

SR 5.7.18: AS informiert.  
H.  
10/21.6.

- Anlage 1 -

an alle AL + SR

Stadt Kitzingen						
N	1 8. JUNI 2018					
1	2	3	4	6	S	VZ
ZWV	zB	zK	R	Uml	zA	
R-Termin:				Geschehen:		
Termin				18.6.18		

## Gemeinsamer Referentenantrag

Gemeinsam beantragen wir folgender Punkte durch die Verwaltung der Stadt:

1. Kontaktaufnahme mit Herrn Schmidt, dem Verwalter des Dietz-Gebäudes am Marktplatz, um mit ihm über die langfristige Vermietung des Gebäudes inkl. dessen Renovierung zu verhandeln. Ziel wäre ein z.B. 10jahres Vertrag der die notwendige Renovierung, die über die Miete abgegolten wird, beinhaltet.
2. Kontaktaufnahme mit Herrn Strasser, dem Betreiber der Casa Conrad, welcher Interesse an einer langfristigen Miete des jetzigen Standortes der Tourist-Info hat um dort eine Lokalität (Brückenschoppen) zu betreiben. Die Vertragsdauer sollte sich mit der Laufzeit unter Punkt 1 decken.
3. Prüfung der anfallenden Kosten/der Einnahmen zu den Punkten 1 und 2. Gegenüberstellung der Kostendifferenz im Gegensatz zu einer aufwendigen Renovierung unter Gesichtspunkten des Denkmalschutzes des jetzigen Gebäudes der Tourist-Info.

## Begründung für einen neuen Standort der Tourist-Info im Dietz-Gebäude

- zentraler Standort mitten in der Stadt
- Gebäude gewährt Barrierefreiheit
- großzügige Präsentation des gesamten touristischen Angebots der Stadt in moderner, multimedialer Form möglich
- ausreichend Platz für Zusatzangebote wie: kleine Landkreis-Vinotheken-Ecke, Souvenirverkauf
- Schandfleck in der Stadt entfällt damit und wird hochwertig aufgewertet
- eine Nachnutzung des bisherigen Gebäudes der Tourist-Info ist gewährleistet

## Nachnutzungskonzept des bisherigen Standorts

Es ist angedacht, die alte Brücke zu beleben und der Touristeninformation einen emotionaleren Bezugspunkt zu verleihen. Durch deren Verlegung in den Markt könnte der derzeit leer stehende Laden der Familie Dietz einer neuen Nutzung zugeführt werden. Gleichzeitig wäre die Touristeninformation noch präserter und zentraler angesiedelt.

Bedenkt man die stetig steigende Nachfrage nach regionalen Produkten (z.B. Wein und Bier) hätte diese Verlagerung zwei Vorteile: Zum einen würde die ausgebrannte Ladenzeile im Dietz-Gebäude wieder hergerichtet, was letztendlich dem Bild des Marktes als Aushängeschild der Stadt zugute käme, und zum anderen hätte die Stadt eine Weinstube/ Bar in bester Lage, wodurch sich die aufwändige Organisation von Brückenschoppenveranstaltungen erübrigen würde.

Wichtig wäre in diesem Zusammenhang, in der Weinstube / Bar ausschließlich Produkte aus der Region anzubieten, um den Wünschen der Touristen nach einem solchen Angebot in Innenstadtlage nachzukommen und die noch immer bestehende Versorgungslücke zu schließen. Ein vergleichbares bzw. besseres Gebäude, das diese Anforderungen erfüllt, gibt es derzeit nicht.

Das Innenraumkonzept sollte auf einem trendgerechten Stilmix aus alten und neuen Elementen basieren, um das Gebäude unter Wahrung seiner Geschichte architektonisch an die Moderne

heranzuführen. Wie sich dies erfolgreich umsetzen ließe, kann man z. B. an den verschiedenen Vinotheken in der Umgebung sehen.

Eine besondere Bedeutung kommt in diesem Zusammenhang dem gastronomischen Angebot zu. Es sollte nicht nur auf Getränke abstellen, sondern auch kleine Vesper-Mahlzeiten umfassen. Das zu entwickelnde Konzept muss eigenständig sein und alle Altersgruppen inkludieren.

Das Produktangebot sieht einen kleinen Mittagstisch und Vespermahlzeiten vor. Die Gerichte sollten nur aus frischen, überwiegend regionalen Produkten zubereitet werden. Das gastronomische Angebot besteht aus einer modernen fränkischen Küche. Darüber hinaus sollte einmal monatlich ein Frühschoppen mit besonderem Motto geplant werden.

Weine / Weinbar: Auf der Karte sollten neben alkoholfreien Getränken hauptsächlich Weine und Biere / Craft-Biere aus Kitzingen und Umgebung stehen. Regelmäßige Eventabende mit Weinverkostung würden den verschiedenen Weingütern die Möglichkeiten geben, ihre Produkte einer breiteren Öffentlichkeit zu präsentieren.

Ausgangspunkt für Stadt-Schoppen - von hier aus könnte im Sommer natürlich auch die Brücke bespielt werden

Um nicht von einer einzelnen Zielgruppe bzw. zeitlich begrenzten Trends abhängig zu sein, wird eine möglichst breit gefächerte Kundenbasis angestrebt. Ein dementsprechend gestaltetes Produktangebot soll sowohl jüngere als auch ältere Zielgruppen ansprechen und binden, indem es traditionellere, regionale mit ausgefalleneren modernen Ideen verbindet. Ausschlaggebend ist hierbei der Mehrwert der gewählten Produkte (d. h. nur aus der Region, Bio, Alleinstellungsmerkmal in Kitzingen etc.).

Gastronomiebetriebe, insbesondere gut geführte und qualitativ hochwertige mit einem individuellen und innovativen Produktangebot, boomen sowohl auf nationaler als auch regionaler Ebene.

Wir sind überzeugt davon, dass der Wunsch der Kunden nach qualitativ hochwertigen, regionalen Produkten zu einem ausgeglichenen Preis-/ Leistungsverhältnis auch in Zukunft Bestand haben wird. Die wachsende Nachfrage nach Produkten aus hauseigener Herstellung unterstreicht diese Annahme, zumal sich der Trend zur Regionalität ungebrochen fortzuschreibt und somit mehr als eine zeitlich begrenzte Modeerscheinung darstellt. In diesem Zusammenhang ist es unabdingbar, sich durch Innovation abzusetzen und die Gäste immer wieder aufs Neue mit innovativen Ideen und kulinarischen Köstlichkeiten zu begeistern.

Obwohl es in Kitzingen bereits zahlreiche Gastronomiebetriebe gibt, setzt sich das Konzept und Produktangebot dank eindeutiger Alleinstellungsmerkmale klar von bestehenden Angeboten ab, wodurch es eine Ergänzung und keine Konkurrenz darstellt.



Dietrich Hermann

Stv. Tourismusreferent



Thomas Rank

Stadtentwicklungsreferent



Manfred Marstaller

Sportreferent