

Gemeinsame Erklärung

Verkehrsversuch ist kein Selbstläufer/Kriterien für Erfolg benannt

Mannheim, 3. Februar 2022. IHK und Verbände eint mit der Politik und der Stadtgesellschaft das Ziel, die Attraktivität der Mannheimer Innenstadt zu steigern. In diesem Zusammenhang weisen sie in der Diskussion über den Verkehrsversuch in Mannheim darauf hin, dass dieser mit Blick auf die Corona-geschädigte innerstädtische Wirtschaft mit größtmöglicher Vorsicht durchgeführt werden sollte. Viele Unternehmen befürchten durch den Verkehrsversuch weitere Belastungen. Umso wichtiger ist es aus Sicht der Wirtschaft, den Verkehrsversuch im Sinne aller Innenstadtakteure erfolgreich durchzuführen und weitere Beeinträchtigungen für die Unternehmen zu verhindern. Sollten wirtschaftliche Schäden erkennbar sein, ist der Versuch sofort abzubrechen. Für den Verkehrsversuch gilt wie für alle Versuche: Sie sind ergebnisoffen und zielen auf Erkenntnisgewinn. Ob die nun in Angriff genommenen Maßnahmen die erhofften Ergebnisse bringen und die negativen Folgen nicht überwiegen, bleibt abzuwarten.

Aus Sicht der Industrie- und Handelskammer (IHK) Rhein-Neckar, des Handelsverbands Nordbaden und der Werbegemeinschaft Mannheim muss der Verkehrsversuch in Mannheim folgenden Kriterien genügen:

1. **Wirtschaft muss auch in der Innenstadt funktionieren**

Die Innenstadt muss für **Kunden, Arbeitnehmer und Lieferanten** erreichbar bleiben. Und da Mannheim Oberzentrum ist, gilt dies auch für Nutzer der Innenstadt aus dem Umland. Das Be- und Entladen sowie Handwerks- und Montagetätigkeiten müssen in der Innenstadt problemlos möglich sein. Nur so lässt sich vermeiden, dass der Verkehrsversuch Teile der regionalen Wirtschaft von der Versorgung der Innenstadtbewohner ausschließt. Der Versuch darf die Wirtschaftlichkeit der Dienstleistungen vor Ort nicht beeinträchtigen und so ungewollt beispielsweise den Online-Handel bevorzugen.

2. **Verkehre im Sinne aller besser steuern**

Durchgangsverkehre sollten nicht die Innenstadt nutzen müssen. Sie lassen sich auch nicht durch vereinzelte Straßensperrungen vermeiden, sondern nur durch weiträumige Umleitungen.

Zielverkehre müssen staufrei und ohne Suchverkehr an den Bestimmungsort gelangen, wobei der länger parkende, „ruhende Verkehr“ grundsätzlich direkt in die Parkhäuser geleitet werden sollte, die bezahlbar sein müssen.

Alle Maßnahmen des Verkehrsversuchs müssen **rechtzeitig, strukturiert und umfassend kommuniziert** werden. Damit kann Verkehrsproblemen schon vor Start des Versuchs vorgebeugt werden.

3. **Risiken aktiv managen – Verkehrsfluss kontinuierlich im Blick behalten**

Der Verkehrsversuch ist eine Maßnahme, von der die gesamte Innenstadt profitieren kann. Er ist aber auch mit Risiken verbunden, die mit Blick auf die Auszehrung der Unternehmen durch die Pandemie geringgehalten werden müssen. Hierfür bedarf es eines Monitorings des Verkehrsversuchs, dessen Untersuchungsdesign mit den Organisationen der Wirtschaft abgestimmt werden muss. Die Organisationen der Wirtschaft werden ihre Mitglieder während der Dauer des Verkehrsversuchs ebenfalls engmaschig begleiten.

4. **Mit attraktiver Gestaltung Kunden anziehen**

Die durch den Verkehrsversuch **gewonnenen Freiräume** müssen genutzt werden, um die Attraktivität der Innenstadt nicht nur als Wohnort, sondern auch Wirtschaftsstandort zu erhöhen. Ein entsprechendes Konzept dazu sollte mit der Wirtschaft abgestimmt sein. Nur so trägt der Verkehrsversuch dazu bei, die Anziehungskraft der Innenstadt zu stärken.

5. Begleitgremium einrichten

Um auf Fehlentwicklungen kurzfristig reagieren zu können, bedarf es eines Begleitgremiums aus den Organisationen der Wirtschaft, in dem die Folgen des Verkehrsversuchs regelmäßig bewertet und erörtert sowie etwaige Handlungsbedarfe identifiziert werden.

Die IHK Rhein-Neckar, der Handelsverband Nordbaden und die Werbegemeinschaft Mannheim erklären ihre Bereitschaft, sich auch in Zukunft an der dialogorientierten Stadtentwicklung Mannheims zu beteiligen und daran mitzuarbeiten, mit dem Ziel, den Verkehrsversuch zum Erfolg zu führen.

IHK und Verbände erinnern daran, dass Innenstadt kein geografischer Punkt ist. Innenstadt ist vielmehr der Ort, an dem vielfältiges Leben aus der Mischung von Handel, Gastronomie, Dienstleistungen, Freizeit, Kultur und Wohnen entsteht. Das sollte bei allen Maßnahmen der Stadtentwicklung auch jenseits des Verkehrsversuchs berücksichtigt werden.

Industrie- und Handelskammer Rhein-Neckar Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Matthias Schmitt

Leiter Kommunikation und Marketing

Tel.: 0621 1709-210

E-Mail: matthias.schmitt@rhein-neckar.ihk24.de

Diese Presseinformation ist auch abrufbar unter: www.rhein-neckar.ihk24.de/presseinfos