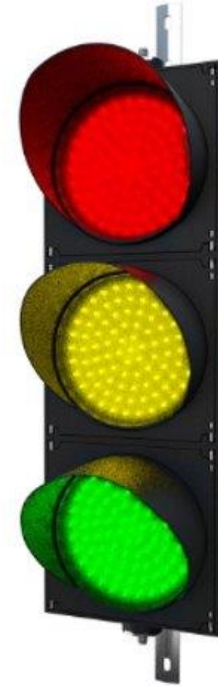
**WEGEN
GESCHÄFTS-
AUFGABE**

**Zukunftsprognose
des Gewerbebestandes in
der Innenstadt**

Zukunftsprognose – 2030

Fragestellung:

Gibt es den zu
beurteilenden Betrieb
noch in 2030 an dem
derzeitigen
Betriebsstandort?



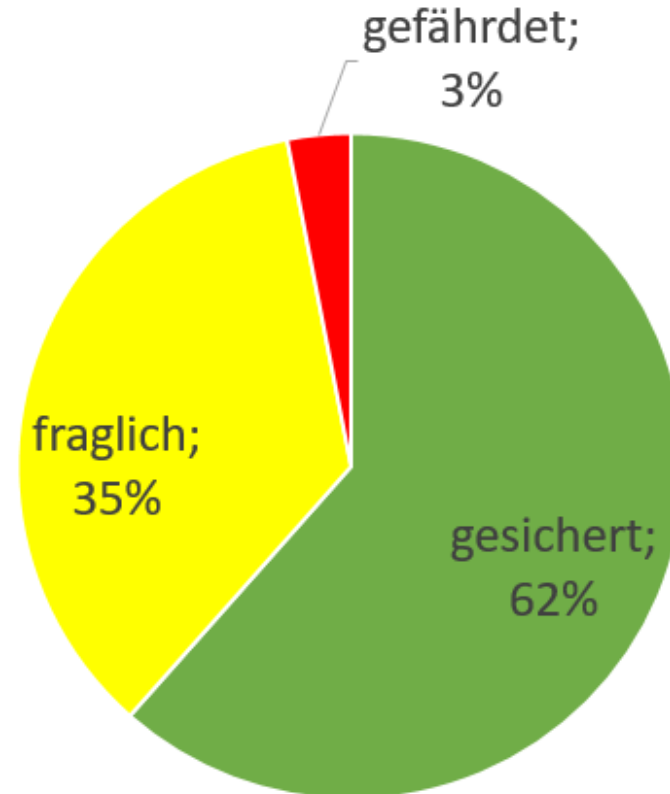
Zukunftsprognose 2030

130 Betriebe wurden beurteilt*

Kriterien: Alter, Nachfolgelösung,
Investitionsbereitschaft, Digitalisierung,
Mikrostandort, Selbsteinschätzung, ...

80 Betriebe mit guter Prognose,
4 Betriebe sind stark gefährdet
und weitere 46 fraglich

*ohne Leerstände



Zukunftsprognose 2030

Zeilenbeschriftungen	Zukunft 2030	gesichert	fraglich	gefährdet
Dienstleistung		69%	31%	0%
Einzelhandel		55%	39%	5%
Handwerk		67%	33%	0%
Tourismus		62%	35%	4%
Gesamtergebnis		62%	35%	3%



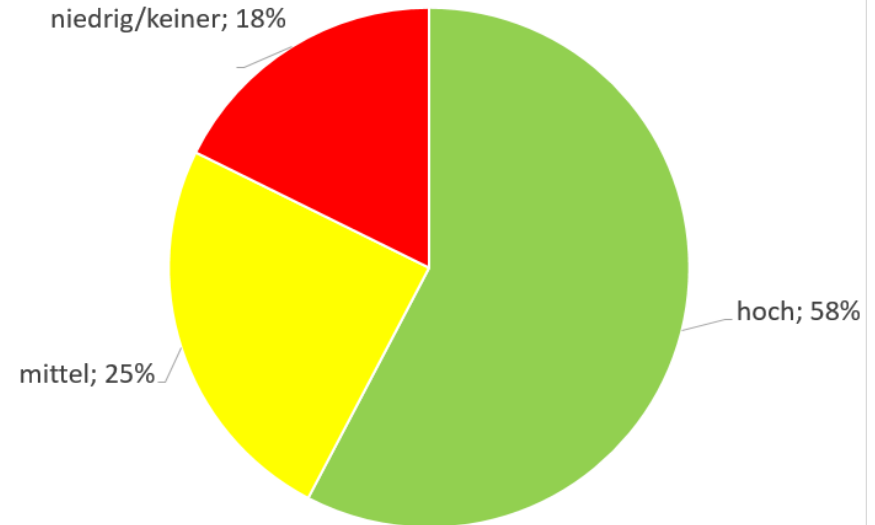
Wert für die Innenstadt

130 Betriebe wurden beurteilt*

75 Betriebe mit hohem
Innenstadtwert, aber nur **einer**
davon mit schlechter
Zukunftsprognose 2030

*ohne Leerstände und kommunale Betriebe

Der Innenstadtwert wird gemessen an:
Kundenfrequenz, Cross-Selling-Auslöser,
Attraktivität, Angebot



Stadt mit bis dato bester
Zukunftsprognose auf
Einzelbetriebsebene

Proaktiver Handlungsbedarf bei der Gruppe der „fraglichen“ Betriebe, die 35 % ausmacht.

1. Untersuchungsziel und -gegenstand

2. Analyse

- Bestandsanalyse
- **Stadtspaziergang**
- Passantenbefragung
- Frequenzmessung
- Marktbeschicker-Umfrage
- Digitalisierung-Check

3. Fazit



Stadtspaziergang Innenstadt


Stadtspaziergang 17. März

Intention des Stadtspaziergangs ist die Feststellung des ersten Eindrucks der Innenstadt aus verschiedenen Perspektiven.

Beurteilt werden:

- Öffentlicher Raum
- Fassaden
- Schaufenster und Außendarstellung
- Städtisches Grün und Blau
- Stehender und fließender Verkehr
- Stadtmöblierung

Sonderauftrag: Suche nach Standorten für Beschattung, Sitzgelegenheiten und Trinkwasserspender.

 Wir (i)leben Innenstadt

Stadtspaziergang

Im Rahmen der Innenstadt-Initiative bitten wir Sie, Ihre Innenstadt mal aus diversen Perspektiven unter die Lupe zu nehmen. Möglichst ist Ihr erster Eindruck in Ihrer persönlichen Wahrnehmung des Außenbereichs 'Ahoi der 'Vollkornler' maßgeblich geprägt durch Gestaltung der Betriebe und des öffentlichen Raums. Nennen Sie daher gute wie aber auch schlechte Beispiele und senden Sie diese mit Bild an thomas.kaiser@freiburg.ihk.de


Hier eine Orientierung:

1. Welcher Kategorie ist Ihre Beobachtung zuzuordnen?	Öffentlicher Raum, Stadtmöblierung, Beschattung <input type="checkbox"/> Fassadengestaltung <input type="checkbox"/> Schaufenstergestaltung innen <input type="checkbox"/> Außendarstellung Gestirflächchen <input type="checkbox"/> Außendarstellung Handel und Dienstleistung <input type="checkbox"/> Außendarstellung sonstiges <input type="checkbox"/> Standorte für Sitzgelegenheiten <input type="checkbox"/> Standorte für Beschattungsmöglichkeiten <input type="checkbox"/> Standorte für Trinkwasserspender
2. Ihre Rolle:	
3. Schlagwort festlegen: Kurze Beschreibung der Feststellung, z.B. Schaufenster XY	
4. Was haben Sie festgemerkt? Kurze Beschreibung in Stichworten	
5. Ließe sich das kurzfristig ändern?	Ist Ihre Feststellung eher negativ? <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein, braucht Überzeugungskraft <input type="checkbox"/> Ja, aber mit Aufwand <input type="checkbox"/> Nein, braucht finanzielle Mittel <input type="checkbox"/> Kann ich nicht sagen
6. Wer aus Ihrer Sicht ist verantwortlich?	<input type="checkbox"/> Eigentümer <input type="checkbox"/> Mieter <input type="checkbox"/> Stadt <input type="checkbox"/> Weder ich nicht <input type="checkbox"/> Sonstige (bitte eintragen):
7. Haben Sie dazu ein Bild angefertigt?	<input type="checkbox"/> Ja, dann bitte per Mail an thomas.kaiser@freiburg.ihk.de <input type="checkbox"/> Nein

Datum der Feststellung: _____
Straße, Hausnummer (Ort der Beobachtung): _____
Zusätzliche Hinweise: _____

Alternativ können Sie auch online die Beobachtungen eintragen: <https://forms.office.com/e/STqrV959y>

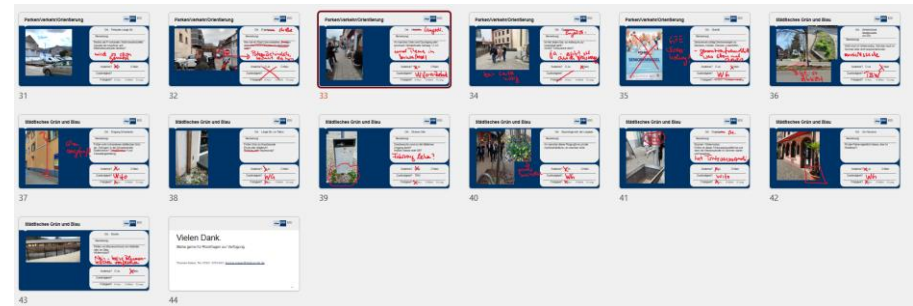
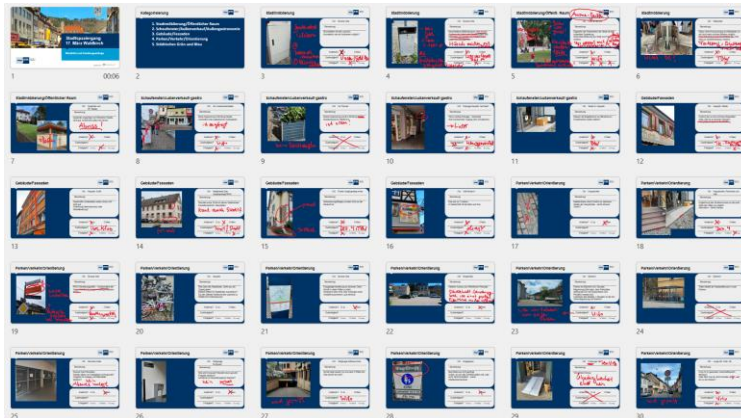
Projektleiter bei der IHK Südlicher Oberrhein
Thomas Kaiser, Tel 07621/2703-640, thomas.kaiser@freiburg.ihk.de



Stadtspaziergang 17. März

Die Ergebnisse wurden in einem 44-seitigen separaten Bericht festgehalten und der Wirtschaftsförderung/Stadtmarketing und Werbegemeinschaft zur Umsetzung empfohlen.

https://ihkso-my.sharepoint.com/:b/g/person/thomas_kaiser_freiburg_ihk_de/ER-vViET2J1Dqkp6m98h3vcB2s4rYBMK5gQZxefMy7Jodg?e=tp6EWf



Die Vielzahl der Feststellungen zeigt, dass die Waldkircher Akteure, ungeachtet des tollen Gesamteindrucks, Details aus den Augen verlieren. Dieses wird nun aber zunehmend sichtbar.

Es war kaum möglich, das viele „Klein-Klein“ der Feststellung an den entsprechenden Stellen der Stadtverwaltung anzubringen. Vorschläge werden derzeit nach „Neusortierung der Verwaltung“ nochmals aufgegriffen und sind teils schon in Arbeit.

... eine kleine Auswahl



Ort: Vor Linzerkuchenladen

Bemerkung:
Keine Abgrenzung in Richtung Straße
vorhanden trotz zugelassener Außengastro.
ist angefragt

Änderbar? Ja Nein

Zuständigkeit? *Wifo*

Fristigkeit? Kurz Mittel Lang



Ort: Hauptstraße, Parfümerie und
Volk

Bemerkung:
Angleichung des Straßenniveaus an die erste
Stufe der Läden wo möglich.
Alternative – kleine Rampe

Änderbar? Ja Nein

Zuständigkeit? *Dez. 4*

Fristigkeit? Kurz Mittel Lang




Ort: Entree Jünglingssteg rechts

Bemerkung:
Verbesserungsfähiges privates Grün an der
Häuserfront
privat
Sichtziel

Änderbar? Ja Nein

Zuständigkeit? *Dez. 4 + TBW*

Fristigkeit? Kurz Mittel Lang



Ort: Engelgasse

Bemerkung:
Beschilderung nicht gepflegt.
Unklar, ob nun alte Schriftart gelten soll, oder
nicht. Nicht Einheitlich – keine
Wiedererkennbarkeit

Änderbar? Ja Nein

Zuständigkeit?

Fristigkeit? Kurz Mittel Lang

... eine kleine Auswahl



Ort: Verkehrsinsel
Stadteinwärts
von EM

Bemerkung:

Wohl noch im Wintermodus. Soll aber auch im Sommer eher nicht ansprechend sein.

ansich Sache

Änderbar? Ja Nein

Zuständigkeit? *TBW*

Fristigkeit? Kurz Mittel Lang



Ort: Eingang Schusterstr.

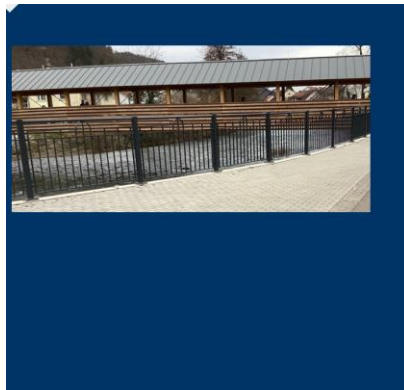
Bemerkung:

Früher wohl vorhandenes städtisches Grün als „Torbogen“ in die Schusterstraße
Raaktivierbar? ~~Oder Rückbau?~~ Und Fassadengestaltung.

Änderbar? Ja Nein

Zuständigkeit? *Wifo*

Fristigkeit? Kurz Mittel Lang



Ort: Elzufer

Bemerkung:

Fehlen von Blumenschmuck am Geländer oder am Steg.
Wintermodus?

Nein - keine Blumen-keimen versprechen

Änderbar? Ja Nein

Zuständigkeit?

Fristigkeit? Kurz Mittel Lang



Ort: Marktplatz

Bemerkung:

Sitzen ohne Konsumzwang am Marktplatz nur auf nicht mehr schönen Bänken möglich.
~~Kreis lädt nicht zur Kommunikation ein.~~ Holz führt zur Sprießenbildung. Anstrich.

Für Planung: Erhaltung + natl. Prozess

Änderbar? Ja Nein

Zuständigkeit? *TBW*

Fristigkeit? Kurz Mittel Lang

1. Untersuchungsziel und -gegenstand

2. Analyse

- Bestandsanalyse
- Stadtpaziergang
- **Passantenbefragung**
- Frequenzmessung
- Marktbeschicker-Umfrage
- Digitalisierung-Check

3. Fazit



Analysetoole Passantenbefragung

Was wünscht der Kunde oder Gast?

Die Passantenbefragung ist fester Bestandteil der Analyse und wird mit einem externen Dienstleister durchgeführt.

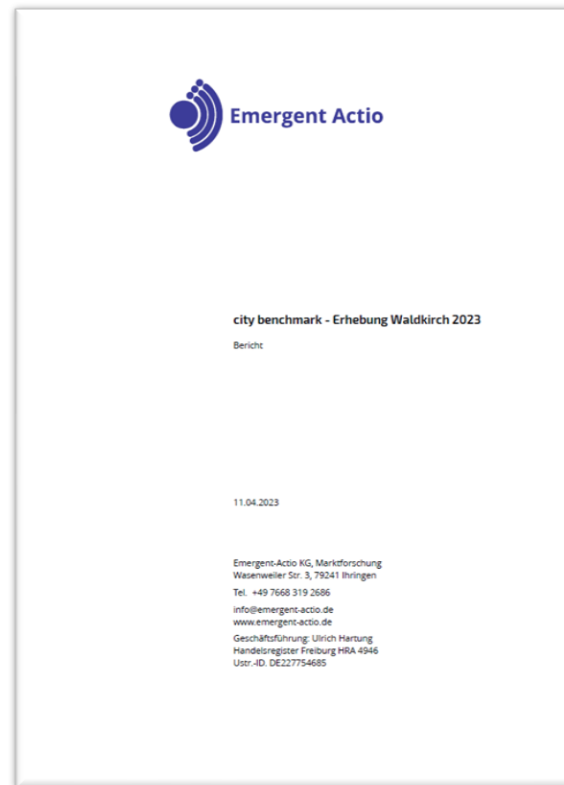
In Waldkirch wurden am 30. März und 1. April (einem Markttag und einem Nicht-Markttag) in Summe 140 Passanten durch Interviewer:innen befragt.

Die Befragung ist:

- stichtagsbezogen ein Blitzlicht
- trifft bewusst nur die “Noch-Besucher” der Innenstadt

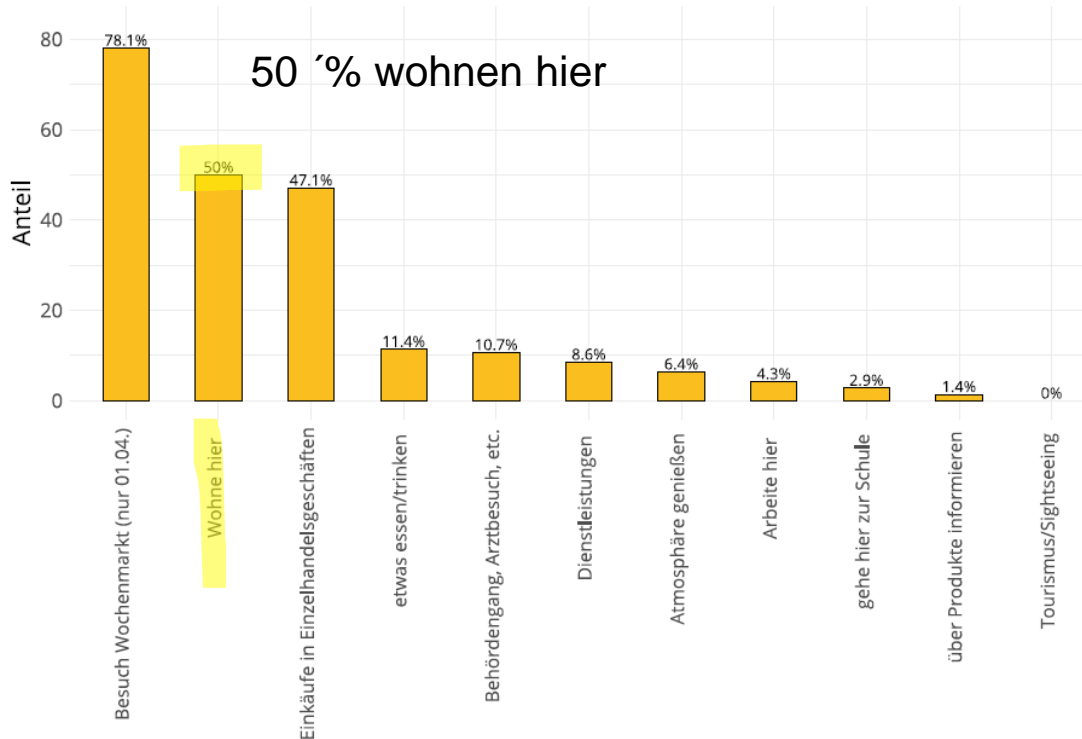
Der Gesamtbericht zum Download hier:

https://ihkso-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/thomas_kaiser_freiburg_ihk_de/EZJYzGQUqTFMtcMJQDt0-5cBjm5GauWo6lzSP4r3rdl5jw?e=G1ye39



Passantenbefragung – Besuchsmotiv

Aus welchem Grund besuchen Sie heute diese Innenstadt?



Am Befragungstag mit Wochenmarkt waren 78 % der Besucher wegen des Wochenmarktes in der Stadt.

Am Samstag haben zudem 52 % der Wochenmarktbesucher auch im Einzelhandel eingekauft.

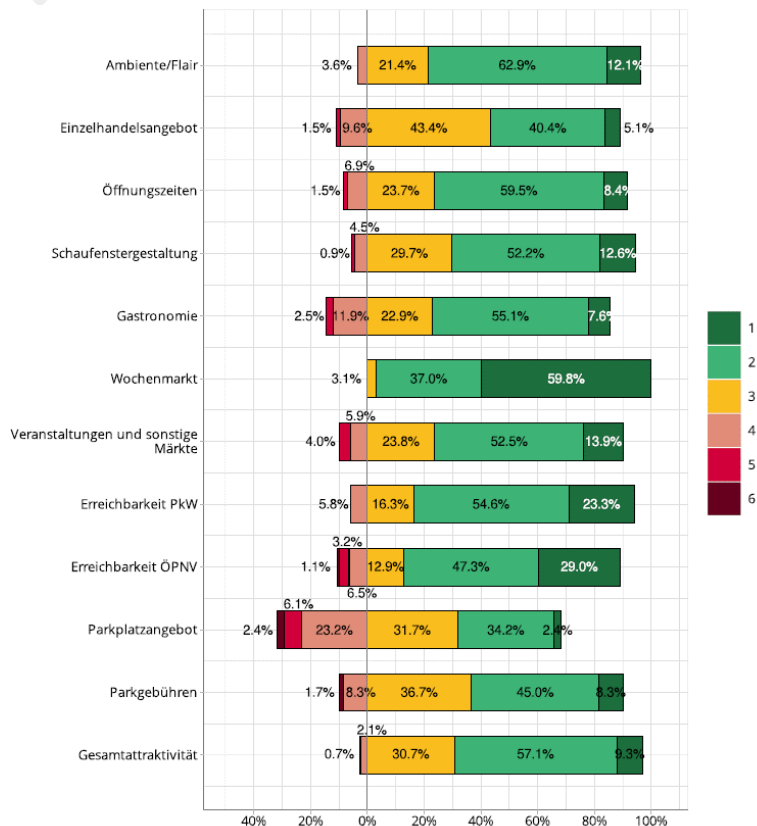
Weniger in Anspruch genommen wurde die Gastronomie, was wohl aber am schlechten Wetter lag.

Der Wochenmarkt ist das absolute Highlight der Innenstadt. Im Kielwasser des Wochenmarktes „schwimmen“ viele erfolgreich mit.

Marktmanagement ist extrem wichtig!

Waldkirchs Innenstadt lebt größtenteils von der eigenen, dort auch wohnenden, Bevölkerung. Mit Wandel der Bevölkerungsstruktur muss aber aufgepasst werden, dass man diese nicht verliert.

Ergebnisse Passantenbefragung – Einzelwerte



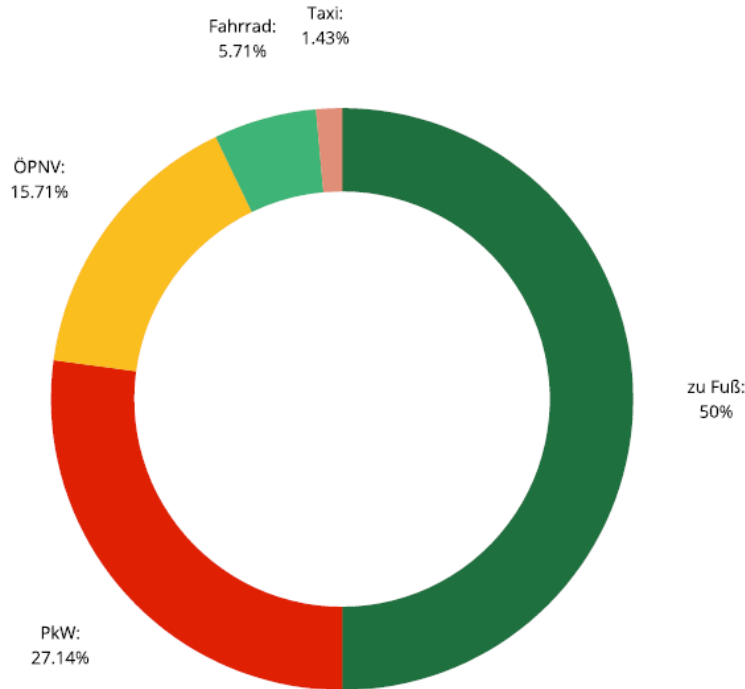
Besonders positiv wird der Wochenmarkt bewertet. Mit doch deutlichem Abstand gefolgt von Erreichbarkeit mit ÖPNV und PKW sowie günstigen bis kostenfreien Parkmöglichkeiten.

Kritik gibt es vor allem am wahrnehmbaren Parkplatzangebot in unmittelbarer Nähe zum Zentrum. Das gastronomische Angebot wird im Vergleich zum Einzelhandelsangebot etwas häufiger mit der Note 1 oder 2 bewertet, allerdings mit wenigen Ausreißern nach unten. Kann an der geschlossenen Eisdielen und Havanna-Bar liegen.

Mit 43 % wird der Einzelhandel nur mit „befriedigend“ bewertet. Daraus kann gefolgert werden, dass ein oder mehrere Magnetbetriebe fehlen.

Passantenbefragung – Verkehrsmittel

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen?



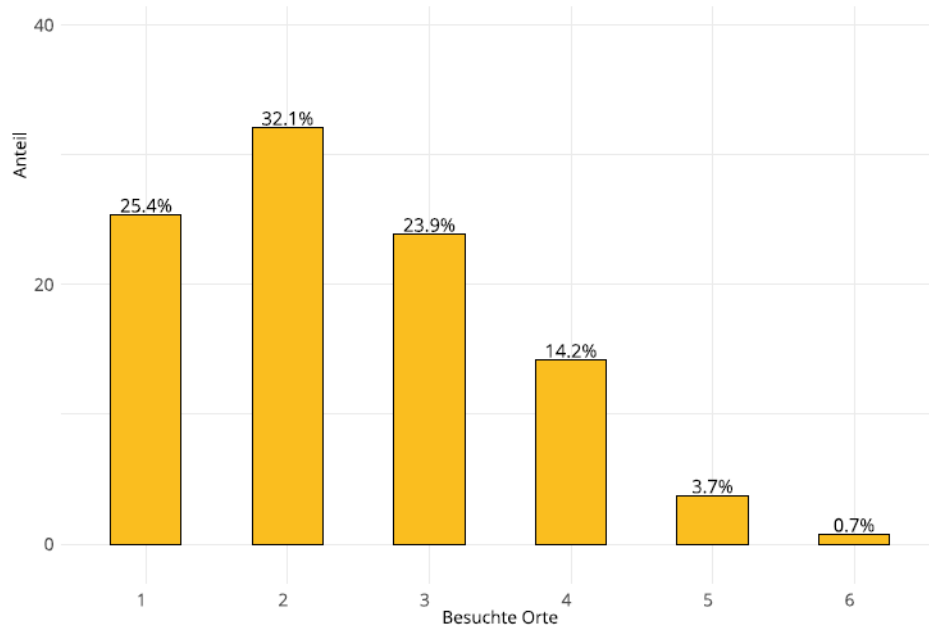
Der überdurchschnittlich hohe Wert der Fußgänger ist mitunter dadurch begründet, dass fast die Hälfte der Befragten auch in der Stadt wohnt.

Der PKW Anteil liegt mit 27 % deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von 46 %.

Rechnet man jedoch den Anteil der Befragten heraus, die in der Innenstadt wohnen und zu Fuß oder Rad gekommen sind, **so ist der private PKW mit einem Anteil von 55 % nach wie vor das favorisierte Verkehrsmittel.**

Ergebnisse Passantenbefragung – Cross-Selling

Wie viele Orte in dieser Innenstadt werden Sie heute voraussichtlich besuchen?
(z.B. Geschäfte, Gastronomie, Dienstleister, Behörden etc. insgesamt)



63 % der Befragten besuchten drei und mehr Orte in der Innenstadt.

Im Schnitt werden 2,41 Orte besucht, was ein sehr guter Wert ist. Waldkirch reiht sich hier in die TOP 10 vergleichbarer Orte in Baden-Württemberg ein.

1. Untersuchungsziel und -gegenstand

2. Analyse

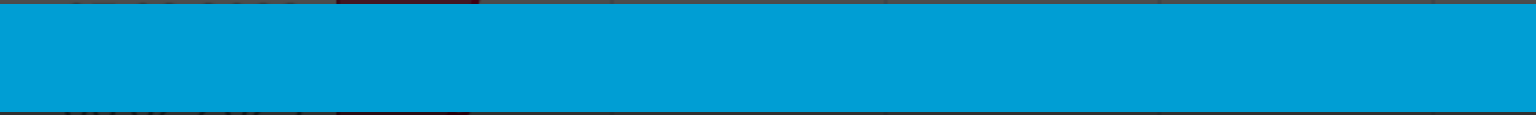
- Bestandsanalyse
- Stadtpaziergang
- Passantenbefragung
- **Frequenzmessung**
- Marktbeschicker-Umfrage
- Digitalisierung-Check

3. Fazit

18.02.2023
17.02.2023
16.02.2023
15.02.2023
14.02.2023
13.02.2023
12.02.2023
11.02.2023
10.02.2023
09.02.2023
08.02.2023
07.02.2023
06.02.2023
05.02.2023



Passantenfrequenz- messung



Fünf Messpunkte



An fünf Messpunkten wird mittels kalibrierter Mobilfunkabfrage (anonymisiert) die Passantenfrequenz seit 15.02.2023 gemessen.

Das Dashboard ist frei zugänglich:

Waldkirch: <https://dash15.emergent-actio.de>

Zugangsdaten:

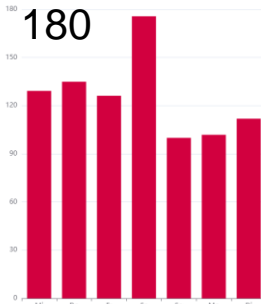
Benutzer: kaiser

PW: eTUC75rJPaHk

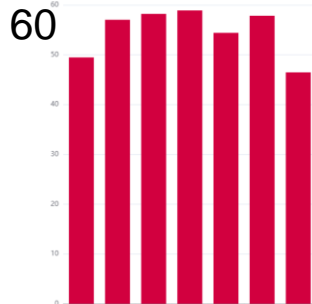
Die Reportfunktion wird derzeit noch entwickelt.
Daher bei der Interpretation der Werte aufpassen.

Frequenzmessung Innenstadt Waldkirch – Stundendurchschnitt an den Wochentagen

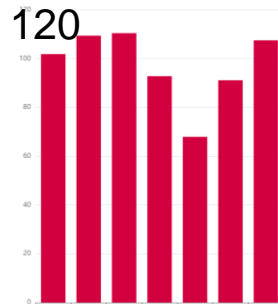
Marktplatz/
Rathaus



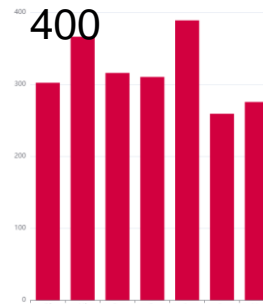
Lange Str./
Nefzger



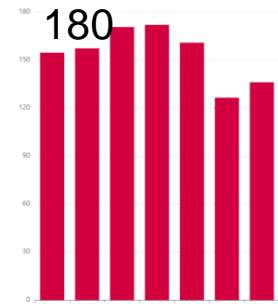
Lange Str. /
Flora Vita



Lange Str. /
Street One



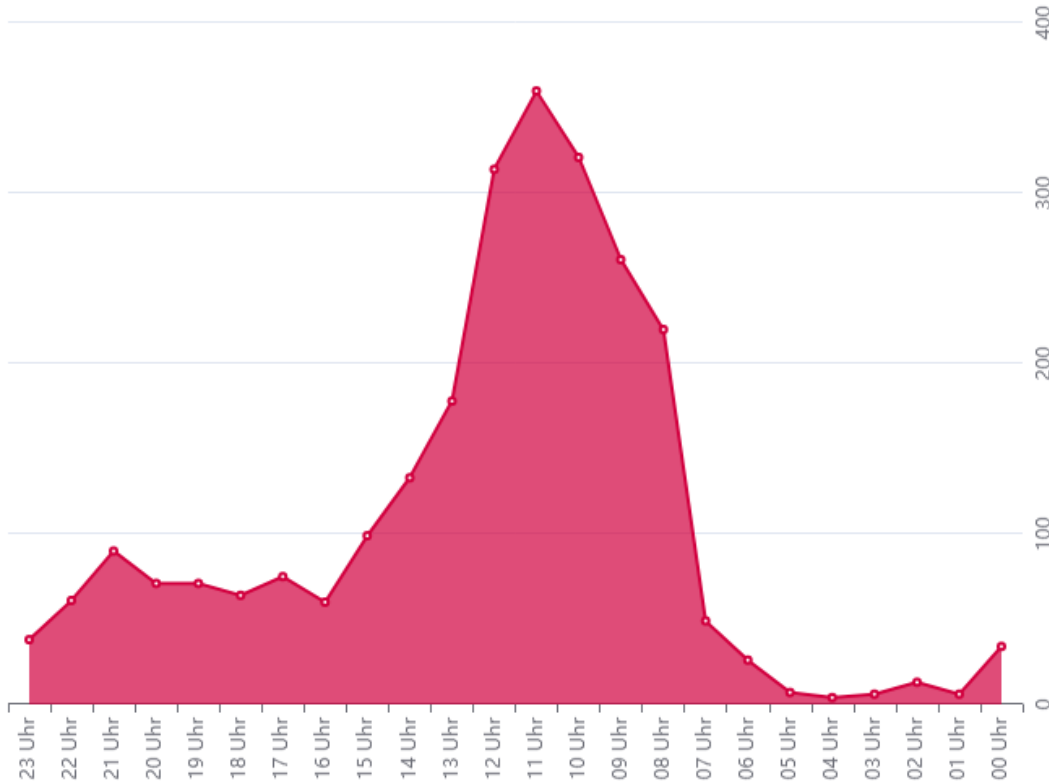
Engelstr./
Wintermantel



Angegeben sind hier die Passantenzählungen pro Wochentag und Stunde im Durchschnitt.

- Am Marktplatz sind Samstag, gefolgt von Mittwoch (Markttage), die Topwerte
- Der Marktplatz ist aber nicht die Top-Lage. Das ist die Ecke Lange Str./Engelstr.
- In Höhe Nefzger beträgt die Frequenz circa 1/6 derer bei Street One
- Der Sonntag hat keine dramatisch sinkenden Frequenzen
- Die Engelstraße hat als Entree fast durchgehend bessere Werte als andere Lagen

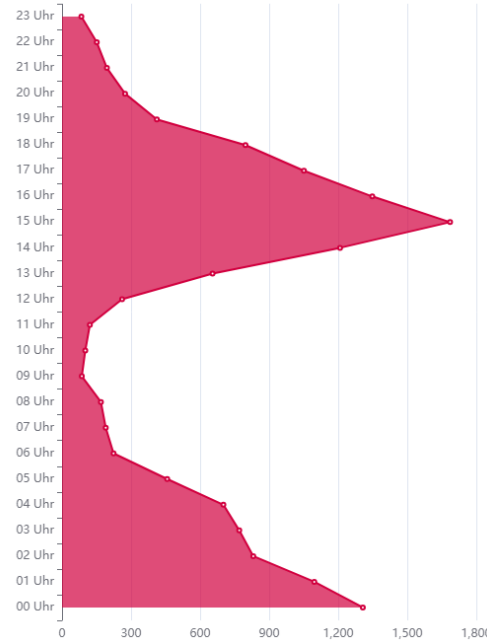
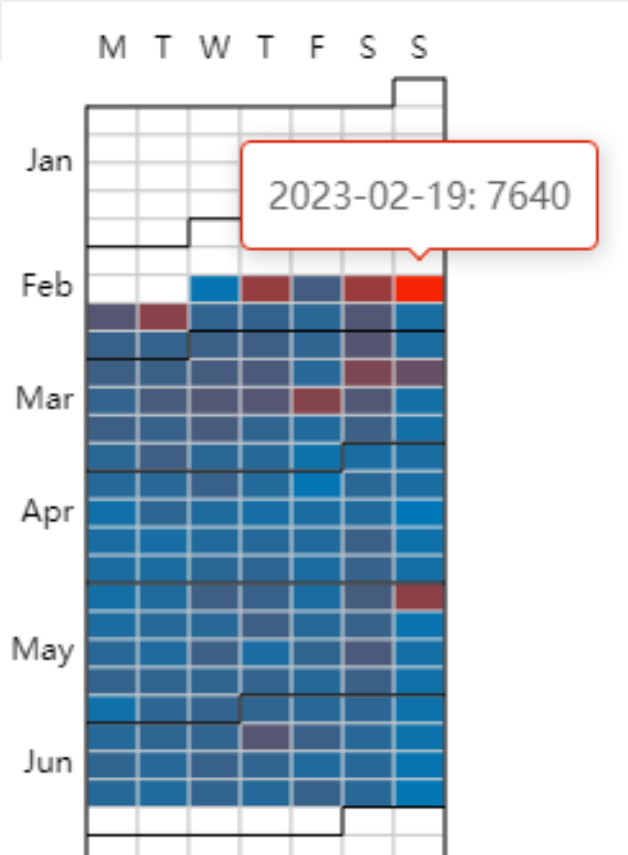
Frequenzmessung Innenstadt Waldkirch – Stundenverteilung an einem Markttag – hier 24. Juni 2023



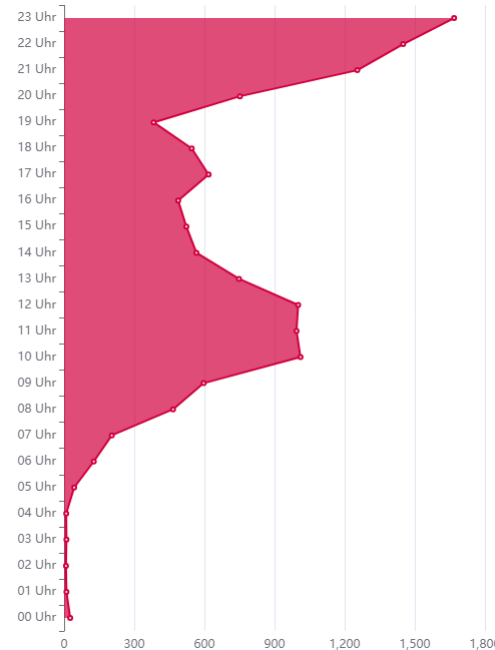
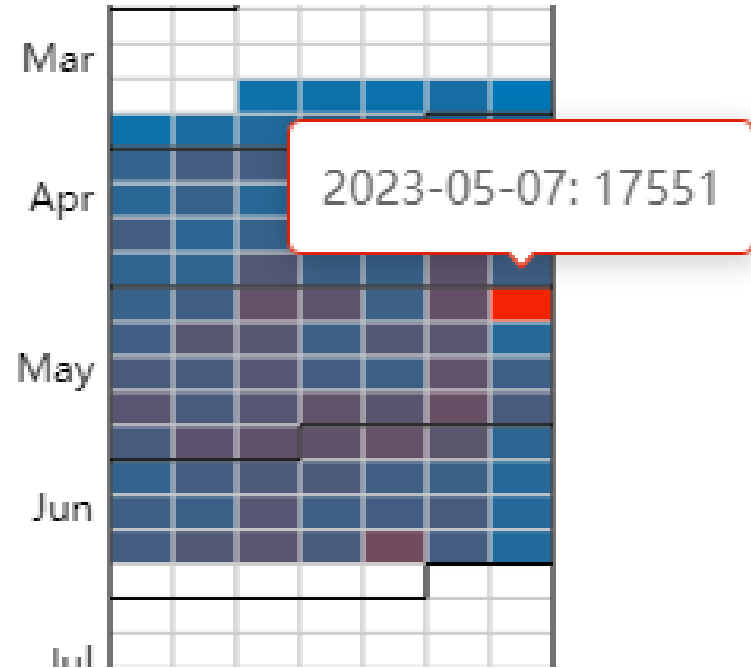
Gleich ab 8 Uhr mit Beginn des Marktes steigt die Frequenz erheblich an. Um 11 Uhr wird der Peak mit 350 Zählungen erreicht.

Die Frequenz nimmt dann kontinuierlich bis 16 Uhr ab und bleibt dann in einer Art „Grundrauschen“ von im Schnitt 60 – 80 Passanten pro Stunde.

Frequenzmessung Innenstadt Waldkirch – Wahlabend



Am Verkündungstag der Wahlergebnisse der BM Wahl wurden in Summe 7.640 Peaks vor dem Rathaus gemessen. Mit deutlichem Peak um 16 Uhr mit circa 1.700 Zählungen.



Zum Waldkircher Sonntag bei gutem Wetter wurden in Summe über den Tag 17.551 Passanten bei Street One gemessen. Mit deutlichem Peak nach 22 Uhr, der selbst den Mittagspeak übertraf. Eröffnung Havanna-Bar?

Großevents und der Wochenmarkt sorgen für überdurchschnittliche Besucherzahlen.

Die Grundfrequenz ohne Anlassbezug ist aber eher unterdurchschnittlich und bricht in Richtung der Randlagen Ende der Lange Str. deutlich ab.

1. Untersuchungsziel und -gegenstand

2. **Analyse**

- Bestandsanalyse
- Stadtpaziergang
- Passantenbefragung
- Frequenzmessung
- **Marktbeschicker-Umfrage**
- Digitalisierung-Check

3. Fazit



Beschickerbefragung Wochenmarkt Waldkirch

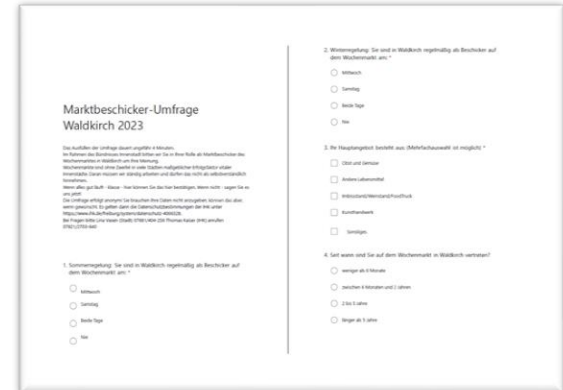
Befragung am 1. April

Die die Passantenbefragung ergänzende Umfrage der Marktbeschicker war eine Sofortmaßnahme, die im Lenkungskreis beschlossen wurde.

Diese fand unter Beteiligung des Marktamts und des Stadtmarketings am 1. und am 6. April statt.

Der Fragenkatalog zum Download:

https://ihkso-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/thomas_kaiser_freiburg_ihk_de/EYbgQ-beE3ZNojvQob8PJt8BkoWxjTcKAKvPZ9pWVvyhmRw?e=DsgmrU.pdf



Auswertung Wochenmarkt

Die Ergebnisse wurden in einem 28-seitigen separaten Bericht festgehalten und der Wirtschaftsförderung/Stadtmarketing und Werbegemeinschaft vorgestellt.

https://ihkso-my.sharepoint.com/:b:g/person/thomas_kaiser_freiburg_ihk_de/EQyXAK31NahOnqLC6_APx6gBO7AtTns3I22Dbyk0XL-U8Q?e=VhLt0c

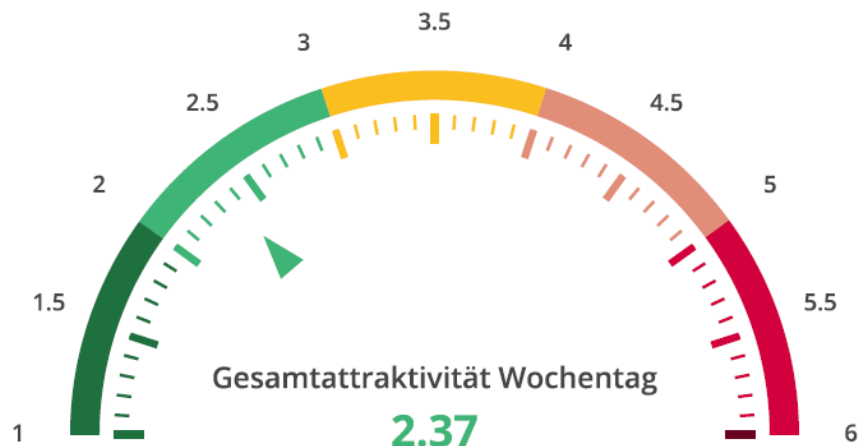


Passantenbefragung zum Wochenmarkt

Diese wurde am 30.3. und 1.4.2023 durchgeführt. Hier wurde 140 Besucher der Innenstadt befragt, auch zu Aspekten des Wochenmarkts.

Die Bewertungen unterscheiden sich nach dem Wochentag, an dem sie erhoben wurden:

Donnerstag, 30.03.2023



Samstag, 01.04.2023 (mit Wochenmarkt)



Passantenbefragung

Diese wurde am 30.3. und 1.4.2023 durchgeführt. Hier wurde 140 Besucher der Innenstadt befragt, auch zu Aspekten des Wochenmarktes.

Wochenmarkt

3.1%






37.0%

59.8%

- 97 % der Befragten finden den Wochenmarkt sehr gut und gut!
- Ist wesentlicher Faktor der attraktiven Innenstadt Waldkirch.
- Bewertungen der Gesamtinnenstadt fallen an Wochenmarkttagen um fast 20% besser aus.
- 78 % der Befragten gaben an Wochenmarkttagen den Besuch desselben als Hauptmotiv für den Besuch der Innenstadt an.

Angebot:

3. Ihr Hauptangebot besteht aus: (Mehrfachauswahl ist möglich)

	Obst und Gemüse	11
	Andere Lebensmittel	19
	Imbissstand/Weinstand/FoodTru...	1
	Kunsthandwerk	1
	Sonstiges	5



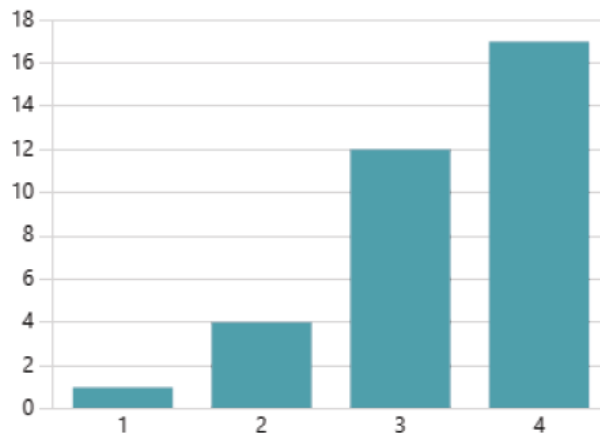
Die
Schwerpunkte
Regionalität
und
Bauernmarkt
sind richtig und
sollen
unverändert
bleiben.

Gesamt-
Zufriedenheit
aus Sicht der
Beschicker:

6. Wie beurteilen Sie Ihre Gesamtzufriedenheit hinsichtlich des Wochenmarktes in Waldkirch derzeit?

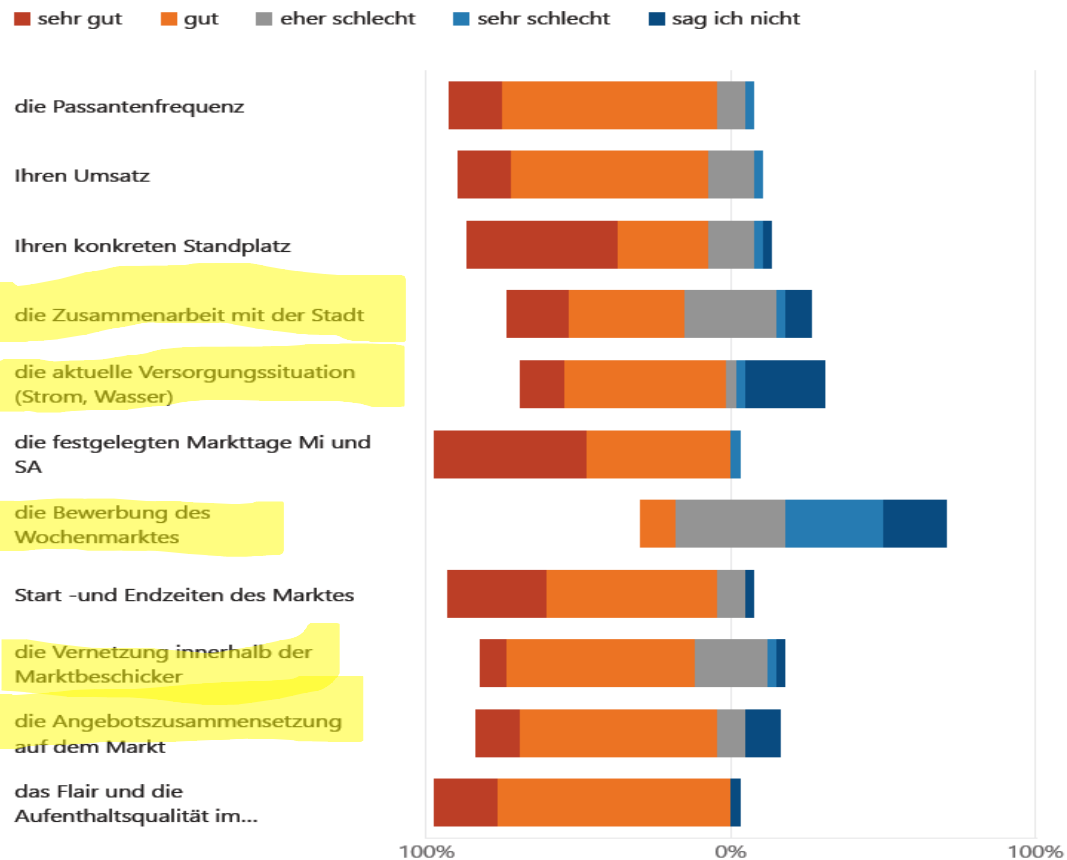
3.32

Durchschnittliche Bewertung



Marktbeschicker-Umfrage

Bewertung in Teil- bereichen:



Marktbeschicker-Umfrage

10. Was könnte bei der Bewerbung seitens der Stadt verbessert werden?



Marktbeschicker-Umfrage

11. Haben Sie weitere Ideen, wie der Wochenmarkt attraktiver werden könnte?



Marktbeschicker-Umfrage

Haben Sie weitere Ideen, wie der Wochenmarkt attraktiver werden könnte?

- Marktmeister fehlt
- Keine Beteiligung der Marktleute
- Gebührenerhöhung 50%
- Kein Ansprechpartner
- Markt wird verwaltet
- Saisonale Teilnehmer wissen nicht, wohin
- Toiletten sind sehr unsauber, stinkt
- Beispiel Emmendingen - dort hängt Tafel, woraus letzte Reinigung (Datum, Uhrzeit) hervorgeht
- > Ausweichen auf Heitzmann; schade, weil neu renoviert.
- Treffen Beschicker, Stadt -> Gruppendynamik, Vernetzung
- Kostentransparenz (Dienstleistungen, Gebühren, sonstige Aufw., Personal)

Aktives Betteln untersagen -

Länger Marktzeiten bis 13:00 h

Parkausweise für Markthändler an Markttagen (hat z.B. EM)

Angst wegen Abriss VoBa - Wohin mit Stand?

Berechtigungsschein für Marktbeschicker gibt es in EM

Attraktivität für Marktbeschicker erhöhen, damit nicht so viel Leerstand. Oft zu wenig Stände da. Parkberechtigung für Standbetreiber, da Parkticket nur für 2,5 gelöst werden kann, um 11.30 aber keiner den Stand verlassen kann um nachzulösen. Marktzeiten anpassen, Sommer eine Stunde länger, Winter evt. später anfangen. Kommunikation mit der Stadt verbessern

Beschwerde: Früher war ich Mi und Sa da. Dann kam ich nur noch Mi, weil mein Standplatz immer weiter nach oben geschoben wurde. Jetzt hat ein anderer meinen Platz am Sa bekommen, ohne dass ich gefragt wurde, ob ich wieder komme, wenn ich meinen Platz bekomme.

Dinge anbieten, die man außerhalb vom Markt nicht bekommt -> Wichtigkeit hervorheben.

Frau K. als Ansprechpartnerin gut, aber nicht im Vergleich zu Herrn Flach. Sollte aktiver auf dem Markt präsent sein.

Fußgängerzone von 7:00 -13:00 h - keine fahrende Fahrräder an Markttagen -

k.A.

k.A.

K.A.

Kunden beschweren sich oft über Parkprobleme

Marktmeister wie früher,

persönlicher Kontakt zu Stadt fehlt etwas.

Nochmal ein Imbiss-Stand zum Verweilen

Schöner Christbaum + Licht

Werbung in der Landkreisen EM FR VS LA

- **Der Wochenmarkt hat herausragende Bedeutung für die Innenstadt heute und in Zukunft**
- **Der Standort Wochenmarkt ist richtig**
- **An der Zukunftsfähigkeit der Marktbesicker muss gemeinsam gearbeitet werden**
- **Die Marktbesicker sind wichtige Partner der Innenstadtentwicklung, die mehr als nur verwaltet werden müssen**

Es zeigt sich, dass das Management des Wochenmarkts, welches bei der Marktbehörde liegt, mehr verwaltet als gestaltet.

Hier sind gemeinsame Wege zu finden, wie der wichtige Baustein Wochenmarkt enger mit dem Stadtmarketing verzahnt werden kann.

1. Untersuchungsziel und -gegenstand

2. Analyse

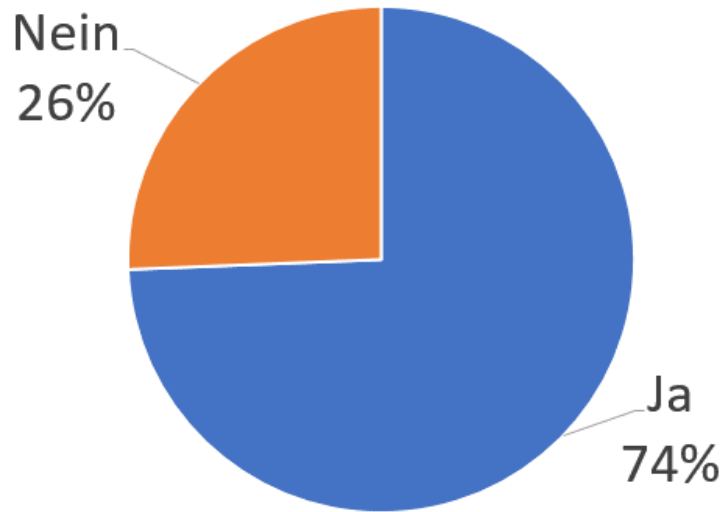
- Bestandsanalyse
- Stadtpaziergang
- Passantenbefragung
- Frequenzmessung
- Marktbeschicker-Umfrage
- Digitalisierung-Check

3. Fazit

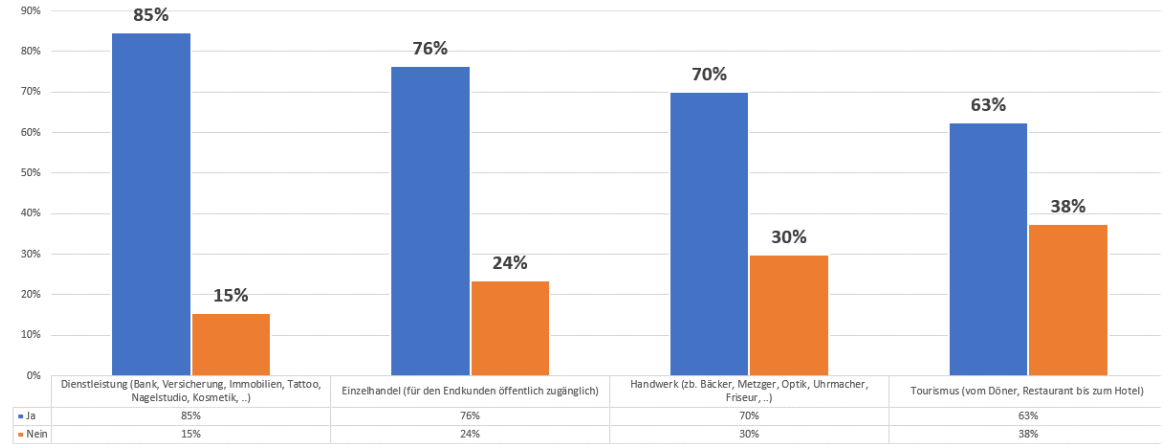
The background features a dark blue space filled with glowing particles and digital circuitry. A hand is shown in the foreground, with the index finger pointing towards a bright, glowing circular interface element. The overall aesthetic is high-tech and futuristic.

Bericht Digitalisierungsgrad auf Einzelbetriebsebene

Wer hat überhaupt eine Website?



Wer hat überhaupt Website nach Branchen?

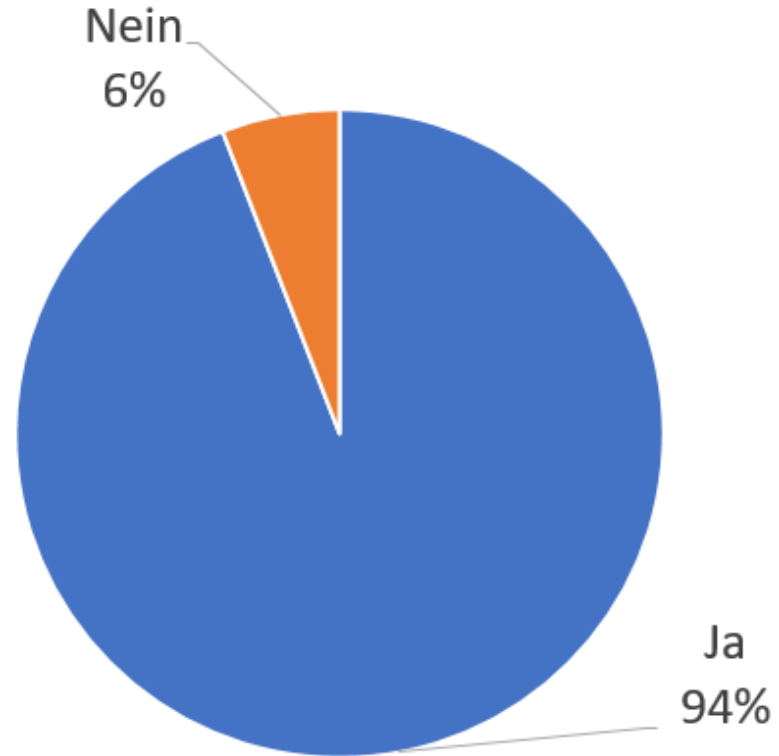


Tourismus mit größten Nachholbedarf

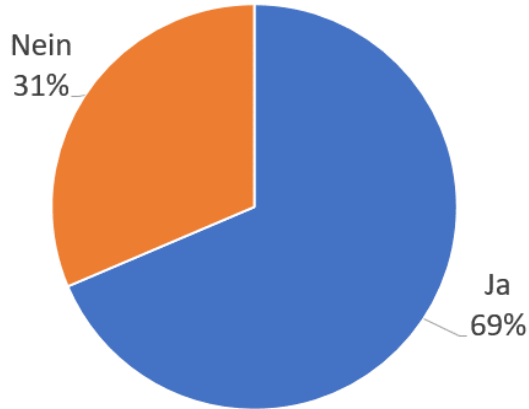
Wer hat Google My Business Eintrag?

Teilweise auch Betriebe ohne Website aber mit Google Unternehmensprofil

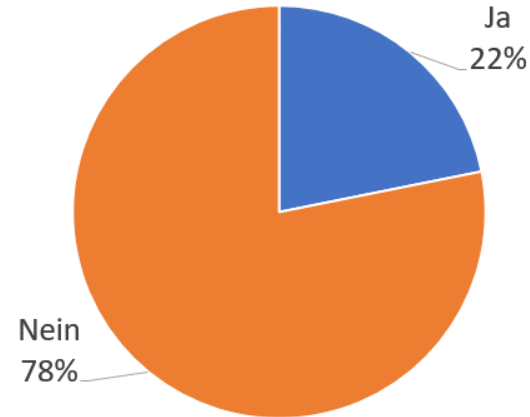
Aber welcher der Einträge wurde selbst erstellt und wird auch gepflegt?



Wer hat eine eigene Facebook- oder Instagramseite?



**31 % Betriebe ohne
Facebookseite**



**78 % Betriebe ohne
Instagramseite**

Nachholbedarf auf einzelbetrieblicher Ebene vorhanden. Kostenfreie IHK Angebote und andere weiter anbieten.

Kollektive digitale Produkte der Standortgemeinschaft wurden nicht auf den Prüfstand gestellt.

Die Werbegemeinschaft hat eine digitale Kundenkarte mit dem Systempartner isi.card (IT-Werke) verwirklicht.

1. Untersuchungsziel und -gegenstand

2. Analyse

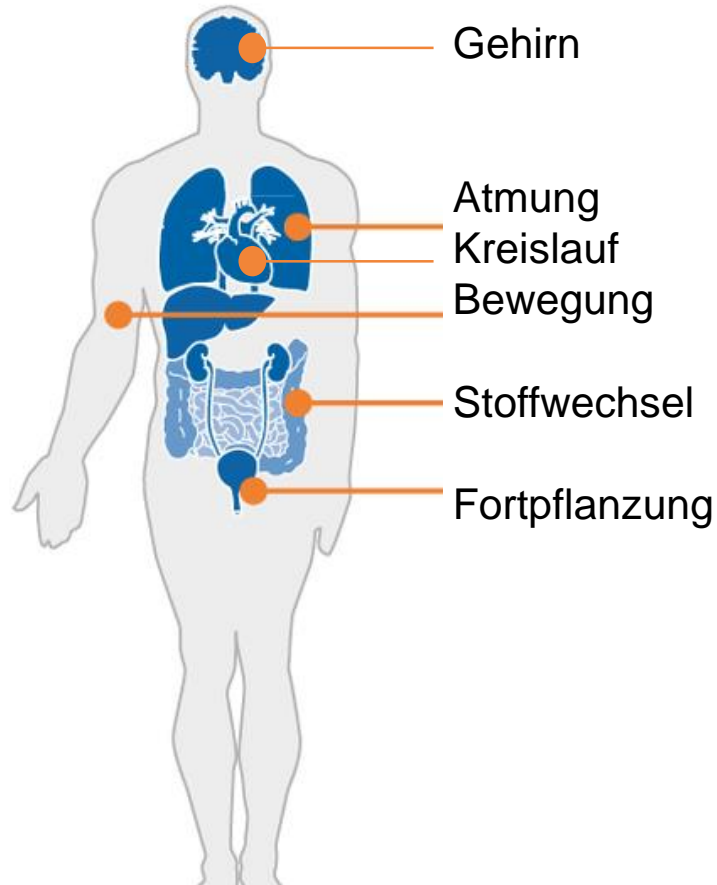
- Bestandsanalyse
- Stadtpaziergang
- Passantenbefragung
- Frequenzmessung
- Marktbeschicker-Umfrage
- Digitalisierung-Check

3. Fazit



Fazit aus
Zustandsbericht und Bewertung

BILD: PATIENT INNENSTADT?



Leidet der Patient unter multiplem Organversagen oder sind einzelne Organe betroffen?

→ Diagnostik nötig auf Basis von Symptomen

→ Feststellung der Ursachen – Krankheitsbild

→ Therapieplan/Vorsorgeplan

PROBLEMFELDER IN WALDKIRCH

- Kein Schutzmechanismus für innenstadtrelevante Sortimente
- Wenig konkrete Zielvorgaben der Innenstadtentwicklung
- Details werden „vergessen“, vielleicht auch wegen ungeklärter Zuständigkeit oder anderer Prioritäten in Zeiten knapper Ressourcen (Personen, Geld)
- Innenstadtmarketing ist Querschnittsfunktion vieler Akteure aus Stadtverwaltung, Handel, Tourismus, Dienstleitung, freien Berufen und Bürgerschaft, die aber wenig abgestimmt agieren
- Werbegemeinschaft mit Gefahr der Überalterung
- Außer Wochenmarkt kein wirklicher Magnetbetrieb in der City
- Verkehrsbelastung Lange Straße ungelöst, solange Spannungsfeld zwischen Erreichbarkeit und Aufenthaltsqualität ungelöst ist. Hier will keiner die „Zündschnur anzünden“

Die “Schul”noten

Acht wesentliche erfolgskritische Faktoren mit deren Ausprägungen

Ambiente und Flair	Städtebau, Altstadtflair, Plätze, Grün, Park, Fassaden, Schaufenster, Außengestaltung, Wasser, Stadtmöblierung, Touristische Highlights, Fußgängerzone
Nutzungsmischung	Einzelhandelsangebot, Spezialisten, Gastronomie, Behörden, Banken, Kultur, Freizeit, Shopping Center, Verdichtungsgrad, Magnetbetriebe, durchgängiger Geschäftsbesatz in A-Lage, Gesundheitswesen, Filialisierungsgrad, Leerstandsquote und -dauer
Erreichbarkeit und Parken	Parkplatzanzahl, ÖPNV, Parkgebühren, Parkraumbewirtschaftung, Parkleitsystem, Kurzzeitparken, Stadtbus der Stadtteilpendler, neue Mobilität e-Mobilität, Baustellenmanagement, Zugänge zur Innenstadt
Spaß- und Erlebnisfaktor	Sonderveranstaltungen, Wochenmarkt, verkaufsoffene Sonntage, Sauberkeit, Sicherheit

Die “Schul”noten

Acht wesentliche erfolgskritische Faktoren mit deren Ausprägungen

Services analog	Öffnungszeiten, Ruhetage, Kundenkarten, Lieferdienste, Parkgebührenrückvergütung, Beschilderung analog, natürliche Wegeführung
Services digital	Digitale Sichtbarkeit als Einzelner und im Verbund, lokaler Onlinemarktplatz, virtueller Stadtrundgang, Google Business Einträge, Stadtinformation APP , Stadtinformation WEB, Onlineshops der Betriebe, Click & Collect, WLAN öffentlich
Vermarktung und Management der Innenstadt	Identifikation mit der Stadt, Brand Stadtmarketing, Kommunikationswege, Wiedererkennbarkeit der Marke Stadt und Innenstadt, personelle Ausstattung Stadtmarketing, finanzielle Ausstattung Stadtmarketing, Eigentümergebindeung, Zusammenarbeit Stadt und Werbegemeinschaften, Wochenmarkt
Innenstadtpolitische Haltung	Zentren- und Märktekonzept, Masterplan Innenstadt, Gestaltungssatzung, Sondernutzungssatzung, Ordnungsdienst, Schlüssel-Immobilienkauf, ...

Note – Innenstadt 6/2023



2.8



Stärken

- Herausragender Wochenmarkt
- Toller Mix aus vielen kleinen Geschäften
- Fünf Cafés und zwei Eisdielen
- Eingebettet in touristisch spannender Region
- Stadtbildprägende Gebäude mit Altstadtanmutung
- Mit der Elz und dem Elzufer innenstadtnaher Ort der Ruhe und Besinnung
- Gute Erreichbarkeit mit PKW und ÖPNV
- Hoch frequentierte Durchfahrt durch Lange Straße als Potenzial, um auf sich aufmerksam zu machen (Werbefaktor)
- Hauptamtliche “Kümmerer” schon vorhanden – Stadtmarketing
- Ehrenamtliche Stadtmarketingmacher in der Werbegemeinschaft
- Etablierte und neue Events, die überregional Besucher locken
- Fußgängerzone schon vorhanden mit Marktplatz und Engelstraße

Schwächen



- **Innenstadtmarketing erfordert ressortübergreifende Zusammenarbeit in Stadtverwaltung, an der es aber manchmal klemmt**
- **Unterschiedliche Akteursgruppen im Kontext “Innenstadt”, die teils unabgestimmt arbeiten**
- **Keine Zieldefinition “Wohin mit unserer Innenstadt”. Daher unklare oder keine Maßnahmen, die im Spannungsfeld zwischen Wirtschaftsförderung, Aufenthaltsqualität, Klimawandel und Mobilitätswandel und knappen finanziellen Ressourcen stehen**
- **Fehlendes Einzelhandelskonzept**
- **Werbegemeinschaft macht Innenstadtmarketing – hat aber kein nachhaltig gesichertes Budget**
- **Werbegemeinschaft überaltert**
- **Lage Schusterstraße ohne klares Profil eher kritisch. Für Quartiersbildung könnte Waldkirch zu klein sein**
- **Verkehrlich stark frequentierte Lange Straße, die auf der einen Seite Erreichbarkeit und Sichtbarkeit herstellt, auf der anderen Seite aber die Aufenthaltsqualität mindert**
- **Kaum Einbindung der Eigentümer**
- **Im Detail nachlassender erster Eindruck von Ambiente und Flair “Fassaden - Sitzen - Brunnen - Klappläden - Grün”**



Chancen

- Stadtverwaltung als Ermöglicher positionieren
- Starke Werbegemeinschaft
- Hohe Stadtidentifikation
- Die DNA ist angelegt und muss „nur“ aufpoliert werden
- Café – Kultur vorhanden
- Fördertopf Innenentwicklung des Landes BW als möglicher Booster für das Thema Flächenmanagement

Risiko



- Knappe Haushaltsmittel, damit Kampf um Budgets für Innenstadtmarketingaktivitäten
- Starke Abhängigkeit vom Wochenmarkt als Zugpferd
- Zu früher Switch hinsichtlich der Erreichbarkeitsanpassungen PKW führt zu schlechten Standortbedingungen insbesondere im Einzelhandel
- Politik des „Laufenlassens“ könnte fortgesetzt werden, obwohl jetzt Weichenstellungen nötig wären
- Eigentümer sind schwer bis nicht einbindbar
- Überalterung der Inhaberschaft und der Eigentümer und der Innenstadtbesucher
- Innenstadt wird räumlich zu groß gedacht

Vielen Dank.

Ich stehe gerne für Rückfragen zur Verfügung.

Thomas Kaiser, Tel. 07821 2703-640, thomas.kaiser@freiburg.ihk.de