

STADT FRIEDRICHSHAFEN Sitzungsvorlage Drucksache-Nr. 2026 / V 00118	Ausfertigungen: Amt für Stadtmarketing und Tourismus, BSO, DEZ1, DEZ3, DEZ4, GBS, KuK, SFA, SU, TGA
Dienststelle: Amt für Stadtmarketing und Tourismus Aktenzeichen:	23.05.2026, Unterschrift:

Mitzeichnung (Datum, Kurzzeichen):	
☒ BM Stauber _____	☒ BM Mihm _____
☒ EBM Hein _____	☒ OB Blümcke _____

Betreff: Ideenpapier "Fokus Innenstadt"		
Anlage(n): Anlage 1: Neufassung Parkgebührensatzung (konsolidierte Fassung) Anlage 2: Parkgebührensatzung – Vergleich alter und neuer Satzung Anlage 3: Anlage Übersicht über die Parkzonen		
Medien: Bitte ankreuzen. Alles, was präsentiert werden soll, muss mindestens 3 Arbeitstage vor den jeweiligen Sitzungen der Geschäftsstelle des Gemeinderates zugeleitet werden, damit die Präsentation gewährleistet werden kann.		
☐ MS Office Dateien (inkl. ppt, .mpp)	☐ .pdf-, htm-Dateien	☐ DVD

Referent und Zeitdauer:

Gremium:	Datum:	Zuständigkeit:	Öffentlichkeitsstatus:
Finanz- und Verwaltungsausschuss	29.06.2026	Vorberatung (mit Zuladung KSA)	öffentlich
Gemeinderat	22.07.2026	Beschluss	öffentlich

Ggf. Hinweis auf frühere Behandlung des Beratungsgegenstandes (Gremium, Datum, Drucksache-Nr.):

FINANZIELLE AUSWIRKUNGEN☒ ja☐
nein

Kosten: ☒ einmaliger Aufwand 2026 (konsumtiv) Betrag: 40.000 EUR
☐ einmalige Auszahlung (investiv) Betrag: EUR
☐ Folgeaufwand 2027: Personalkosten Betrag: EUR
Sachkosten Betrag: EUR

Zuschüsse ☐ einmalige Einzahlung Betrag: EUR
bzw.
Beiträge: ☐ laufende Einzahlungen Betrag: EUR

MITTELBEREITSTELLUNG IM HAUSHALT:

☒ Stadt ☒ Ergebnis-HH ☐ Finanz-HH
☐ Stiftung ☐ Ergebnis-HH ☐ Finanz-HH

Kontierungen:
5750000090 /
44550000
Kontierungen:

Zur Verfügung stehende Mittel

Planansatz im lfd. Jahr: 0 EUR
Ermächtigungsübertrag aus dem Vorjahr: 0 EUR
Noch bereitzustellen: 40.000 EUR

Deckungsvorschlag: 1120060000 / 44311000
(20.000 EUR)
1112010700 / 44311000
(20.000 EUR)

FN!-CHECK wurde durchgeführt:

☐ ja (der FN!-Check liegt der DS als Anlage bei)

Zusammenfassende Einschätzung und Hinweise zur weiteren Planung:

☒ nein

Begründung:

☒ Check nicht erforderlich lt. Ausschlusskatalog

KLIMAWIRKUNG wurde geprüft:

☐ ja (der Klima-Check liegt der DS als Anlage bei):

Zusammenfassende Einschätzung und Hinweise zur weiteren Planung:

☒ nein

Begründung:

☒ Check nicht erforderlich lt. Ausschlusskatalog bzw. FN!-Check

Beschlussantrag:

1. Dem Ideenpapier „Fokus Innenstadt“ wird zugestimmt.
2. Die Satzung der Stadt Friedrichshafen über die Erhebung von Parkgebühren (Parkgebührensatzung) vom 24.03.2025 wird in § 2 Gebührenpflicht wie folgt geändert:

§ 2 Gebührenpflicht

Für das Parken an Parkscheinautomaten auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen der Stadt Friedrichshafen wird eine nach Gebührenzonen gestaffelte Parkgebühr erhoben. Parkgebührenpflicht besteht in:

- a. Zone 1 (gelbe Zone), ohne Parkplatz Hinterer Hafen: Werktags von 8 – 20 Uhr
- b. Zone 1 (gelbe Zone), nur Parkplatz Hinterer Hafen: Täglich von 8 – 24 Uhr
- c. Zone 1 (gelbe Zone), nur Parkplatz Markthallenvorplatz Charlottenstraße: Werktags von 8 – 18 Uhr
- d. Zone 2 (rote Zone): Werktags von 8 – 20 Uhr
- e. Bäderzone im Zeitraum 01.04. – 30.09.: Werktags von 8 – 18 Uhr
- f. Campus-Zone: Werktags von 8 – 18 Uhr

Die Übersicht zur Parkgebührensatzung (Anlage 3 zur Sitzungsvorlage) wird entsprechend Ziffer c geändert.

3. Die Verwaltung wird entsprechend des Konzepts (siehe unter „3 c) Kostenloser ÖPNV und Wintertarif in den drei Innenstadt Parkhäusern des Stadtwerks am See“) beauftragt – einmalig als Pilotversuch – für die drei Innenstadtparkhäuser einen Vertrag mit der Technische Werke Friedrichshafen GmbH zur Einführung eines Wintertarifs – kostenloses Parken in der zweiten Stunde - vom 1. November bis 31. März abzuschließen. Die Kosten betragen für die 5 Monate max. 48.000 Euro (brutto) und werden von der Stadt (40.000 €) und dem Stadtforum (8.000 €) getragen. Der städtische Anteil wird außerplanmäßig aus Deckungsmitteln in 2026 bereitgestellt.
4. Die Umsetzung der weiteren Vorschläge aus dem Ideenkonzept „Fokus Innenstadt“ erfolgen vorbehaltlich der Finanzierbarkeit im kommenden Doppelhaushalt 2027/2028.

Begründung:

1) Hintergrund und Ausgangslage

„Die Lebensqualität jeder Einzelnen und jedes Einzelnen hängt davon ab, was die nächstgelegene Innenstadt oder Zentrum bietet. Deswegen muss mit Entschlossenheit von allen Akteuren an den Themen der Innenstadtentwicklung gearbeitet werden.“

(Empfehlungen des Beirats Innenstadt beim Bundesbauministerium im Februar 2025).

Innenstädte sind einem stetigen Veränderungsdruck ausgesetzt. Genauso ist die Bedeutung einer lebendigen Innenstadt für die Attraktivität der gesamten Stadt unumstritten. Das Tourismuskonzept betont die Bedeutung der Innenstadt für die Attraktivität der Stadt für Besucher aus nah und fern. Die Friedrichshafener Innenstadt steht vergleichsweise gut da und hat großes Potential. Angesichts der Herausforderungen und bundesweiten Rahmenbedingungen, mit denen die Akteure aus Handel, Gastronomie, Kultur uvm. in der Innenstadt umgehen müssen, ist aber proaktives Handeln notwendig.

Mit vielfältigen Initiativen und Investitionen rund um die Themen Aufenthaltsqualität, Veranstaltungen, Kultur und Sicherheit unterstützt die Stadtverwaltung bereits die Innenstadtentwicklung. Hierzu gehören beispielsweise auch Themen wie die schrittweise Sanierung der Uferpromenade, das Konzept „Mehrweg statt Einweg“, neue Veranstaltungsformate wie Beats & Bottles, bewährtes wie die Märkte aber auch die Sicherheitspartnerschaft oder die Einführung des Kommunalen Ordnungsdienstes (KOD) und vieles mehr.

Zur Ergänzung der bereits laufenden Veranstaltungen und Maßnahmen werden daher weitere Aktivitäten vorgeschlagen, um die Resilienz der Innenstadt gegenüber den Krisen und Herausforderungen zu erhöhen und die Innenstadtakeure zu unterstützen.

Innenstadtentwicklung und die Transformation der Innenstadt sind kein Selbstläufer, sondern vielmehr ein Gemeinschaftsprojekt. Die zu ergreifenden Maßnahmen gehen über das hinaus, was das Amt für Stadtmarketing und Tourismus alleine leisten kann. Daher wird auf ein gemeinschaftliches Vorgehen von Stadt und anderen städtischen Akteuren, Stadtforum Friedrichshafen, Eigentümern, Investoren oder stadtgesellschaftlichen Akteuren aus Kultur, Hochschulen und vielen anderen Bereichen gesetzt. Die Aufgabe der Stadtverwaltung ist zunächst das Ergreifen der Initiative, sowie auch das Ermöglichen und Fördern von Ideen.

Im Folgenden wird das von der Verwaltung erarbeitete Konzept zur weiteren Belebung der Innenstadt, welches sowohl „Quick-Wins“ als auch langfristige Ziele enthält, vorgestellt.

Sofern sich die zur Realisierung anstehenden Projekte nicht im laufenden Geschäft der Verwaltung bzw. mit den vorhandenen Haushaltsmitteln/ Mittelanmeldungen umsetzen lassen, werden sie zu gegebener Zeit zur Beschlussfassung ins zuständige Gremium eingebracht. Aus dem großen Set an Ideen werden aber hier, bis auf wenige Ausnahmen, schwerpunktmäßig die präsentiert, die im Rahmen der vorhandenen Ressourcen (vorbehaltlich der Genehmigung des nächsten Doppelhaushaltes) umgesetzt werden können. Das folgende Konzept ist in 4 Säulen gegliedert:

- 1) Inszenierung der Innenstadt
- 2) Veranstaltungen
- 3) Erreichbarkeit
- 4) Winterzeit in Friedrichshafen

1) Inszenierung

Das Erlebarmachen von Licht oder künstlerische Projekte wie Streetart wecken Emotionen und schaffen Atmosphäre. Licht und Kunst sollen in diesem Zusammenhang Spaß machen und die Menschen anziehen.

a) Murals

Zum modernen Gesicht der Friedrichshafener Innenstadt passen an geeigneten Stellen Murals, also großflächige Wandmalereien, als ganzjährig erlebbare Kunstwerke. Ein Beispiel dafür findet sich bereits an der Fassade des Gebäudes des Kinderschutzbundes zur Friedrichstraße hin.

Murals dienen in einigen europäischen Städten wie Mannheim, Linz, Oostende oder Riga nicht nur der Verschönerung, sondern sind inzwischen auch Attraktionen für den Tourismus. Es sind verschiedene Wege zu mehr Murals denkbar: Von einer schrittweisen Umsetzung, zum Beispiel ein Künstler pro Jahr an einer Fassade, bis hin zu einem Symposium.

Parallel soll ein weiterer Fokus auf die Fassadenbegrünung in der Innenstadt gelegt werden. Hierfür können gegebenenfalls Gelder des Häfler Klimafonds genutzt werden. Langfristiges Projekt

- Verantwortlich: AST, Amt für Kunst und Kultur (KuK), Amt für Stadtplanung und Umwelt (SU) / Mögliche Partner: BSO, Amt für Gesellschaft, Bildung und Soziales (GBS), Künstler aus der Region
- Kosten: Für Murals je nach Ausgestaltung und Größe des Kunstwerks ab ca. 7.500 Euro. Fassadenbegrünung durch private Investitionen (ggf. auch über Häfler Klimafonds).

b) Lichtkunst in der Winterzeit

In der Friedrichshafener Innenstadt – ohne die Fachwerkmantik vieler Städte der Region – hat es „traditionelle“ Weihnachtsbeleuchtung schwer, Atmosphäre zu schaffen. Da die aktuelle Weihnachtsbeleuchtung in die Jahre gekommen ist, bietet sich nun die Chance neue Wege zu gehen. Lichtkunst und Lichtinszenierungen in der Weihnachtszeit schaffen Orientierung und Sicherheit, Aufenthaltsqualität, Erlebnis und Atmosphäre. Dabei sollen verschiedene Erlebnisräume geschaffen werden, die zum Rundgang durch die Innenstadt einladen:

In der Innenstadt können mit den Jahren verschiedene Licht-Inseln mit unterschiedlichem Charakter:

- Plätze/ Abschnitte und wichtige Kultureinrichtungen werden durch Lichtprojektionen an Gebäude-Fassaden (Mapping, Lichtschablonen u.a.) in Szene gesetzt, z. B. St. Nikolaus Kirche, Turm des Zeppelin Museums.
- Die große Glasfassade des Medienhauses eignet sich dafür, innen im Gebäude vor den Glasscheiben Lichtinstallationen aufzustellen, die dann innen die Raumwirkung verändern aber auch z. B. von der Karlstraße aus gesehen werden.

- Aus bestehenden Brunnen und Denkmälern können Licht-Skulpturen werden, z. B. Lichtinstallation am Brunnen auf dem Adenauerplatz (Buchhornbrunnen).
- Selfie-Points (Weihnachtsmotiv, z.B. übergroßer beleuchteter Stern oder ein beleuchteter Zeppelin)

Daneben sollen Schaufenster zu weihnachtlichen Hinguckern werden und besser durch Beleuchtung in Szene gesetzt werden.

- Bei genügend Resonanz aus dem Handel kann die Schaufenster-Inszenierung als Pfad durch die Innenstadt angelegt werden, z. B. durch thematische Licht-Figuren. Dabei geht es darum, den Handel zu stärken ohne in den Kitsch abzugleiten, z. B. durch in Helligkeit und Größe zurückhaltende Inszenierungen.

Zur Verbindung einzelner Licht-Inseln oder wo sich keine anderen Möglichkeiten ergeben, kann auf unterschiedliche Art und Weise dekoriert werden.

- Langfristiges Projekt, Start ab 2027
- Verantwortlich: AST / Mögliche Partner: SW See, KUK, Stadtforum und viele mehr
- Umsetzung über mehrere Jahre, Investitionen ca. 20.000 Euro pro Jahr (im Rahmen der Mittelanmeldung für den Haushalt 2027/2028 angemeldet)

c) Lichtshow mit Drohnen über dem Bodensee

Eine Drohnen-Lichtshow über dem Bodensee vor der Uferpromenade bietet sich im Rahmen einer dazu passenden Veranstaltung, wie z. B. während der AERO, an. Damit wird auch als Abendprogramm eine Brücke vom Messegelände in die Innenstadt geschlagen.

- Langfristiges Projekt
- Verantwortlich: Amt für Stadtmarketing und Tourismus (AST) / Mögliche Partner: Amt für Bürgerservice, Sicherheit und Ordnung (BSO), Messe FN /fairnamic, Flughafen
- Kosten: Ab ca. 20.000 Euro pro Drohnen-Show

2) Veranstaltungen

Veranstaltungen sind traditionell wichtig für die Attraktivität und Anziehungskraft von Städten und Innenstädten. Friedrichshafen hat bereits, auch durch die Aktivitäten der letzten Jahre, viele besondere Veranstaltungserlebnisse. Daher geht es hier aktuell auch um ein Bündeln von Veranstaltungen und um niederschwellige Angebote.

a) Highlight-Wochenenden: Bündelung von Veranstaltungen

Die Leitlinien für Veranstaltungen im Freien in der Innenstadt haben sich bewährt und zu einer Belebung geführt. Mit den Erfahrungen der letzten Jahre sollen sie nun überarbeitet werden. Dabei wird auch geschaut, wo sich Veranstaltungen und Neues zu „Highlight-Wochenenden“ bündeln lassen, um die Anziehungskraft zu erhöhen und durch neue Formate zusätzliches und neues Publikum zu erreichen. Außerdem soll weiter darauf gesetzt werden, die Veranstaltungsorte zu entzerren und Veranstaltungen auch auf den Plätzen und in den Straßen der Innenstadt und nicht nur im Uferpark stattfinden zu lassen. Beats & Bottles auf dem Adenauerplatz- und dem Kirchplatz haben gezeigt, dass Veranstaltungen auch dort funktionieren können. Zum anderen sollen dadurch an veranstaltungsfreien Wochenenden die Einwohnenden entlastet werden. Eine Idee ist beispielsweise:

- Beach-Days und das Thema Sport hinaus in die Innenstadt ausdehnen

Dabei muss die Stadt nicht immer selbst Veranstalter sein. Ziel ist es, wie bisher andere Veranstalter und ihre Ideen mit einzubinden.

- Langfristiges Projekt, Start ab 2027
- Verantwortlich: AST, andere Veranstalter u.a. / Mögliche Partner: BSO, Amt für Sport, Freizeit und Außerschulisches Lernen (SFA) und weitere
Kosten: Abhängig von der Art der Zusatzveranstaltung, nicht bei allen Veranstaltungen wird auch die Stadt Veranstalter sein.

b) Kulturreihe „Mitten in Friedrichshafen“

Eine Veranstaltungsreihe für den Alltag, in der Plätze, Gastronomien, die Musikmuschel und andere Orte in der Innenstadt abwechselnd zur Bühne werden und auch dem Nachwuchs eine Plattform bieten können.

- „Open-Mic-Nights“ Aufbau einer Singer-Songwriter Szene in bestehenden Gastronomien mit Nachwuchs-Künstlern
- Poetry Slam Serie
- Spieleabende, Krimi-Dinner, Stand Up Comedy, After Hour Silent Disco mit Kopfhörer

Neben der Stadt bietet das Format auch vielen privaten, wie der Gastronomie, die Möglichkeit sich mit ihren Veranstaltungsideen zu beteiligen und von der gemeinsamen Terminkoordination und Werbung zu profitieren. Auch für studentische Initiativen bietet sich die Möglichkeit sich mit Ideen und Veranstaltungen einzubringen

- Quick Win, Start ab 2027
- Veranstalter: teilnehmende Gastronomiebetriebe, KuK, Zeppelin Museum, Zeppelin Universität und studentische Initiativen, AST / Partner: AST, KuK, SFA, Häfler Genusstypen, BSO, Gastronomien
- Kosten: Rund 3.000 Euro für gemeinsame Marketingmaßnahmen – durch Sponsoring und Beiträge der Partner erhöht sich die Summe

3) Erreichbarkeit

Gute Erreichbarkeit der Innenstadt aus den Stadtteilen und der Region mit allen Verkehrsmitteln und gute Orientierung innerhalb der Innenstadt ist eine wichtige Rahmenbedingung für die Frequenz. Eine gute Erreichbarkeit ist kein Besuchsgrund (Pull-Faktor) aber eine schlechte Erreichbarkeit hält Besucher vom Innenstadtbefuch ab (Push-Faktor).

a) Die Erlebbarmachung der Innenstadt durch eine gelungene Besucherlenkung

Momentan leidet z. B. die Frequenz in der Karlstraße darunter, das vom Stadtbahnhof kommend viele Passanten geradeaus in der Friedrichstraße weiterlaufen und von der Uferpromenade in die Seestraße gehen. Bessere Orientierung soll zu einer besseren Verteilung verhelfen und mehr Frequenz in die zweite Reihe bringen:

- Lenkungswirkung durch hochwertige 3D-Straßenmalerei, ggf. im Rahmen des Kulturufers: Die Straßenmalerei soll so gestaltet werden, dass sie irritiert, zum Staunen anregt und als Besucherlenkung in Verbindungsgassen in der Innenstadt fungiert.
 - Quick-Win, Start 2027
 - Verantwortlich: AST, KuK u.a. / Partner: BSO, GBS, Künstler aus der regionalen Szene
 - Ab ca. 500 Euro pro 3-D Straßenkunstwerk
- Neben diesen kurzfristigen Aktionen soll überlegt werden, wie die zwei Passagen zwischen Seestraße und Karlstraße; die Dammstraße und die Salzgasse besser dazu dienen können, die Neugierde der Passanten in der Seestraße auf die Straßen dahinter zu wecken. Ebenso soll besser von der Friedrichstraße über die obere Karlstraße am Antonius-Eck vorbei in die Fußgängerzone gelenkt werden, genauso von der Friedrichstraße über die Schanzstraße Richtung Antonius-Eck.

- Langfristiges Projekt
 - Verantwortlich: Diverse u.a. SU, AST / Partner: BSO u.a.
 - Kosten: Abhängig von der Art der Maßnahme
- Bei langfristigen Tiefbaumaßnahmen soll der Neugestaltung der Karlstraße gegenüber der Seestraße Priorität eingeräumt werden, da sich bei der Seestraße bereits durch Verbesserungen ohne bauliche Maßnahmen eine Aufwertung der Erlebbarmachung der Innenstadt in diesem Bereich erreicht werden kann. Beispiele hierfür finden sich in anderen Städten am Bodensee, beispielsweise in Bregenz. Als kurzfristige Maßnahme bis zur Umsetzung dieser Neugestaltung soll in der Karlstraße mit Pop-up Maßnahmen gearbeitet werden, wie dies beispielsweise auf dem Trapp Areal oder bei den Einfahrtssperren am Kirchplatz bereits gemacht wurde.
- Quick-Win und langfristiges Projekt
 - Verantwortlich: AST, TGA, SU, BSO und weitere Partner
 - Kosten für erste Pop-up Maßnahmen in der Karlstraße: 10.000 Euro

b) Anpassung der Parkraumbewirtschaftung auf dem Markthallenvorplatz

Der Markthallenvorplatz soll von der roten in die gelbe Zone der Parkraumbewirtschaftung wechseln und außerdem soll die Parkraumbewirtschaftung dort um 18 Uhr und nicht erst um 20 Uhr enden.

Mit der im März 2025 beschlossenen Parkgebührensatzung wurde der gebührenpflichtige Zeitraum für die gelbe Zone erweitert. Für den Parkplatz Hinterer Hafen blieb es bei der gebührenpflichtigen Bewirtschaftung bis 24 Uhr. Auch in der roten Zone wurde der gebührenpflichtige Zeitraum von 18 Uhr auf 20 Uhr ausgeweitet.

Es hat sich gezeigt, dass in der Nordstadt diese zeitliche Ausdehnung der Gebührenpflicht die soziale Nutzung des außerschulischen Bildungsangebots hemmt, da die angebotenen Kurse in der Regel deutlich länger dauern, als die Höchstparkdauer in der roten Zone. Ebenso kam aus dort ansässigen Arztpraxen die Rückmeldung, dass die Höchstparkdauer für deren Patienten nicht immer ausreicht. Um die außerschulischen Bildungsangebote zu fördern und den örtlich ansässigen Unternehmen und der künftigen Entwicklung gerecht zu werden, wird vorgeschlagen, den Markthallenvorplatz als gelbe Zone auszuweisen und nur für den Markthallenvorplatz den gebührenpflichtigen Zeitraum wieder auf 18 Uhr zu legen.

- Quick Win, Start Herbst 2026
- Verantwortlich: BSO (Änderung Parkgebührensatzung)
- Kosten: Da das Parken in der gelben Zone teurer als in der roten Zone ist, dürfte sich die Verkürzung der Bewirtschaftungszeit auf dem Markthallenvorplatz um 2 Stunden finanziell nicht negativ für die Stadt auswirken.

Um dies zu erreichen muss die die Satzung der Stadt Friedrichshafen über die Erhebung von Parkgebühren (Parkgebührensatzung) vom 24.03.2025 wie folgt geändert werden (rechte Spalte):

§ 2 Gebührenpflicht in der Parkgebührensatzung vom 24.03.2025	Änderung des § 2 Gebührenpflicht mit der Änderungssatzung vom XX.XX.XXXX
§ 2 Gebührenpflicht Für das Parken an Parkscheinautomaten auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen der Stadt Friedrichshafen wird eine nach Gebührenzonen gestaffelte Parkgebühr erhoben. Parkgebührenpflicht besteht in: a) Zone 1 (gelbe Zone), ohne Parkplatz Hinterer Hafen: Werktags von 8 – 20 Uhr b) Zone 1 (gelbe Zone), nur Parkplatz Hinterer Hafen: Täglich von 8 – 24 Uhr c) Zone 2 (rote Zone): Werktags von 8 – 20 Uhr d) Bäderzone im Zeitraum 01.04. – 30.09.: Werktags von 8 – 18 Uhr e) Campus-Zone: Werktags von 8 – 18 Uhr	§ 2 Gebührenpflicht Für das Parken an Parkscheinautomaten auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen der Stadt Friedrichshafen wird eine nach Gebührenzonen gestaffelte Parkgebühr erhoben. Parkgebührenpflicht besteht in: a) Zone 1 (gelbe Zone), ohne Parkplatz Hinterer Hafen: Werktags von 8 – 20 Uhr b) Zone 1 (gelbe Zone), nur Parkplatz Hinterer Hafen: Täglich von 8 – 24 Uhr c) Zone 1 (gelbe Zone), nur Parkplatz Markthallenvorplatz: Werktags von 8 bis 18 Uhr d) Zone 2 (rote Zone): Werktags von 8 – 20 Uhr e) Bäderzone im Zeitraum 01.04. – 30.09.: Werktags von 8 – 18 Uhr f) Campus-Zone: Werktags von 8 – 18 Uhr

Dementsprechend muss auch die Anlage (Übersicht über die Parkzonen) zur Parkgebührensatzung angepasst werden.

c) Kostenloser ÖPNV und Wintertarif in den drei Innenstadt Parkhäusern des Stadtwerks am See

Wie der Tourismus leidet die Innenstadt unter starken saisonalen Schwankungen in der Besucherfrequenz. Im Januar 2024, dem schwächsten Monat des Jahres 2024, gab es 43 % weniger Innenstadtbesuchende als im Juli, dem stärksten Monat. Die fehlenden Einheimischen zeigen sich in den hohen saisonalen Schwankungen beim Anteil der Friedrichshafener an den Innenstadtbesuchenden. Liegt beispielsweise im Januar der Anteil der Häflerinnen und Häfler an den Innenstadtbesuchenden bei rund 60 %, so liegt er im Juli oder August nur bei 45-48%. Zwischen Mai und September liegt der Anteil der Besuchenden von außerhalb der Stadtgrenzen konstant bei um die 50% (Datenquelle Analytics by Invenium Data Insights).

Es wird daher vorgeschlagen, dass von 1. November bis 31. März das Parken in den drei Innenstadt-Parkhäusern des Stadtwerks am See in der zweiten Stunde kostenlos ist. Die zweite Stunde ist dabei bewusst gewählt: Innenstadtbesuchende sollen dazu motiviert, ihre Erledigungen nicht möglichst schnell zu machen, sondern mehr Zeit in der Innenstadt zu verbringen, um etwa nach dem Einkauf noch die gastronomischen Angebote zu nutzen. Diese Maßnahme soll 2026 als einmaliges Pilotprojekt umgesetzt werden.

Der den Technischen Werken Friedrichshafen (TWF) entstehende Einnahmeverlust und die Kosten der Umstellung (u.a. Programmierkosten der Automaten) soll sowohl von der Stadt Friedrichshafen, wie auch vom Stadtforum und den TWF getragen werden, da diese direkt oder indirekt alle von der verlängerten Nutzung der Parkhäuser in der Innenstadt profitieren. Für eine einmalige Pilotinstallation dieses Angebots müssen

48.000 EUR durch Stadt und Stadtforum getragen werden. Dieser Betrag gliedert sich in 40.000 EUR Pauschalbetrag und 8.000 EUR für den Aufwand der TWF. Die Entschädigung des Aufwands wird vom Stadtforum getragen (davon anteilig 3.200 Euro in 2026 und 4.200 Euro in 2027) und die 40.000 EUR über den städtischen Haushalt. Unter Inbetrachtnahme der Umwegrentabilität werden hier Deckungsvorschläge aus dem Bereich des Dezernats II herangezogen (siehe Finanzteil der Sitzungsvorlage):

- Die vom Dezernat II angestrebte Lenkungswirkung durch die Erhöhung der Parkgebühren der überirdischen Parkplätze wird durch diese weitere Attraktivierung der Parkhäuser weiter verstärkt. Vom Dezernat II wird hierzu ein Deckungsvorschlag aus dem Digitalisierungsbudget herangezogen. Da sich die Stadtverwaltung in Bezug auf die Digitalisierung aktuell aus personellen Gründen im ersten Schritt auf die Digitalisierung der Verwaltung und nicht auf die Digitalisierung der Stadt fokussiert, können aus dem Digitalisierungsbudget 40.000 EUR als Deckung herangezogen werden, die aktuell nicht anderweitig im Dezernat II benötigt werden (siehe Finanzteil der Sitzungsvorlage).

Dieser Pilotversuch soll aktiv zur Belebung der Innenstadt beitragen. Die Investition der Stadt in diese Belebung bleibt darüber hinaus über die TWF / SWSee im weiteren Sinne im Konzern Stadt. Die Stadt wird ermächtigt, die Details des Vertrags für dieses Pilotprojekt mit den TWF / SWSee auszuhandeln.

- Quick Win, Start November 2026
- Verantwortlich: Stadt und Stadtwerk am See / TWF
- Kosten: max. 48.000 EUR (Nov. 2026 bis März 2027). Nach der Aktion wird Bilanz gezogen und es ist über eine Verlängerung der Aktion ab November 2027 gesondert zu entscheiden.

Da jedoch keine Bevorzugung des Autoverkehrs erfolgen soll, soll das bereits bestehende Angebot des Stadtwerks am See, welches an den Adventssamstagen 2025 bereits mit dem Angebot eines kostenlosen ÖPNVs an den Adventstagen im Stadtverkehr einen wichtigen Akzent gesetzt hat, fortgeführt werden.

4) Winterzeit in Friedrichshafen

Zur Steigerung der Gesamtattraktivität und der Sichtbarkeit enden die Aktivitäten im Winter nicht mit Weihnachten, sondern werden bis 31. Januar verlängert. Darüber sollen mit der Zeit weitere Aktionen für eine größere Attraktivität sorgen.

- Noch bessere Bündelung von Highlights in der Vorweihnachtszeit in einer gemeinsamen Vermarktung als „Bodensee-Weihnacht“ inkl. Eisstockbahn, Weihnachtsmarkt, Advent im Schloss, Adventsaktionen in den Ortsteilen, Winterdorf im Lammgarten, Fränkel Weihnachts-Singen uvm.
 - Quick Win, Start 2026
 - Verantwortlich: AST, BSO
 - Kosten werden aus dem vorhandenen Marketingbudget getragen
- Prüfung ob einzelne Aktionen über Weihnachten hinaus verlängert werden können, z. B. die Eisstockbahn bis zum Ende der Weihnachtsferien.
 - Quick Win, Start 2026/2027
 - Verantwortlich: AST / Partner: BSO
 - Kosten (ca. 2.000 Euro) werden aus dem vorhandenen Budget für die Eisstockbahn getragen.
- Ziel ist es auch, die Frequenz im Winter in der Innenstadt durch Aktionen für Familien besser zu verteilen. So soll eine Wichtelaktion in der Vorweihnachtszeit mit Aktionen in wechselnden Geschäften stattfinden.

Auf dem Adenauerplatz soll es besinnliche Aktionen in der Vorweihnachtszeit geben wie Vorleseabende/ Märchenerzählerin, Lichterweg.

- Quick Win, Start 2026
- Verantwortlich: AST
- Kosten (ca. 3.000 Euro) werden aus dem vorhandenen Innenstadtbudget getragen