

Den Einzelhandel erreichen.

Erfolgsfaktoren für den Dialog mit Innenstadtakteuren aus dem Projektverbund ORTSMITTEN und THE STÄDT – Einzelhandel und Mobilität in Baden-Württemberg

*Dr. Angelika Jäkel, Teamleitung Fußverkehr, Ortsmitten,
NVBW Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH*

24.09.2025, 1. Österreichischer Fußverkehrsgipfel, Graz

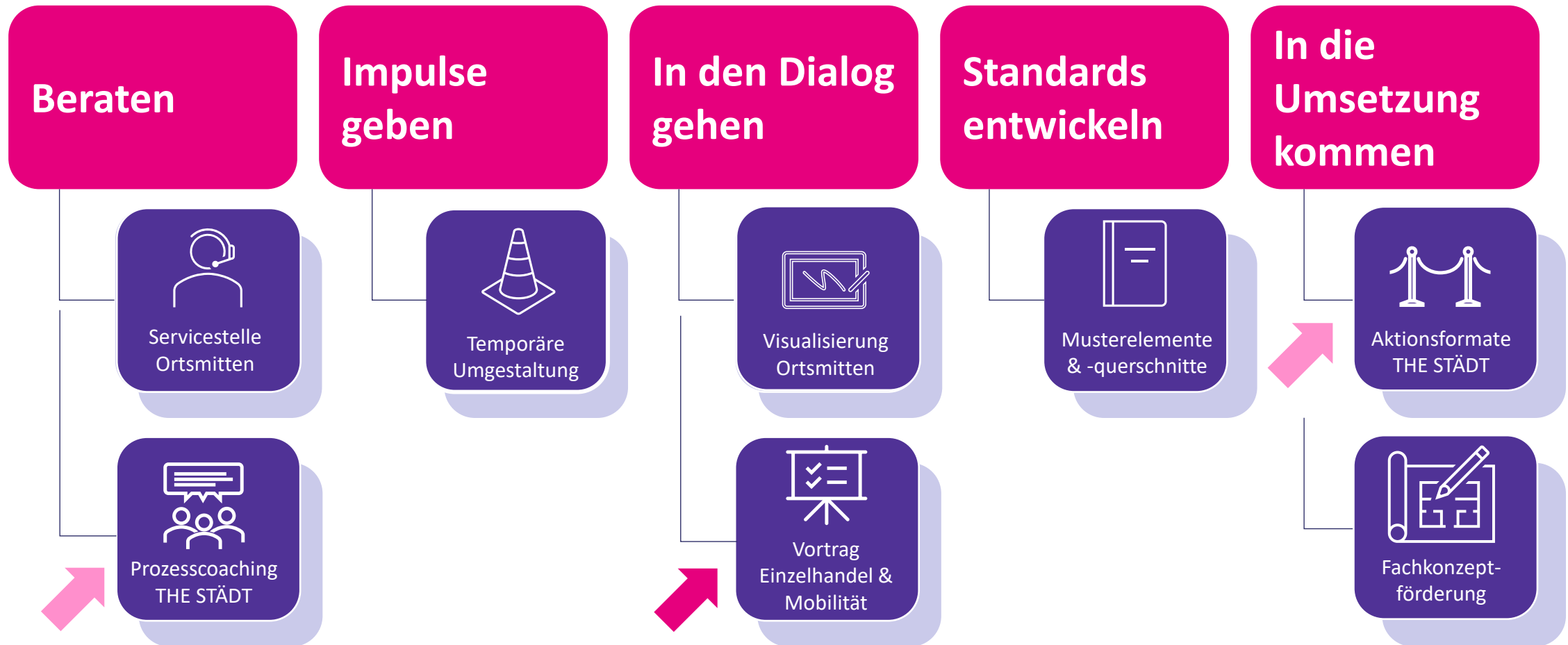
Gefördert
durch



Baden-Württemberg



Überblick Ortsmitten-Toolbox ortsmitten-bw.de/



THE STÄDT Einzelhandel und Mobilität - Projektbausteine

Intro



Teilprojekt 1
Recherche +
Wissenstransfer

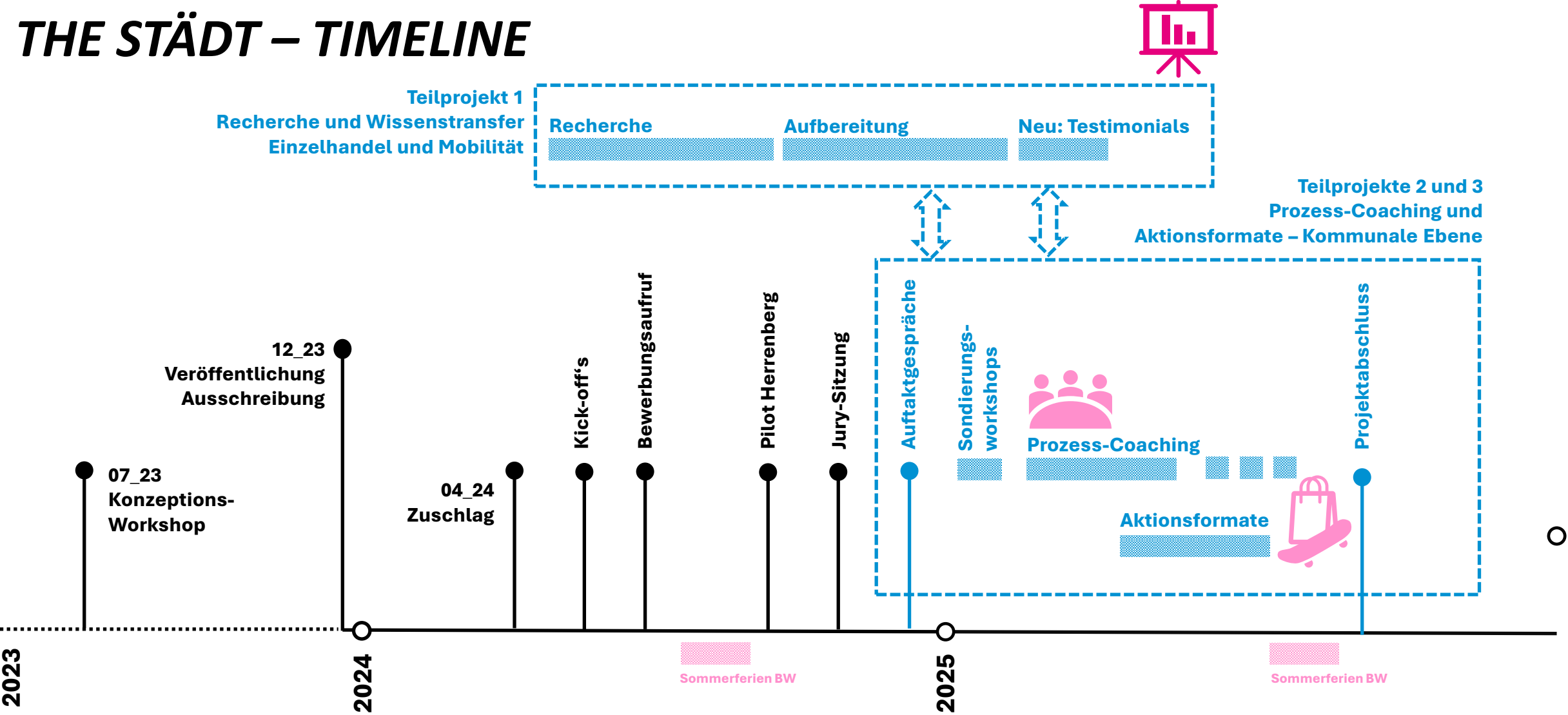


Teilprojekt 2
Prozesscoaching

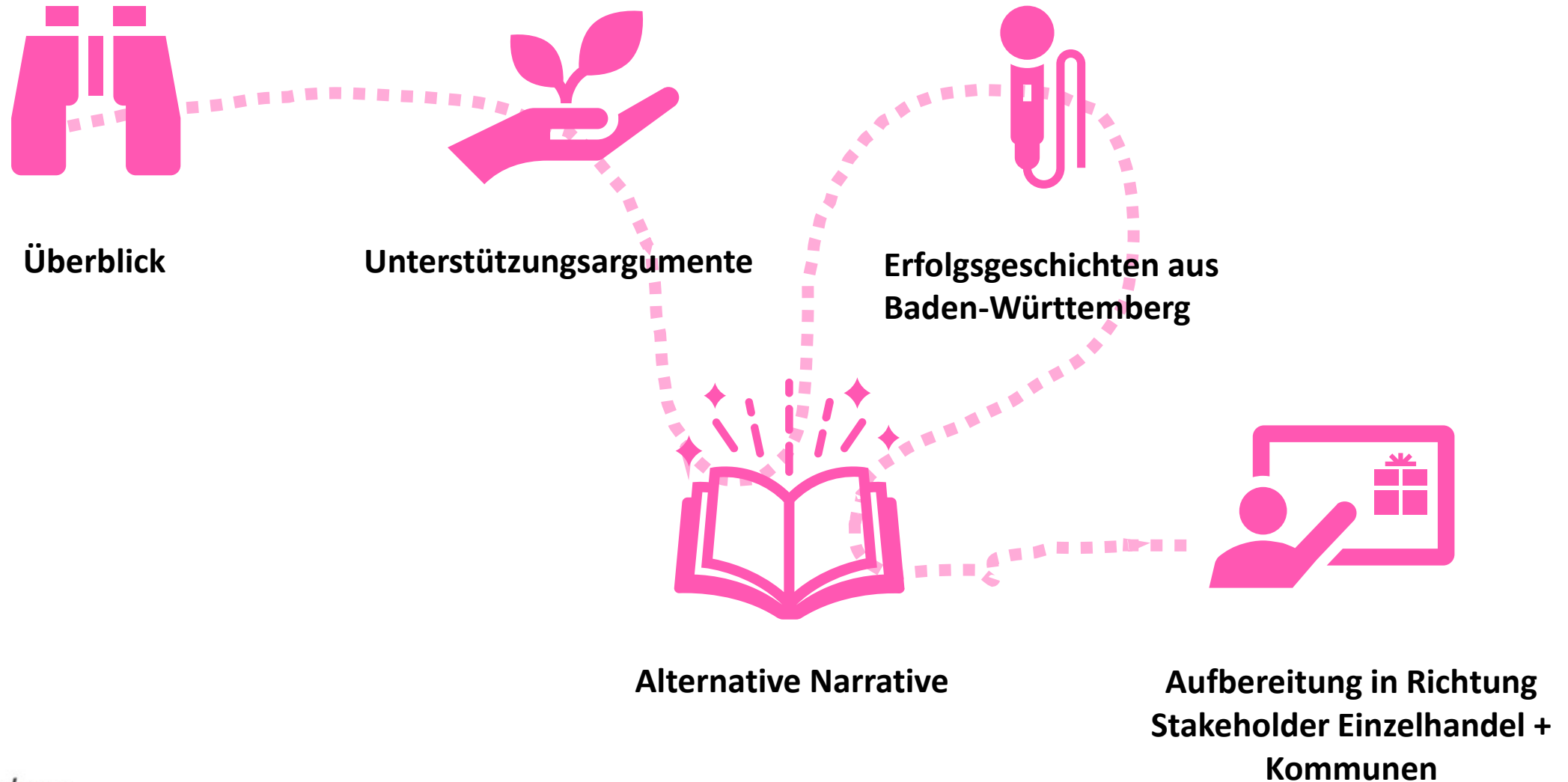


Teilprojekt 3
Aktionsformate

THE STÄDT – TIMELINE

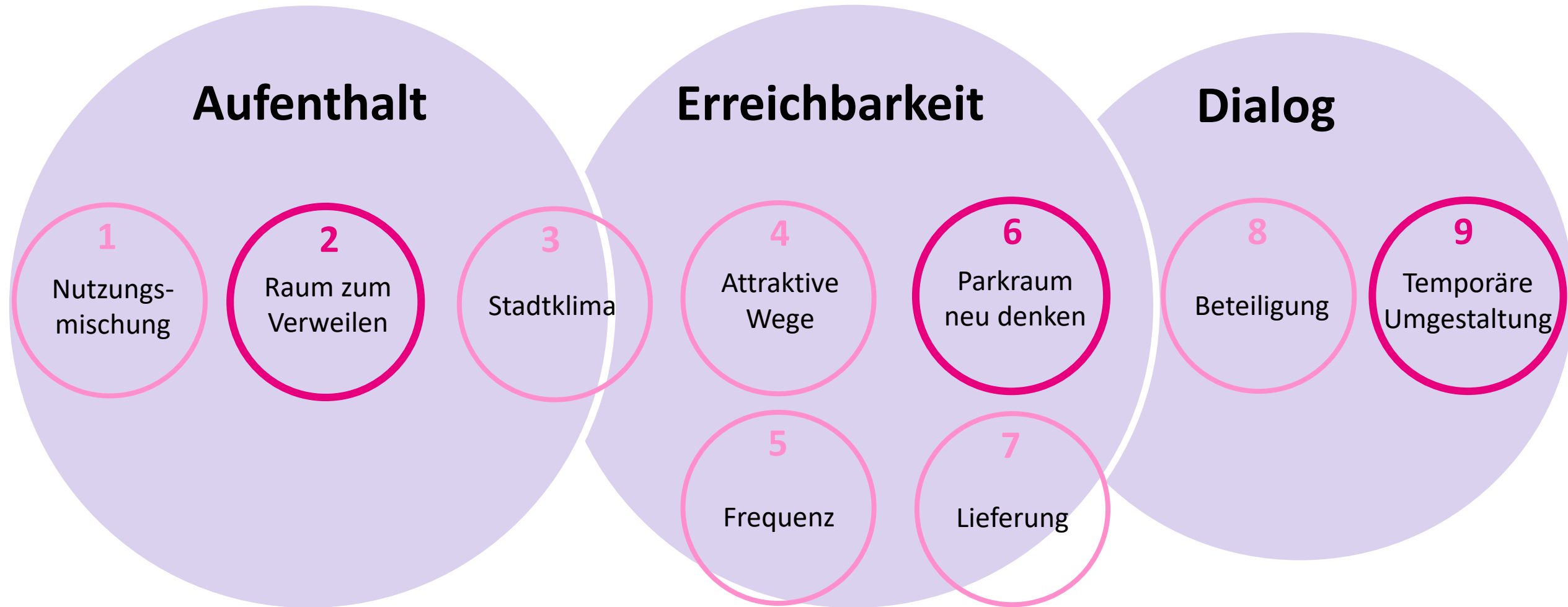


Ziele von Recherche und Aufbereitung



Drei Hebel für ein gutes Zusammenspiel

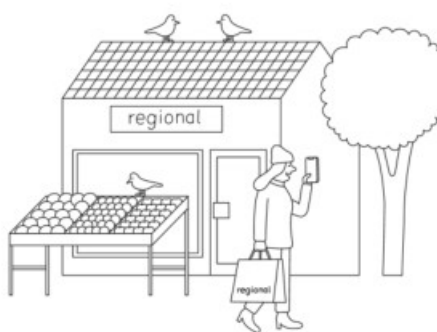
Intro



Folientypen und Zielgruppen

Stationärer Einzelhandel im Wandel

Intro



83 % wünschen sich **mehr regionale Angebote** in der Innenstadt.

CIMA Beratung + Management GmbH 2022, S. 18

10.07.2025 | Dr. Angelika Jäkel | Den Einzelhandel erreichen 10

Sichere E-Bike-Abstellorte schaffen

Parkraum neu denken

50 % der Befragten halten sichere Abstellorte für E-Bikes und Fahrräder wichtig.

CIMA Beratung + Management GmbH 2024, S. 33

Anteil der Haushalte mit mindestens einem E-Bike

Jahr	Anteil (%)
2019	9%
2022	15,5%

UBA 2024

20% mehr Umsatz für anliegende Geschäfte durch Parklets mit Fahrradbügeln in London.

Zukunftsmobilität NRW o. J.

37 % der 14 - 69-Jährigen in Orten unter 20.000 Einwohner:innen fährt mehrmals wöchentlich mit dem Rad zum Einkauf.

INREIS-Markt- und Sozialforschung GmbH 2023, S. 68

10.07.2025 | Dr. Angelika Jäkel | Den Einzelhandel erreichen 15

„Vorläufige und temporäre Maßnahmen, die evaluiert und angepasst werden können, sind oft günstiger, schneller und können die Menschen von Veränderungen überzeugen.“

Heidt, Cyganski, Wroß et al. 2023, S. 35



10.07.2025 | Dr. Angelika Jäkel | Den Einzelhandel erreichen 18

Wasser und Begrünung

Obertorplatz, Hechingen

Stadtlima

„Was unseren Platz auszeichnet ist, dass er sehr viel Grün hat. Bestimmt die Hälfte des Platzes ist **Grün mit Beeten, mit großen und schattenspendenden Bäumen**. Wir haben **Wasserläufe und Fontänenfelder** und das ist jetzt im Rahmen des Klimawandels wichtig. Man hat Temperaturmessungen gemacht, die zeigen, dass der Platz **durch die Umgestaltung wesentlich kühler** geworden ist.“

Dorothee Müllges, Erste Beigeordnete, Hechingen



10.07.2025 | Dr. Angelika Jäkel | Den Einzelhandel erreichen 14

- 1 Fakt > Bild
- 2 Fakten > Zusammenspiel
- 3 Bild-Text-Beispiel
THE STÄDT / ORTSMITTEN
- 4 Text-Bild-Beispiel
Ba-Wü / Testimonials

Vortragsfolien (Auswahl)

***„Den Einzelhandel erreichen.
Daten und Fakten für lebendige und
verkehrsberuhigte Innenstädte“***

Weeber + Partner GmbH + NVBW mbH

www.aktivmobil.de/Einzelhandelerreichen (ab 08/25)

2_Raum zum Verweilen

Schwäbisch Gmünd 64.300 EW

Projektzeitraum: 2007 – 2014 (Stadtumbau);
Landesgartenschau 2014

Zielsetzung: Sicherung und Verbesserung der
Lebens- und Wohnqualität

Förderung: Städtebauförderung,
Landesprogramm „Natur in Stadt und Land“



Schwäbisch Gmünd

Maßnahmen:

- verkehrliche und bauliche Neuordnung der Innenstadt
- Schaffung von innenstadtnahen Freiräumen und einer Uferpromenade entlang von Rems und Josefsbach
- Sanierung Bahnhofsvorplatz



Aufenthaltsqualität schafft Frequenz

Stadtumbau Schwäbisch Gmünd

2
Raum zum Verweilen



„Der Marktplatz war vor dem **Stadtumbau** ein öder Platz, da gab es keine einzige Außenbewirtschaftung. **Wenn man heute den Marktplatz anschaut, dann ist er voller Leben.** Es gibt viele Gastronomien. [...] Wir haben einen **temporären Kinderspielplatz auf dem Marktplatz** in der Stadtmitte. [...] **Davon profitieren alle umliegenden Gastronomen und Händler.** Familien können kommen, sich ins Café setzen und ihre Kinder auf dem Sandspielplatz spielen lassen. Das ist eine großartige Sache, die von den Händlern sehr positiv wahrgenommen wird. Es ist **eine klassische Win-Win-Situation.**“

Alexander Groll, Leiter Amt für Wirtschaftsförderung und Transformation, Schwäbisch Gmünd

„Die **Umsätze**, die der Einzelhandel in Schwäbisch Gmünd in dieser Zeit nach der Umgestaltung insgesamt generieren konnte, **sind gestiegen**. Entsprechende **Zahlen von der IHK und vom Statistischen Landesamt** belegen das.“

– Alexander Groll, Leiter Amt für Wirtschaftsförderung und Transformation, Schwäbisch Gmünd –



Aufenthaltsqualität schafft Frequenz

2

Raum zum Verweilen



„Eine **bessere Aufenthaltsqualität** und höhere Kundenfrequenzen führen in fast allen untersuchten Studien zu einer **Stabilisierung bzw. Steigerung der Umsätze.**“

Bauer, Christ, Sönksen, Pfitzinger, 2025, S. 1

Wissenschaftler*innen führen die **positiven Effekte von Verkehrsberuhigung** auf folgende Faktoren zurück:

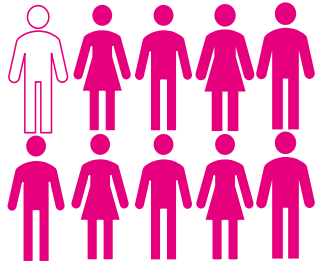
- eine erhöhte **Aufenthaltsqualität**
- höhere **Frequenz** von Passant*innen
- längere **Verweildauer** der Besucher*innen

Bauer, Christ, Sönksen, Pfitzinger, 2025, S. 16

Aufenthaltsqualität wünschen sich viele

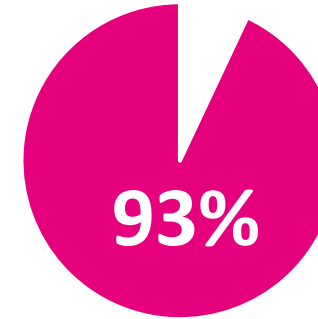
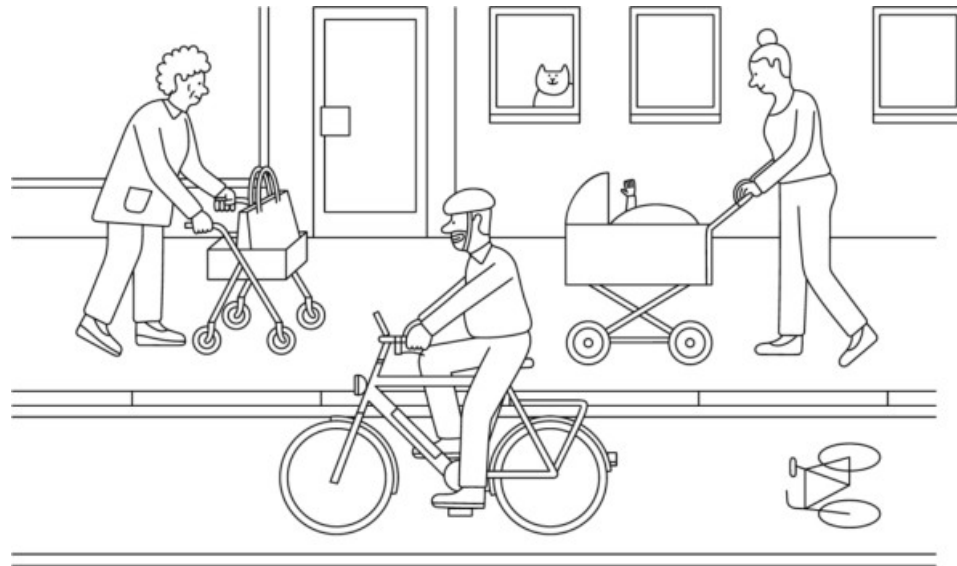
2

Raum zum Verweilen



9 von 10 Befragten wünschen sich mehr **Barrierefreiheit** und **Fußgängerfreundlichkeit**.

CIMA Beratung + Management GmbH 2022, S. 34



der Befragten wünschen sich mehr **Sitzgelegenheiten** und **Bänke**.

CIMA Beratung + Management GmbH 2022, S. 34



6_Parkraum neu denken

Eppingen 22.500 EW, Große Kreisstadt

Projektzeitraum: 2009-2018 (Umgestaltung Brettener Vorstadt); 2022 (Gartenschau)

Zielsetzung: Attraktivität der Brettener Vorstadt als Wohn- und Einzelhandelsstandort steigern, Verbesserung und Vernetzung von Freiraum- und Erholungsstrukturen

Förderung: Städtebauförderung

Eppingen

Maßnahmen:

- Umfahrungsstraßen, Umgestaltung von Straßen- und Platzräumen, einheitlicher Stadtboden
- Parkierungskonzept und Neubau Parkhaus
- Sanierung von Gebäuden
- Umwandlung ungenutzter Flächen in Naherholungsräume mitten in der Stadt

6
Parkraum neu denken

- Parkhaus 200 Stellplätzen (Breite: 2,70 m)
- 24/7 geöffnet, Tarif: 0.50 €/h; 4€ Tagespauschale
- ersten 15 Min & 2. Stunde kostenlos, um kurze Erledigungen oder einen längeren Aufenthalt anzuregen
- 150 m entfernt von der Einkaufsstraße „Brettener Straße“

Parken am Rand der Innenstadt

Brettener Vorstadt Eppingen

6

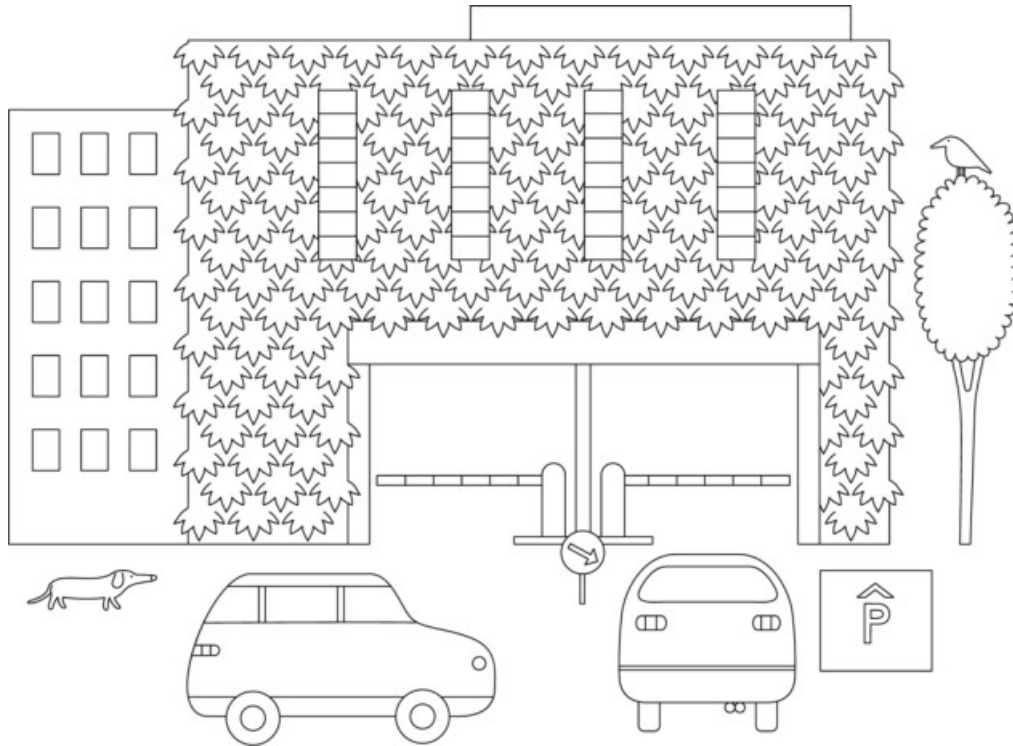
Parkraum neu denken



„Als das **Parkhaus** gebaut wurde, hat sich die Kundenfrequenz und auch der Umsatz erhöht. **Der Kunde will so nah wie möglich ran, das muss nicht direkt vor dem Modehaus sein, aber es muss ganz nah sein. Dann ist er auch bereit den letzten Schritt zu laufen.**“

Oliver Spiess, Inhaber Modehaus Spiess, Eppingen

Parken am Rand der Innenstadt

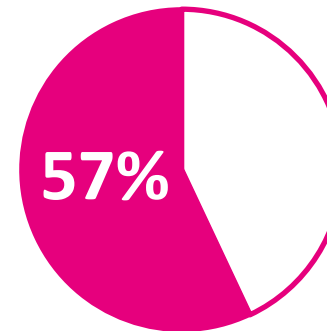


"Die **Preisgestaltung sollte transparent** und vor allem stimmig sein."

CIMA Beratung + Management GmbH 2020, S. 22

„Das Kfz und somit auch **[das Parken] direkt vor dem eigenen Laden spielen eine geringere Rolle in Bezug auf die Umsätze**, als von der Positionierung der Wirtschaftsakteure abgeleitet werden kann.“

von Schneidemesser 2022, S. 18

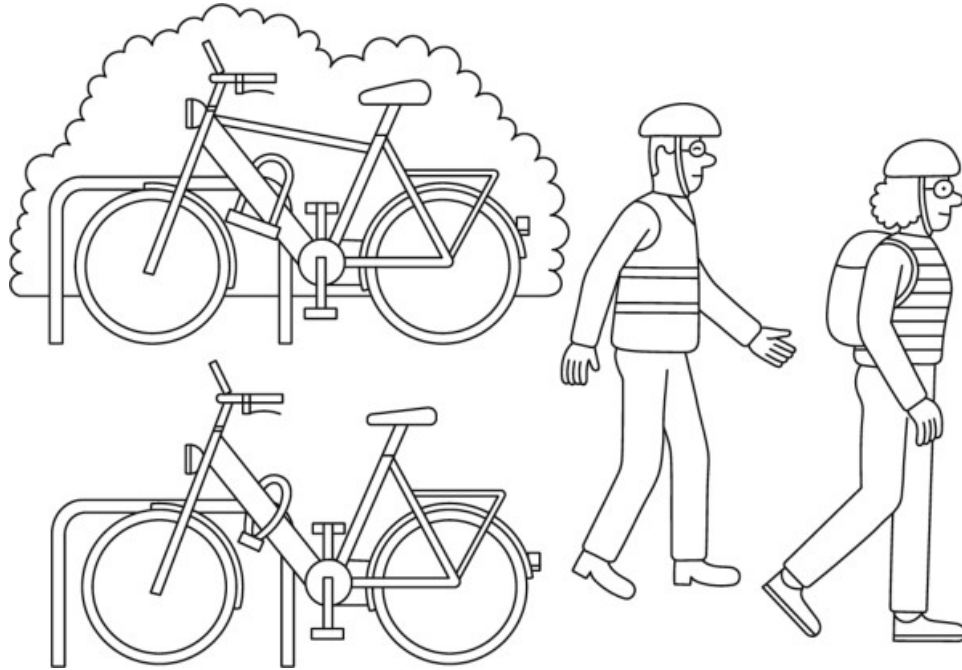


der Befragten würden zu Gunsten von **mehr Aufenthaltsqualität** im Zentrum auf **Parkmöglichkeiten für KFZ verzichten**.

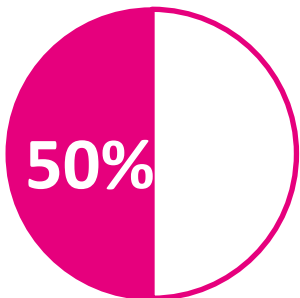
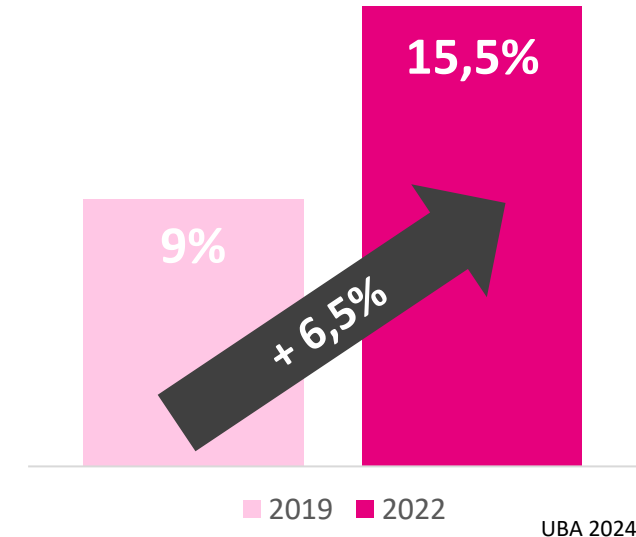
CIMA Beratung + Management GmbH 2022, S. 13

Sichere Abstellorte für Fahrräder schaffen

Parkraum neu denken

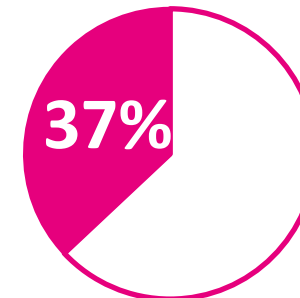


Anteil der Haushalte mit mindestens einem E-Bike



der Befragten halten **sichere Abstellorte** für E-Bikes und Fahrräder für **wichtig**.

CIMA Beratung + Management GmbH 2024, S. 33



der 14 bis 69-Jährigen in Orten unter 20.000 Einwohner*innen fährt **mehrmals wöchentlich mit dem Rad zum Einkauf**.

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH 2023, S. 66

9_Temporäre Umgestaltung

Bad Wimpfen 7.700 EW

Projektzeitraum: 2023

Zielsetzung: Barrierearme Gestaltung, Erhöhung der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum (dauerhaft)

Förderung: Landesprojekt Lebendige und verkehrsberuhigte Ortsmitten

9
Temporäre Umgestaltung



Bad Wimpfen

Maßnahmen:

- Umverteilung von Straßenraum zugunsten einer fußgängerfreundlichen Gestaltung
- Erweiterung der Fußgängerzone
- temporäre Umgestaltung mit Straßenmöbeln



Testphasen schaffen Sicherheit und Offenheit

Temporäre Umgestaltung der Innenstadt Bad Wimpfen

9
Temporäre Umgestaltung



„Die **Widerstände** haben sich im Laufe der temporären **Umgestaltung verändert**. Es gibt Hardliner, für die es ein „No-Go“ ist. Es gibt aber auch viele, die **am Anfang dagegen waren und dann gemerkt haben, dass es nicht so schlimm ist**, wie sie es sich vorgestellt hatten. Sie können beispielsweise noch mit dem Auto kommen und nur 200 Meter weiter weg parken als bisher. **Man muss einfach auch mal austesten**, wie es sich in der Realität anfühlt.“

Nicola Rakutt, Inhaberin Verlag Wolfsrudel, Bad Wimpfen

„Besonders positiv war die **Verkehrsberuhigung** in Kombination mit den **Außenmöbeln**, die wunderbar angenommen wurden. Und ich fand's schön, dass es möglich war, **den Ort wieder als Begegnungsstätte zu nutzen.**“

– Nicola Rakutt, Inhaberin Verlag Wolfsrudel, Bad Wimpfen –



Akzeptanz durch Ausprobieren

Temporäre Umgestaltung



„Vorläufige und **temporäre Maßnahmen**, die evaluiert und angepasst werden können, sind oft **günstiger, schneller** und können die **Menschen von Veränderungen überzeugen**.“

Heldt, Cyganski, Wolt et al. 2023, S. 15

"In vielen Beispielen wurde die **temporäre in eine permanente Flächenumverteilung verstetigt**. Die **Skepsis** von Betroffenen scheint im Vorfeld **geringer**, wenn zunächst zeitlich begrenzte statt permanenter Maßnahmen geplant werden.“

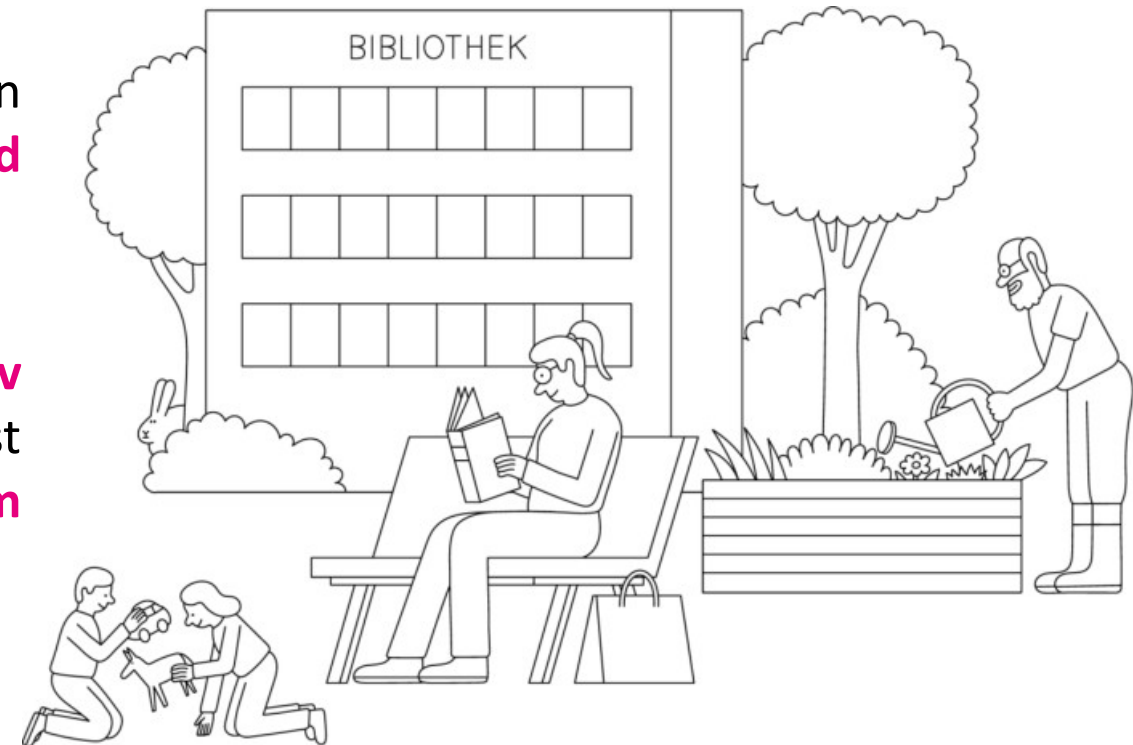
Hardinghaus, Cyganski, Wolf 2023, S. 19

Erfolgsfaktoren:

1 Alle **Akteursgruppen**, die direkt von der temporären Umgestaltung betroffen sind, müssen **im Vorfeld informiert und ihre Anliegen angehört** werden.

2 Die temporäre Umgestaltung selbst sollte **partizipativ** ablaufen, die Bürger*innen und Akteur*innen selbst **mitwirken** und damit die **Identifikation mit dem Experiment gefördert** werden.

Zukunftsnetz Mobilität NRW o.J., S. 50



Fazit?

Lebensqualität durch Umgestaltung

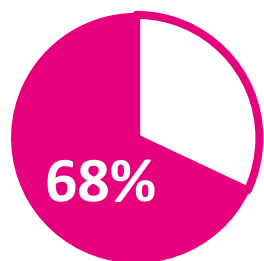


„Die Umgestaltung ist **einfach ein Mehrwert**. Wir reisen alle in den Süden, um genau dieses **Flair** zu erleben. Wir gehen in italienische und französische Innenstädte, die oft verkehrsberuhigte Zonen sind, und genießen es, dass wir auf den Straßen und den Treppenstufen sitzen können. Genau das wünschen wir uns auch. Deshalb wünsche ich mir wirklich, dass es wieder **ein Umdenken in unseren Innenstädten gibt**.“

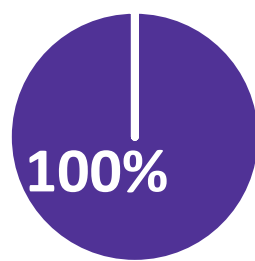
Nicola Rakutt, Inhaberin Verlag Wolfsrudel, Bad Wimpfen

(Erste) Ergebnisse THE STÄDT

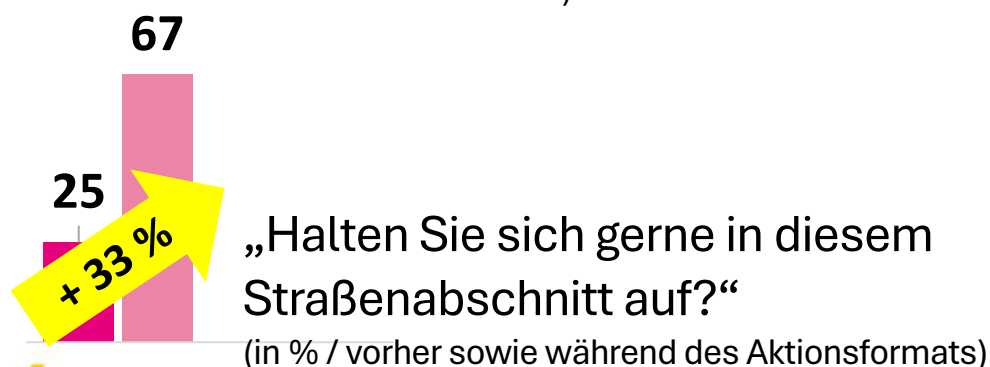
85 % der Befragten (n = 36) kommen
aus **Herrenberg** (Kernstadt und Teilorte).



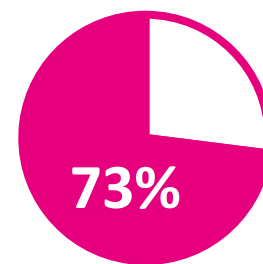
**Zustimmung
Besuchende**
(N=36, sehr gut)



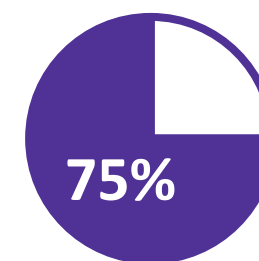
**Fazit
Gewerbetreibende**
(N=6, sehr gut / gut / teils-
teils)



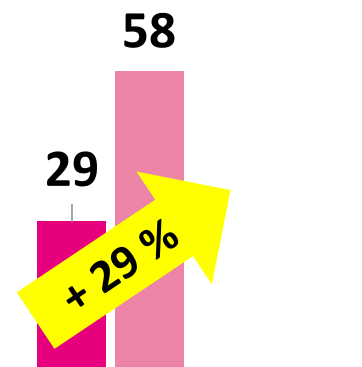
91 % der Befragten (n = 79) kommen
aus **Hockenheim**.



**Zustimmung
Besuchende**
(N=79, sehr gut)



**Fazit
Gewerbetreibende**
(N=9, sehr gut / gut / teils-teils)



- Bauer, U., Christ, M., Sönksen, L. & Pfitzinger, L. G.** (2025). Verkehrsberuhigung und Einzelhandel: Dann wird's laut. (Difu Policy Papers Nr. 5). Deutsches Institut für Urbanistik (Difu). URL [<https://difu.de/publikationen/2025/verkehrsberuhigung-und-einzelhandel-dann-wirds-laut>]
- CIMA Beratung + Management GmbH.** (2024). Deutschlandstudie Innenstadt 2024. Kennziffern, Trends und Erwartungen. URL [https://www.cima.de/files/cimamonitor_deutschlandstudie_innenstadt2024.pdf]
- CIMA Beratung + Management GmbH.** (2022). Deutschlandstudie Innenstadt 2022. URL [https://cimamonitor.de/wp-content/uploads/2022/12/deutschlandstudie_innenstadt_2022.pdf]
- CIMA Beratung + Management GmbH.** (2020). Quo Vadis Fußgängerzone? Voraussetzungen und Erfolgsfaktoren für den Wirtschaftsstandort Fußgängerzone in Klein- und Mittelstädten Bayerns, Handelsverband Bayern e.V. URL [https://www.cima.de/files/quo_vadis_fussgaengerzone_hbe-cima.pdf]
- Deutscher Städtetag Berlin und Köln.** (2024). Beteiligungskultur in der Stadtplanung und Stadtentwicklung. Ansprüche und Herausforderungen einer weiterentwickelten Beteiligungskultur. URL [<https://www.staedtetag.de/files/dst/docs/Publikationen/Weitere-Publikationen/2024/Handreichung-Beteiligungskultur-in-der-Stadtplanung-und-Stadtentwicklung.pdf>]
- Handelsverband Deutschland e. V. (HDE)** (2024). Zahlenspiegel 2024. URL [https://einzelhandel.de/images/Zahlenspiegel_2024.pdf]
- Hardinghaus, Michael; Cyganski, Rita; Wolf, Christian; u. a.** (2023). Schlüsselfaktoren für eine erfolgreiche Umgestaltung des Straßenraums. Ein Blick in die deutsche und europäische Praxis, Dessau: Umweltbundesamt. URL [https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/11740/publikationen/29_08_2023_texte_121_2023_muv_abschlussbericht_final.pdf]
- Heldt, Benjamin; Cyganski, Rita; Wolf, Christian; u. a.** (2023). Maßnahmen zur Neuverteilung und Umwidmung von Verkehrsflächen, (Abschlussbericht Nr. 121) Dessau: Umweltbundesamt. URL [https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/11740/publikationen/29_08_2023_texte_121_2023_muv_abschlussbericht_final.pdf]
- Nobis, Claudia. Kuhnimhof, Tobias.** (2018). Mobilität in Deutschland – MiD Ergebnisbericht, Bonn, Berlin. Bundesministers für Verkehr und digitale Infrastruktur. URL [https://elib.dlr.de/125879/1/MiD2017_Ergebnisbericht.pdf]
- Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH.** (2023). Fahrrad-Monitor 2023. Ergebnisse einer repräsentativen Online-Befragung, Kurzfassung, BMVD (Bundesministerium für Digitales und Verkehr). URL [https://bmdv.bund.de/SharedDocs/DE/Anlage/StV/fahrradmonitor-kurzfassung.pdf?__blob=publicationFile]
- Statistisches Bundesamt Baden-Württemberg** (2025). Baden-Württemberg: Deutlicher Anstieg der Unternehmensinsolvenzen im Jahr 2024. Online unter: <https://www.statistik-bw.de/Presse/Pressemitteilungen/2025074>
- von Schneidemesser, Dirk.** (2022). Einkauf und Verkehr – tatsächliche Verkehrsmittelwahl der Besucher:innen von Einkaufsstraßen im Vergleich zu Einschätzungen von Einzelhändler:innen, In: Handbuch der kommunalen Verkehrsplanung - Strategien, Konzepte, Maßnahmen für eine integrierte und nachhaltige Mobilität, Berlin, Offenbach: VDE Verlag, S. 1–23. URL [https://publications.rifs-potsdam.de/rest/items/item_6001855_4/component/file_6001871/content]
- Zukunftsnetz Mobilität NRW.** (o. J.). Kurzgesagt. Weniger PKW, Mehr Umsatz. URL [<https://www.zukunftsnetz-mobilitaet.nrw.de/media/2023/11/6/ab25c90aa84b6b56722e6efb29c67428/znm-kurzgesagt-einzelhandel-2023.pdf>]

Hinweis: Mit Ausnahme der Fotos von Frau Rakutt und Herrn Spieß wurden alle Personenbilder von den jeweiligen Personen zur Verfügung gestellt. Die Fotos von Frau Rakutt und Herrn Spiess sind von Weeber+Partner

Danke fürs Zuhören.

Gefördert
durch



Baden-Württemberg
Ministerium für Verkehr

angelika.jaekel@nvbw.de

