Kommunales Einzelhandelskonzept für die Stadt Kitzingen

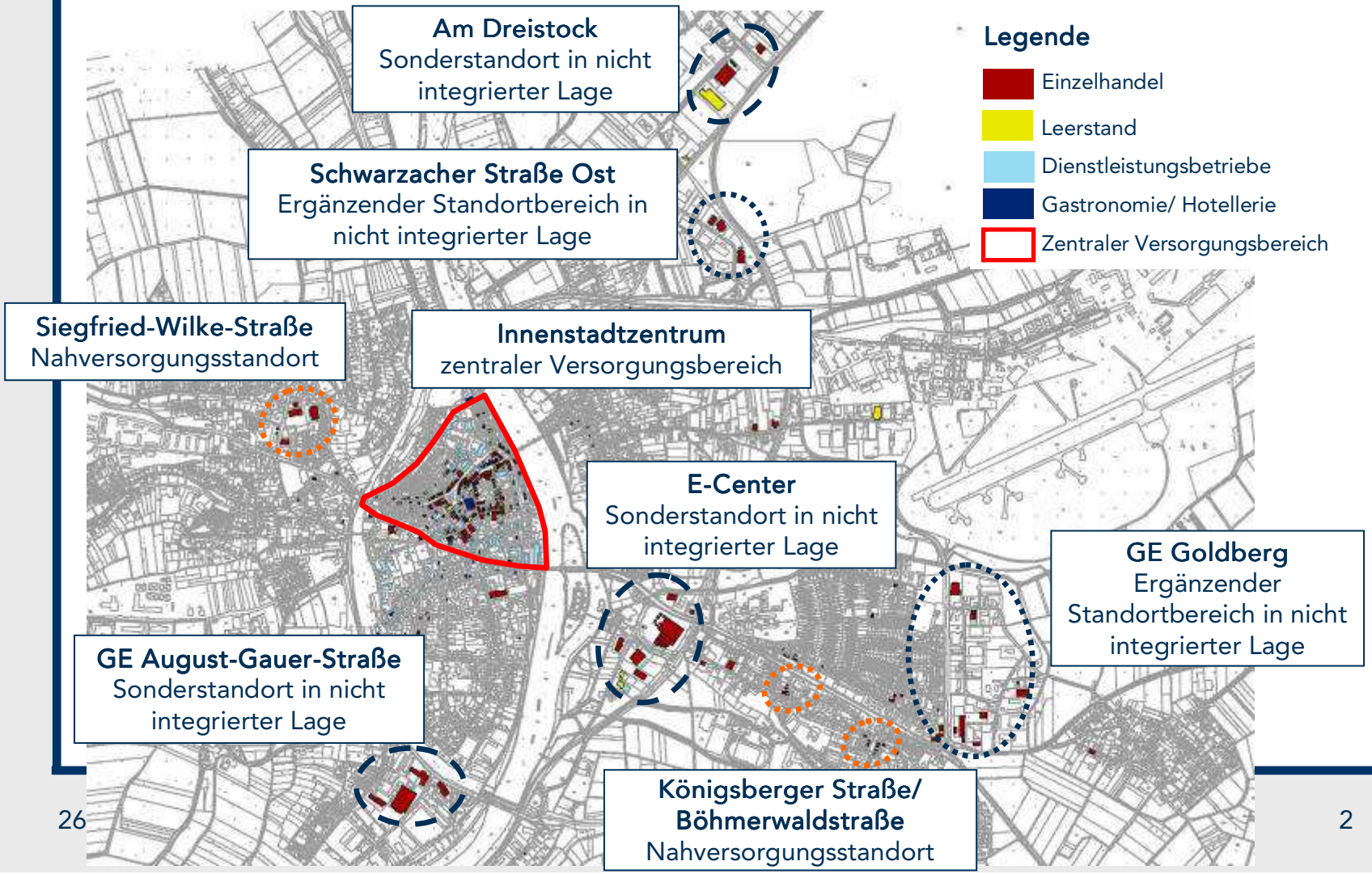
Entwicklungsempfehlungen Innenstadtzentrum, Markenportfolio *(Stufe 2)*

Stadtrat 26. April 2012

Stadt + Handel
Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhrer
Geogr. M.A. Andreas Q. Schuder
Huckarder Str. 12 — 44147 Dortmund
Hirschstraße 89 — 76137 Karlsruhe
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de

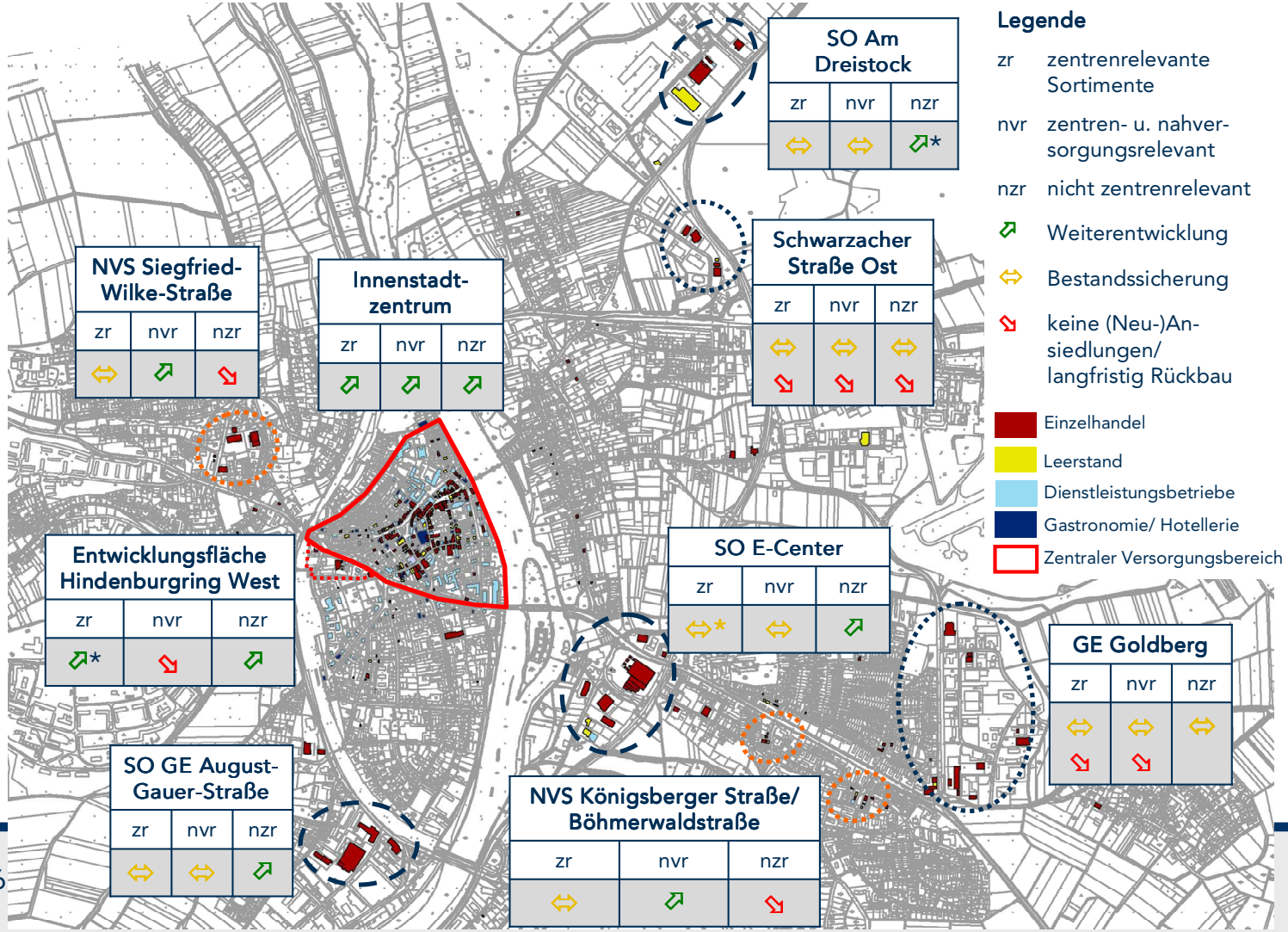
Zentren- und Standortkonzept

Standortstrukturen des Einzelhandels in Kitzingen



Zentren- und Standortkonzept

Entwicklungszielstellungen für die Einzelhandelsstandorte

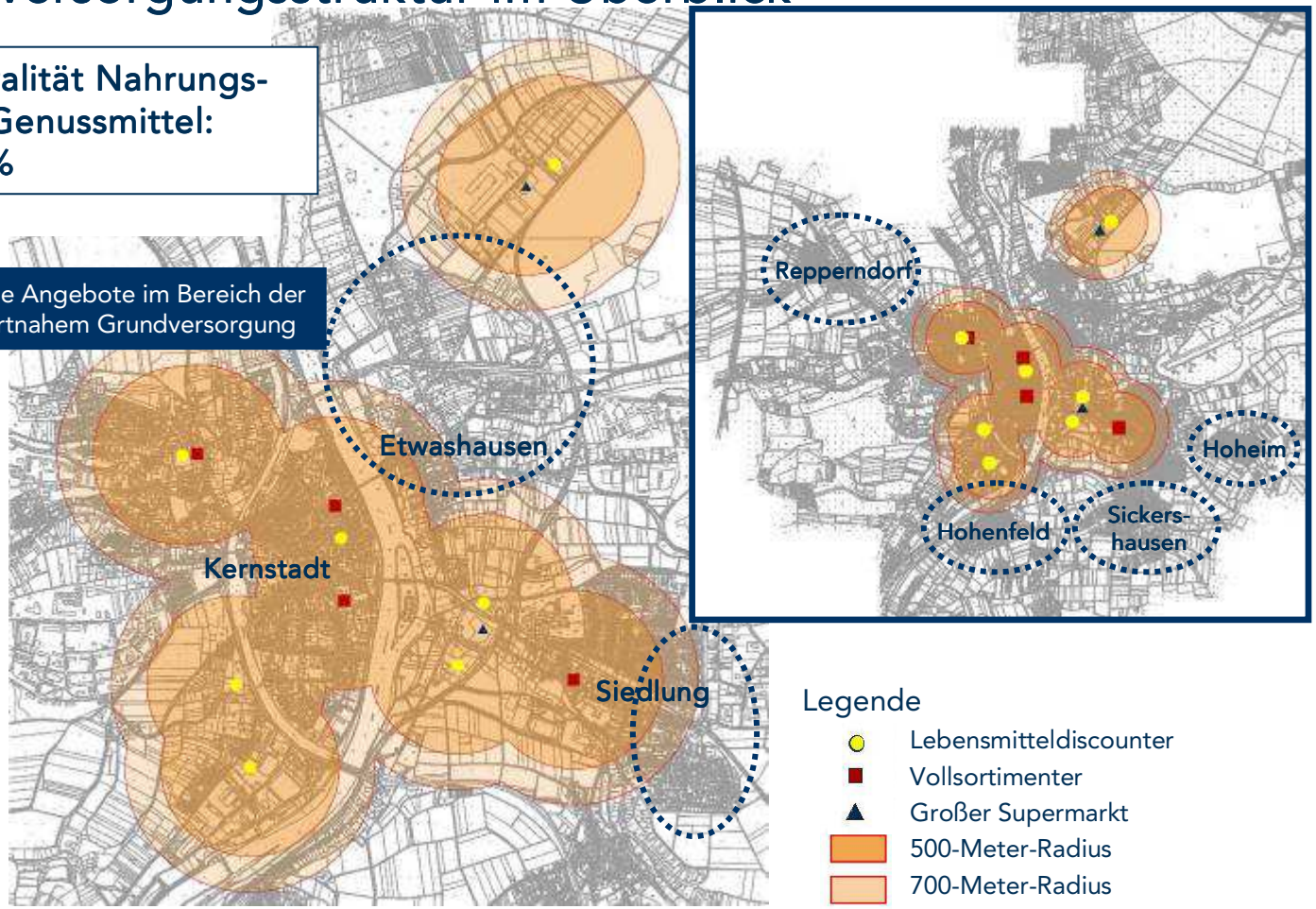


Zentren- und Standortkonzept

Nahversorgungsstruktur im Überblick

Zentralität Nahrungs- und Genussmittel: 166 %

Fehlende Angebote im Bereich der wohnortnahem Grundversorgung



Zentren- und Standortkonzept

Empfehlungen Nahversorgung

- **1. Priorität:** Fokus der Nahversorgung auf das Innenstadtzentrum
- **2. Priorität:** Entwicklung in siedlungsstrukturell integrierten Lagen zur Weiterentwicklung und Verbesserung der wohnortnahen Versorgung
- Qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung (Andienung, Parkplätze, Service)
- Ansonsten **konsequenter Ausschluss** von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel in nicht integrierten, gewerblich geprägten Lagen

Sortimentsliste für Kitzingen

- Sortimentsliste als räumliches Steuerungsinstrument zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist **richterlich anerkannt**
- Rückgriff auf **allgemeine Listen** kann zu **Abwägungsfehlern** und somit zur Nichtigkeit von B-Plänen führen (aktuelle obergerichtliche Entscheidungen)
- Denn: Steuerung im Rahmen von Bauleitplanung (unter Bezugnahme auf § 1 (5) und / oder (9) BauNVO) bedeutet Berücksichtigung der **konkreten örtlichen (städtebaulichen) Begebenheiten**
- Konsequenz: Erarbeitung einer **örtlichen Sortimentsliste** unter Berücksichtigung der konkreten örtlichen Situation; räumliche Abgrenzung der Bezugsebenen (zentrale Versorgungsbereiche) zwingend erforderlich
- Ausgestaltung orientiert an WZ 2008

→ **Zukunftsfähiges und rechtssicheres Steuerungsinstrumentarium**

Sortimentsliste für Kitzingen

„Kitzinger Liste“: zentren-/ nahversorgungsrelevante Sortimente

Zentrenrelevante Sortimente

- Augenoptik
- Bekleidung (ohne Sportbekleidung)
- Bettwaren
- Briefmarken/ Münzen
- Bücher
- Computer
- Elektrokleingeräte
- Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör
- Glas/Porzellan/Keramik
- Haus-/Bett-/Tischwäsche
- Hausrat/Haushaltswaren
- Heimtextilien/Gardinen
- Kinderwagen
- Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche
- Med. und orthopädische Geräte (einschl. Hörgeräte)
- Musikinstrumente und Musikalien
- Papier/Büroartikel/Schreibwaren, Künstler- & Bastelbedarf
- Schuhe, Lederwaren
- Spielwaren/ Basteln
- Sportartikel
- Telekommunikationsartikel
- Uhren/Schmuck
- Unterhaltungselektronik
- Waffen, Angeln, Jagdbedarf
- Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/ Bilderrahmen/Kunstgegenstände

Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente

- Blumen
- Drogerie/Kosmetik/Parfümerie
- Nahrungs- und Genussmittel
- Pharmazeutische Artikel (Apotheke)
- Zeitungen/Zeitschriften

Sortimentsliste für Kitzingen

„Kitzinger Liste": nicht zentrenrelevante Sortimente

Nicht zentrenrelevante Sortimente

- Baumarkt-Sortiment im engeren Sinne
  - Bauelemente
  - Baustoffe
  - Bodenbeläge/Parkett/Fliesen (inkl. Teppichböden)
  - Eisenwaren/ Werkzeuge
  - Elektroinstallationsmaterial Farben/Lacke/Tapeten
  - Sanitär- und Installationsbedarf
- Boote
- Campingartikel
- Elektrogroßgeräte
- Fahrräder und Zubehör
- Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)
- Kfz-Zubehör
- Leuchten/ Lampen
- Möbel
- Motorrad-Zubehör
- Pflanzen/Samen
- Teppiche (Einzelware)
- Zoologischer Bedarf
- Sonstiger Non-Food-Einzelhandel (a.n.g.)

Ansiedlungsleitsätze

Ansiedlungsleitsatz I: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment…
… zukünftig nur im Innenstadtzentrum gemäß der konzeptionellen Aussagen.

Ansiedlungsleitsatz II: Einzelhandel mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment…
… primär im Innenstadtzentrum, zur Gewährleistung der Nahversorgung auch an sonstigen integrierten Standorten zur Versorgung des Gebietes.

Ansiedlungsleitsatz III: Großflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel…
… primär auf die Sonderstandorte E-Center, August-Gauer-Straße und mit Einschränkungen Am Dreistock beschränken. Generell Bündelung an wenigen Standorten.

Ansiedlungsleitsatz IV: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Randsortiment…
… im Innenstadtzentrum unbegrenzt.
… außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs für einzelne Sortimente an der Struktur des Innenstadtzentrums orientieren, insgesamt bis zu einer Obergrenze von max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche bezogen auf die Gesamtheit der zentrenrelevanten Randsortimente.

Ansiedlungsleitsatz V: Ausnahmsweise: Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben **(Handwerkerprivileg)**

Zielsetzung

Zielsetzungen für die Entwicklungsempfehlungen für das Innenstadtzentrum, inkl. Markenportfolio

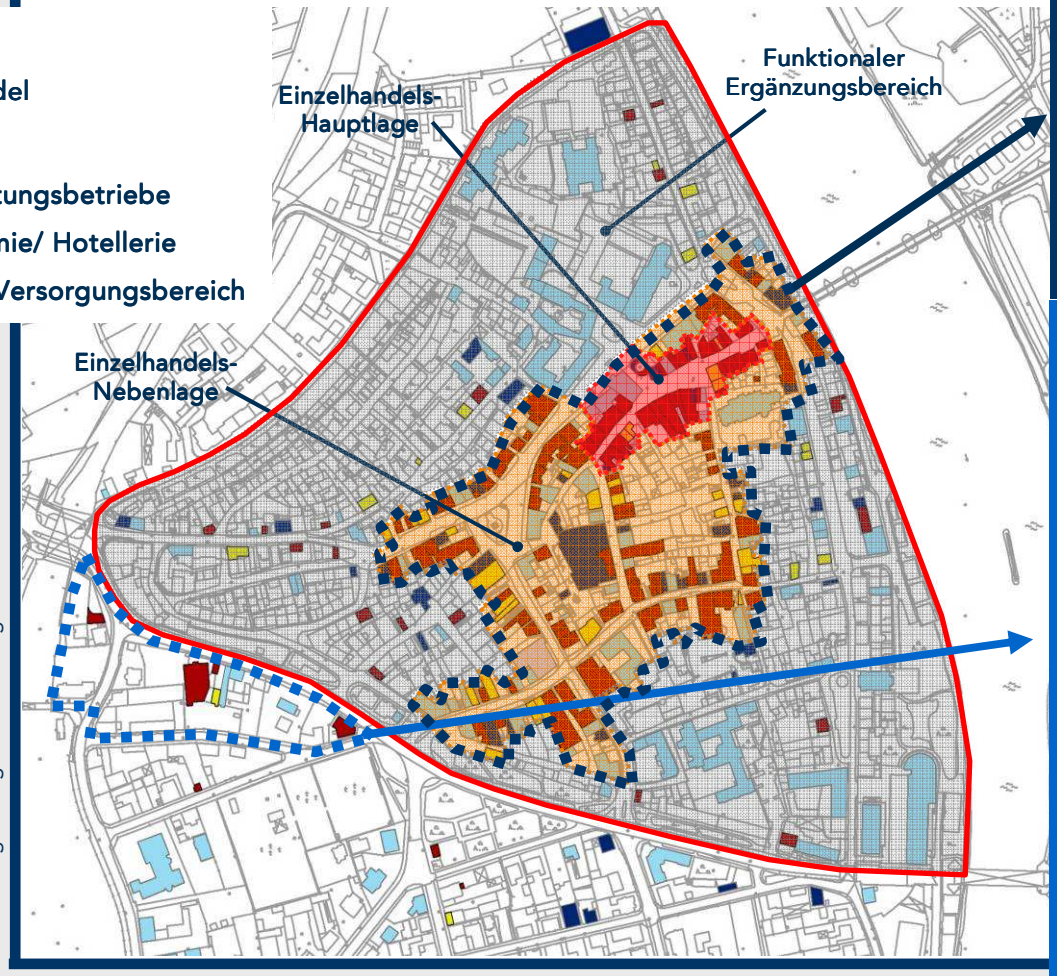
- Konkretisierung städtebaulich-funktionaler Entwicklungsempfehlungen für das Innenstadtzentrum
  - Anzustrebende städtebaulich-funktionale Struktur des Innenstadtzentrums
  - Entwicklung geeigneter Potenzialflächen
  - Optimierung der Standortrahmenbedingungen für die Magnetbetriebe
  - Infrastrukturaspekte
  - Städtebaulich-funktionale Anbindung und Integration zukünftiger Entwicklungen
- Markenportfolio: (beispielhafte) Betreiber für das Innenstadtzentrum

Zentren- und Standortkonzept

Innenstadtzentrum Kitzingen

Legende

- Einzelhandel
- Leerstand
- Dienstleistungsbetriebe
- Gastronomie/ Hotellerie
- Zentraler Versorgungsbereich



Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 05/2010;
Kartengrundlage: Stadt Kitzingen

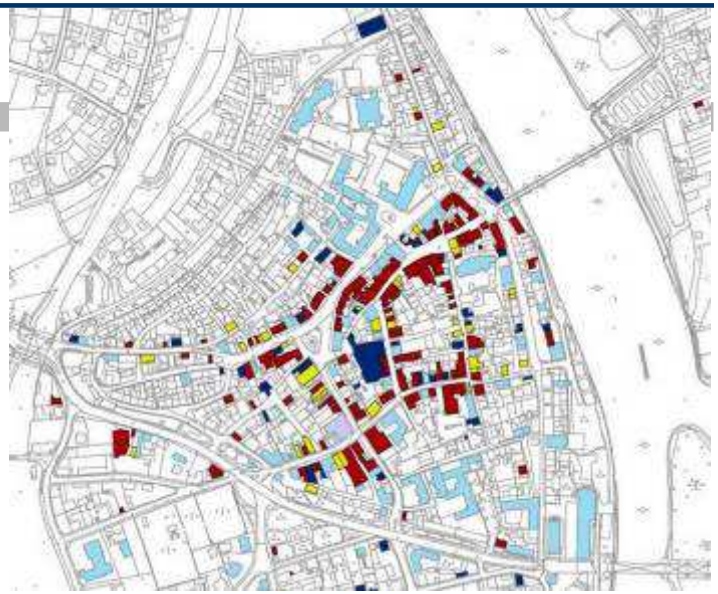
Primärer Entwicklungsbereich

- → Kernbereiche des Innenstadtzentrums
- → Raum für typische zentren-relevante Leitsortimente
- → Besondere Berücksichtigung der vorhandenen Flächenpo-tenziale (5.500 bis 7.500 m²)

Empfehlungen:

- → Nachrangige Entwicklung: Entwicklung nur, wenn Fachmarkt im primären Entwicklungsbereich nicht realisiert werden kann (Größenordnung).
- → Weiterentwicklung nur mit spezifischen Sortimenten.
- → Ein großmaßstäblicher Magnetbetrieb.
- → Abstimmung mit den Entwick-lungen im primären Entwick-lungsbereich (Ergänzung, keine Substitution)

Zielsetzung



Innenstadtzentrum Kitzingen: Übergeordnete Entwicklungsziele

1. **Festigung der mittelzentralen Versorgungsfunktion**
2. **Ansiedlung neuer Magnetbetriebe bzw. bisher fehlende Angebotsformen**

   🡐 Probleme:

☒ Kleinteilige Ladenstrukturen (Ø 106 m² VKF) versus Flächenanforderungen Filialisten (mind. 100 m², vielfach 400 - 600 m² VKF)

☒ Fehlbedarf von Flächen von 200 bis 600 m²

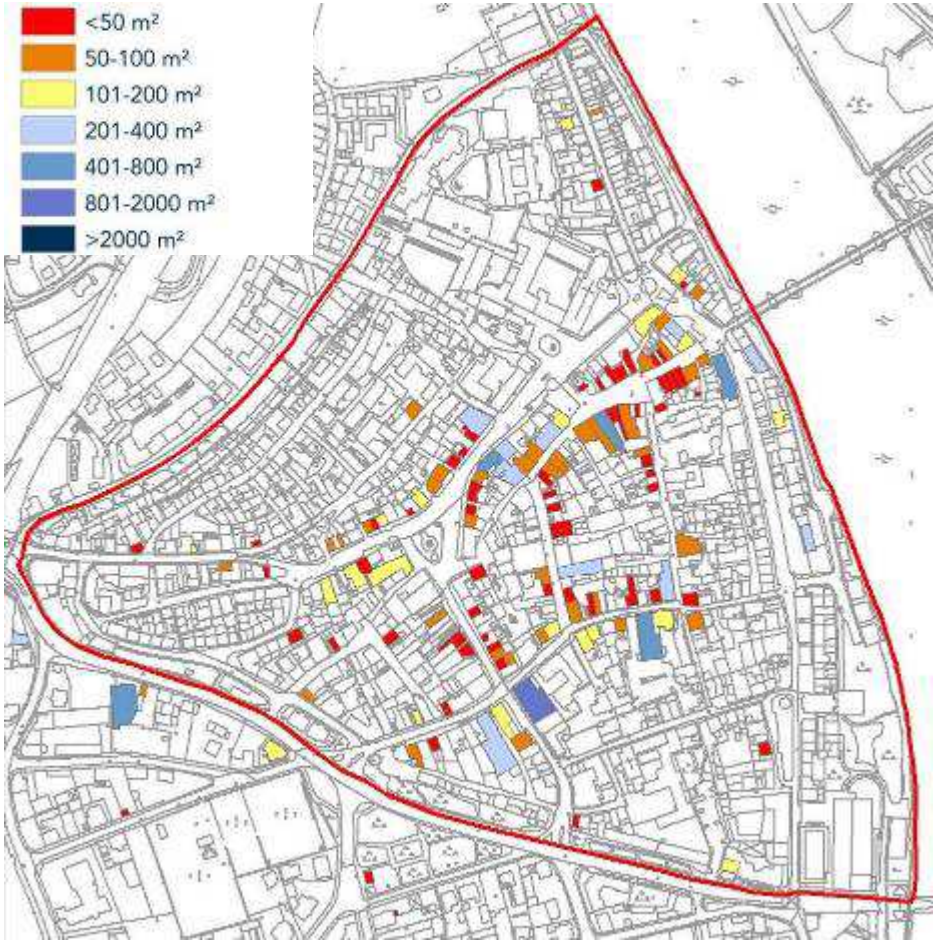
➔ Neue Flächen erschließen, Flächenzusammenlegungen

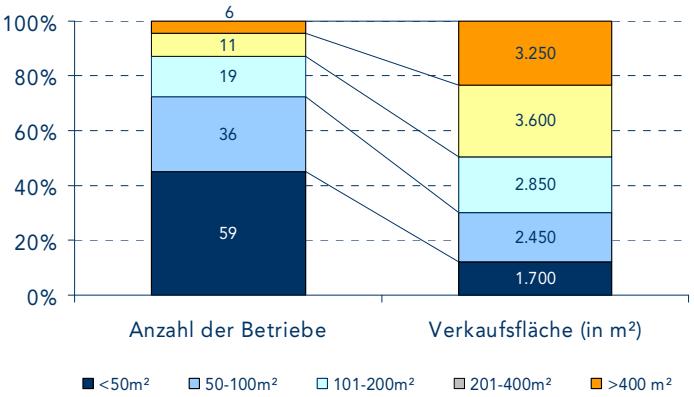
➔ Einbeziehung Eigentümer, WiFö: lenkende Angebotsplanung

3. **Sicherung und Ausbau der Nahversorgungsfunktion**
4. **Sicherung und Stärkung der Vielfalt an kleinen Fachgeschäften**

Innenstadtcheck

Einzelhandelsbestand nach Verkaufsflächengrößen





Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 05/2010; Kartengrundlage: Stadt Kitzingen

- Hoher Anteil kleinflächiger Ladenlokale
- Nur ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb
- Flächengrößen nach aktuellem Maßstab größtenteils nicht zeitgemäß
- Flächenzusammenlegung als Option

Innenstadtcheck

Warengruppen mit erkennbaren Angebotslücken im Innenstadtzentrum	Verkaufsflächenrelationen					
	Innenstadtzentrum		Städtebaulich integrierte Lage		Nicht integrierte Lage	
	m²	%	m²	%	m²	%
Nahrungs- und Genussmittel	1.610*	10	5.450	33	9.670	58
Blumen, zoologischer Bedarf	40	3	200	15	1.100	82
kurzfristiger Bedarfsbereich (gesamt)	**3.640**	**16**	**7.060**	**31**	**12.230**	**53**
Bekleidung	4.280	60	560	8	2.330	32
Schuhe/ Lederwaren	1.030	53	20	1	880	46
GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör	680	25	330	12	1.660	62
Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente	750	33	100	4	1.390	62
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	340	20	60	4	1.280	76
mittelfristiger Bedarfsbereich (gesamt)	**7.390**	**24**	**3.530**	**11**	**19.900**	**65**
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	320	18	720	41	700	40
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	380	25	50	3	1.070	71
Neue Medien/ Unterhaltungselektronik	530	38	80	6	770	56
langfristiger Bedarfsbereich (gesamt)	**2.810**	**22**	**2.130**	**17**	**7.750**	**61**
Gesamt	**13.840**	**21**	**12.720**	**19**	**39.880**	**60**

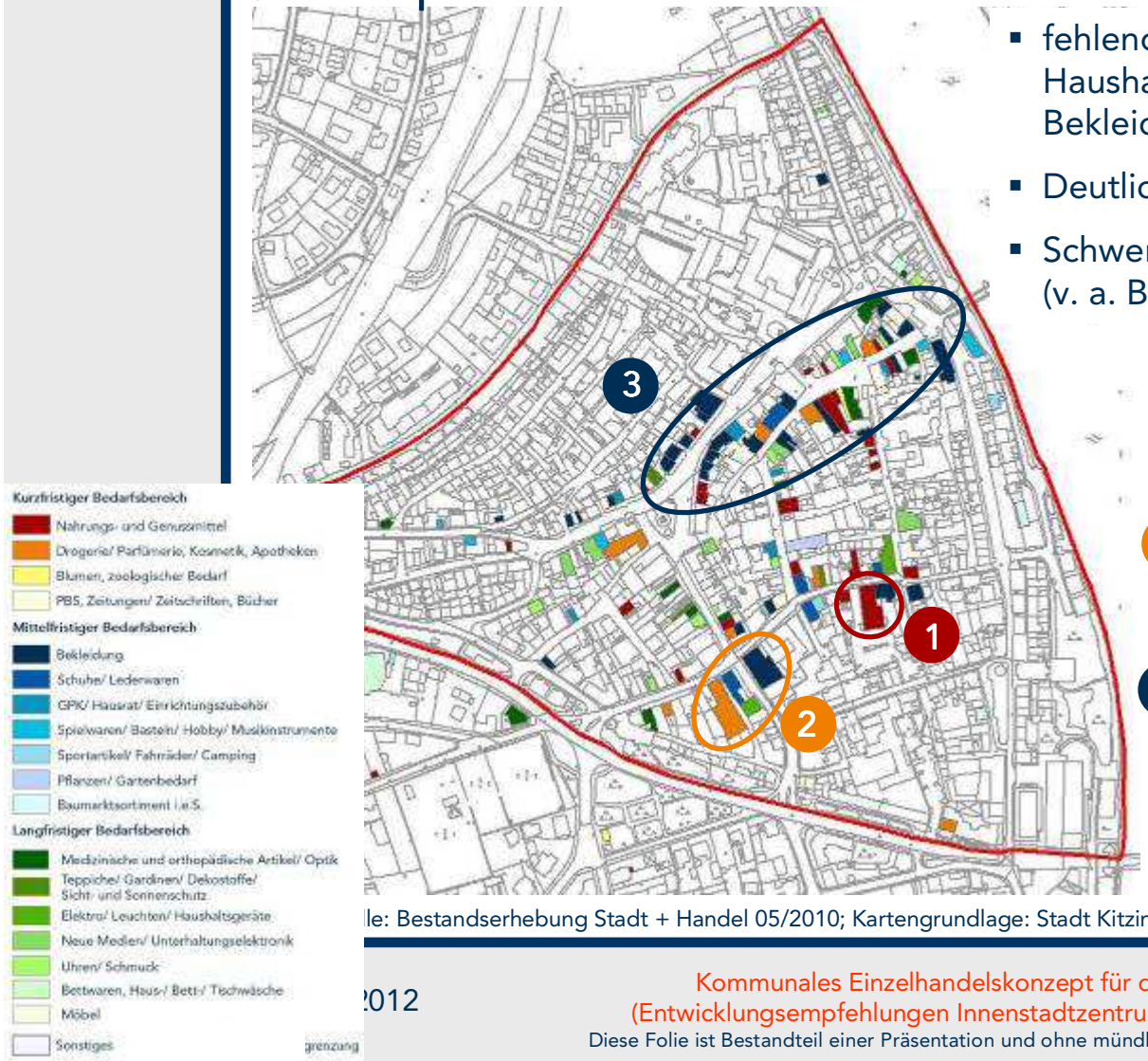
720 Deutliche Wettbewerbsstrukturen zum Innenstadtzentrum Kitzingen

* Zwischenzeitlich Wegfall des Kupsch (hier noch enthalten)

Quelle: Berechnung Stadt + Handel 2010; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik

Innenstadtcheck

Schwerpunkte im Einzelhandelsbestand nach Hauptbranchen



- fehlende Sortimente laut Befragungen*: GPK/ Haushaltsartikel/ Einrichtungszubehör, Bekleidung
- Deutliche Angebotsdurchmischung
- Schwerpunkt im mittelfristigen Bedarfsbereich (v. a. Bekleidung)

1
- Pol mit Lebensmittelmarkt
- Wichtige Nahversorgungsfunktion

2
- Schwerpunkt: Drogeriemärkte (Rossmann und Ihr Platz)

3
- Schwerpunkt: Bekleidung
- Nicht filialisierte Fachgeschäfte

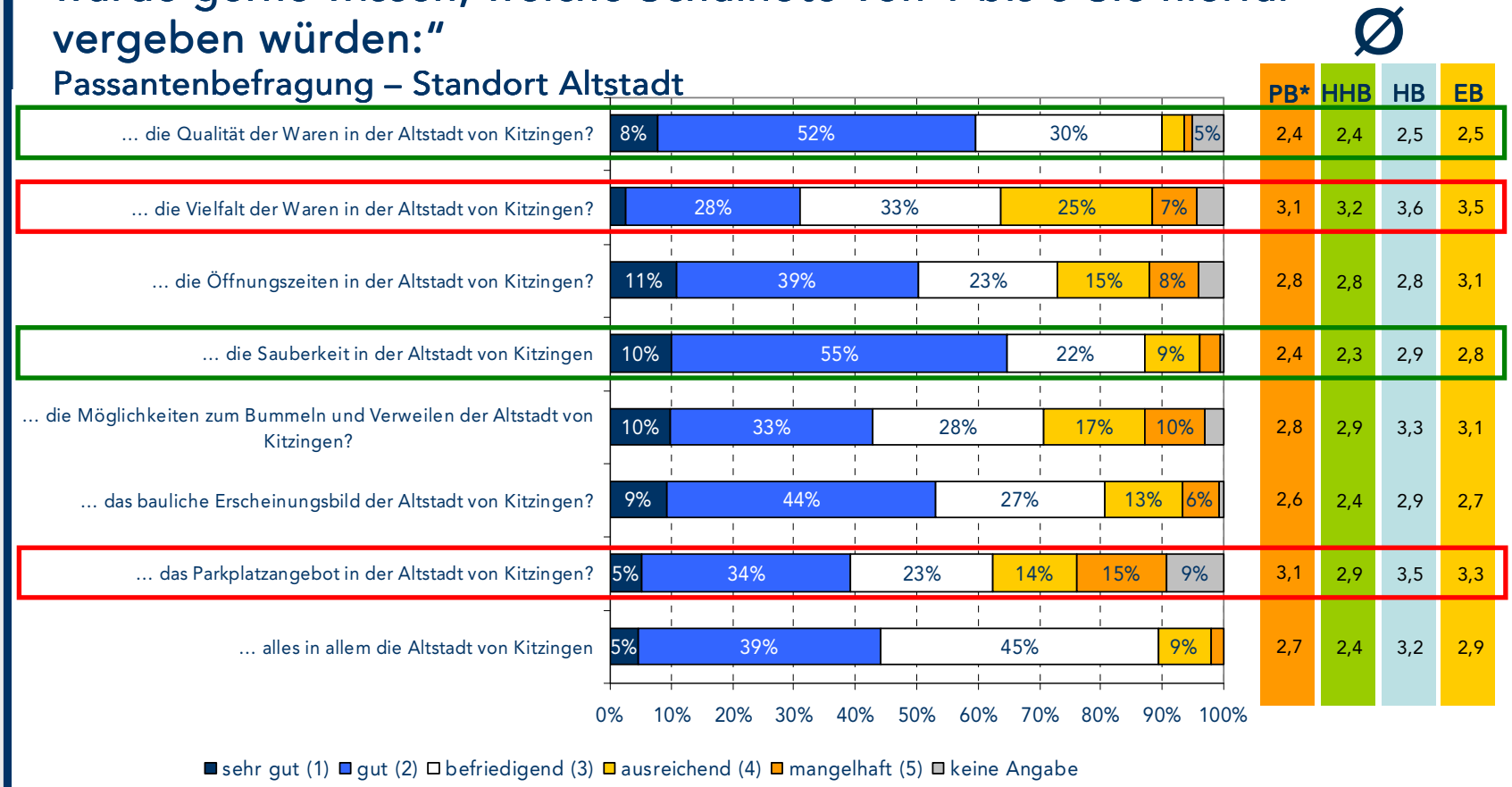
→**Des Weiteren keine sortiments-spezifischen Schwerpunkte des Einzelhandels erkennbar**

le: Bestandserhebung Stadt + Handel 05/2010; Kartengrundlage: Stadt Kitzingen

Innenstadtcheck

„Ich nenne Ihnen jetzt einige Aspekte zur Altstadt von Kitzingen und würde gerne wissen, welche Schulnote von 1 bis 5 Sie hierfür vergeben würden:"

Passantenbefragung – Standort Altstadt



→ Insgesamt nur durchschnittliche Bewertungen der Kitzinger Altstadt

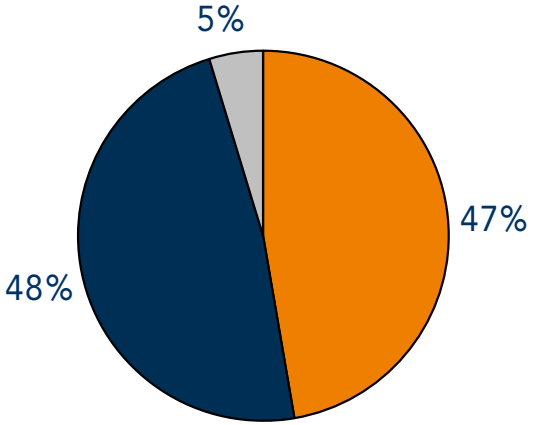
Quellen: Passantenbefragung 05/2010; Befragte in Altstadt Kitzingen (n=423); Telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 05/2010, Befragte in Kitzingen (n=215); Händlerbefragung 05/2010, n=29; Eigentümerbefragung 07/2010, n=50; * inkl. Befragungsstandorte E-Center und Siegfried-Wilke-Straße (n=801)

Innenstadtcheck

„Gibt es Artikel oder Angebote, die Sie in Kitzingen vermissen? Wenn ja, welche?"

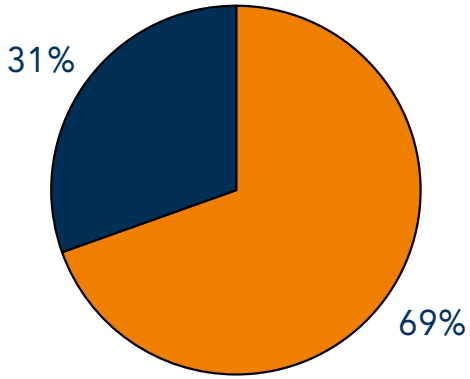
Quelle: Passantenbefragung 05/2010 (n = 801); Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 05/2010 (n=420); Händlerbefragung 05/2010 (n = 29); GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Passantenbefragung



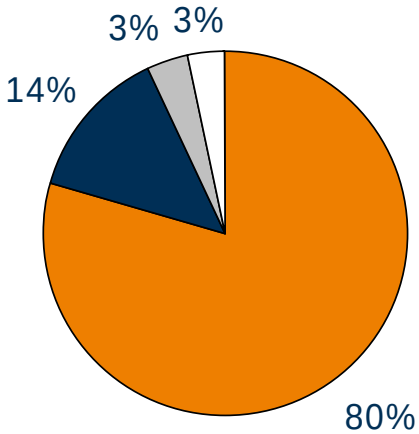
Vermisste Sortimente	n=546
GPK/ Haushaltsartikel/ Einrichtungszubehör	26%
Bekleidung	22%
Elektrohaushaltsgeräte, Neue Medien/ Unterhaltungselektronik	10%
Nahrungs- und Genussmittel	7%
Baumarktsortiment i.e.S.	3%

Haushaltsbefragung



Vermisste Sortimente	n=138
GPK/ Haushaltsartikel/ Einrichtungszubehör	39%
Bekleidung	17%
Schuhe, Lederwaren	6%
Nahrungs- und Genussmittel	4%
Möbel	4%

Händlerbefragung



Vermisste Sortimente	n=51
GPK/ Haushaltsartikel/ Einrichtungszubehör	39%
Nahrungs- und Genussmittel	10%
Bekleidung	8%
(regioanle) Gastronomie	6%
Neue Medien/ Unterhaltungselektronik	4%
Sportartikel	4%

Ja ■ Nein ■ Weiß nicht □ keine Angabe

Innenstadtcheck - Empfehlungen

Übergeordnete Empfehlungen für das Innenstadtzentrum

Funktional:

- Breite Ansprache von Zielgruppen – Angebote im Rahmen der Möglichkeiten an den Kundenwünschen orientieren
- Vielfältiges Warenangebot ausbauen, (weitere) spezialisierte Angebote schaffen
- Kleinteiligkeit bewahren, Ergänzung durch größere Flächen/ Frequenzbringer
- Aufenthaltsqualität erhöhen

Räumlich:

- Konzentration des Einzelhandels auf die Haupt- und Nebenlagen
- Schaffung von Kunden-/ Rundläufen
- Verbesserte Anbindung/ Erreichbarkeit des Innenstadtzentrums (ÖPNV + MIV; aktuell Verkehrsentwicklungsplan)

Innenstadtcheck - Empfehlungen

Was macht ein Innenstadtzentrum aus?

- Historisch gewachsene Strukturen mit städtebaulicher Dichte und ansprechender Gestaltung
- Aufenthaltsqualität und urbanes Leben
- Vielfalt und Dichte von Einzelhandel, Kultur-, Sozial-, Verwaltungseinrichtungen und sonstigen Dienstleistungen sowie gastronomischen Einrichtungen
- Zumeist breites und tiefes Einzelhandelsangebot, in Teilen qualitativ hochwertige Warenangebote
- Hohe Verkehrsdichte, zumeist gute Einbindung in das ÖPNV-Netz

Innenstadtcheck - Empfehlungen

Hauptlage

Marktstraße/ Schweizergasse

- Fußgängerzone mit Marktplatz
- Geprägt durch kleinteiligen, überwiegend nicht filialisierten Einzelhandel

→ Weiterentwicklung als Hauptlage des Einzelhandels

→ Ergänzung des vorhandenen Einzelhandelsangebots durch weitere (filialisierte) Anbieter:

  → Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Leitsortimenten

  → (Spezialisierter) nahversorgungsrelevanter Einzelhandel

  → Mittleres bis höheres/ hohes Preissegment

→ **Marktplatz als „gute Stube" der Innenstadt präsentieren (z. B. Aufenthaltsqualität durch Ausbau attraktiver Außengastronomie erhöhen, ansprechende städtebauliche und bauliche Gestaltung)**

Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 05/2010; Kartengrundlage: Stadt Kitzingen

Innenstadtcheck - Empfehlungen

Nebenlage

Ritterstraße/ Falterstraße

- Geprägt durch fachmarktorientierte Filialisten und nicht filialisierte Fachgeschäfte
- Heterogene Ladengrößenstrukturen
- Angebotsmix aus allen Bedarfsbereichen

→ Sicherung des vorhandenen Lebensmittelangebots als Frequenzpunkt für die gesamte Innenstadt

→ Ergänzung des Angebots durch weitere (filialisierte) Anbieter:

  → Fachmärkte und Fachgeschäfte mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Leitsortimenten

  → (Unteres bis) mittleres Preissegment

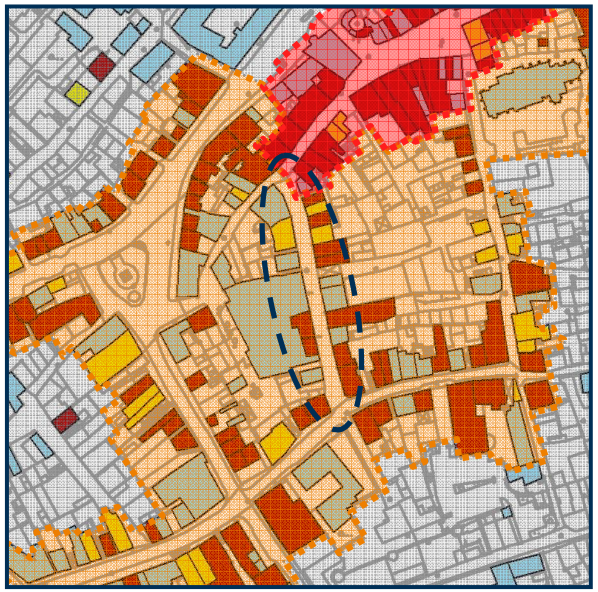
→ Schlüsselimmobilie: Kaufhaus Storg

Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 05/2010;
Kartengrundlage: Stadt Kitzingen

Innenstadtcheck - Empfehlungen

Nebenlage

Herrnstraße



- Fußgängerzone
- Keine Profilierung des Angebots in einem Sortimentsbereich
- große Spannweite an Angebotsqualitäten (T€DI, Juwelier …)

→ Weiterentwicklung der Lage für Anbieter mit Lauf- und Zielkundschaft

→ Als Verbindungsachse von Frequenzen der Hauptlage und Ritterstraße/ Falterstraße profitieren

→ Umsetzbarkeit des angrenzenden Bürgerbräu-Geländes für eine Einzelhandelsnutzung prüfen! → Schaffung von Rundläufen

Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 05/2010;
Kartengrundlage: Stadt Kitzingen

Innenstadtcheck - Empfehlungen

Nebenlage

Königsplatz/ Kaiserstraße/ Luitpoldstraße

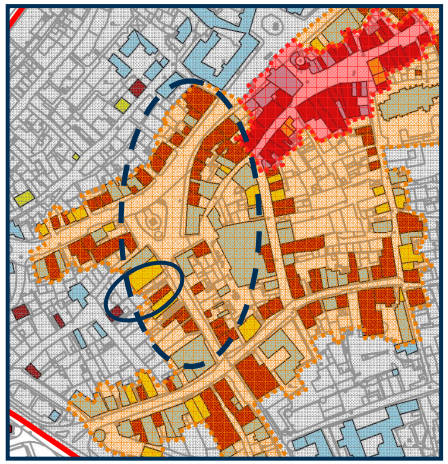
- Mehrere Bekleidungsanbieter an Kaiserstraße
- Des Weiteren keine Profilierung des Angebots in einem Sortimentsbereich

→ Ergänzung des vorhandenen Angebots durch weitere Anbieter mit zentrenrelevanten Sortimenten

→ Nachnutzung von bestehenden Leerständen

→ Magnetbetriebe ansiedeln

→ Chance: Kundenläufe ausbauen
Königsplatz – Kaiserstraße – Marktstraße,
Königsplatz – Luitpoldstraße – Ritterstraße/ Falterstraße,
Königsplatz – Schweizergasse/ Marktstraße



Standortbereich dt. Fastnachtsmuseum

Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 05/2010;
Kartengrundlage: Stadt Kitzingen

Rundläufe

Marktplatz:
hist. Markt, Fußgängerzone, „gute Stube“

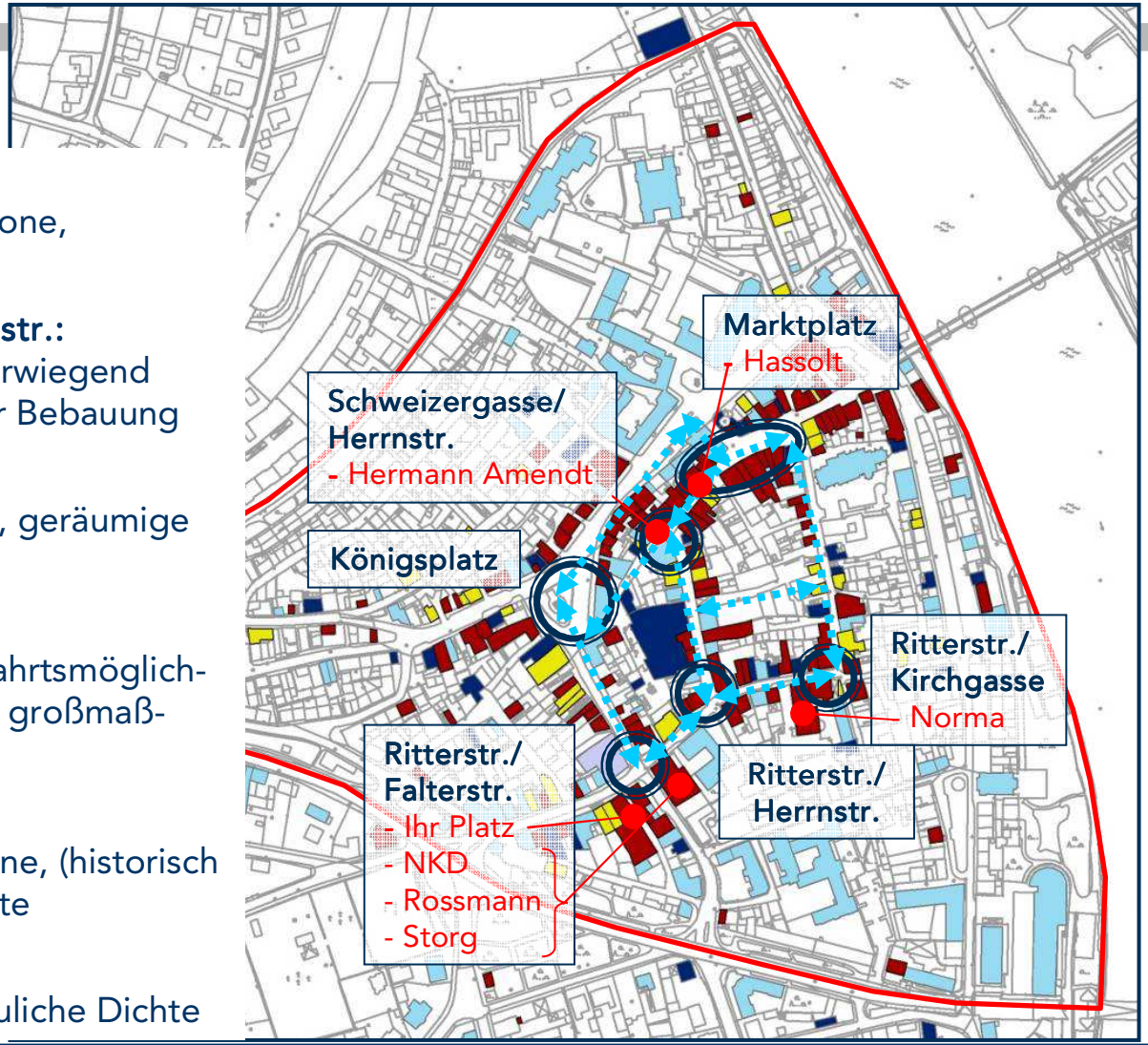
Schweizergasse/ Herrnstr.:
Fußgängerzone mit überwiegend kleinteiliger, historischer Bebauung

Königsplatz:
umfahrbare Grünanlage, geräumige Platzsituation

Ritterstr./ Falterstr.:
Verkehrsknoten mit Zufahrtsmöglichkeit zur Innenstadt, z. T. großmaßstäbliche Bebauung

Ritterstr./ Herrnst.:
Übergang Fußgängerzone, (historisch bedingte) bauliche Dichte

Ritterstr./ Kirchgasse:
(historisch bedingte) bauliche Dichte

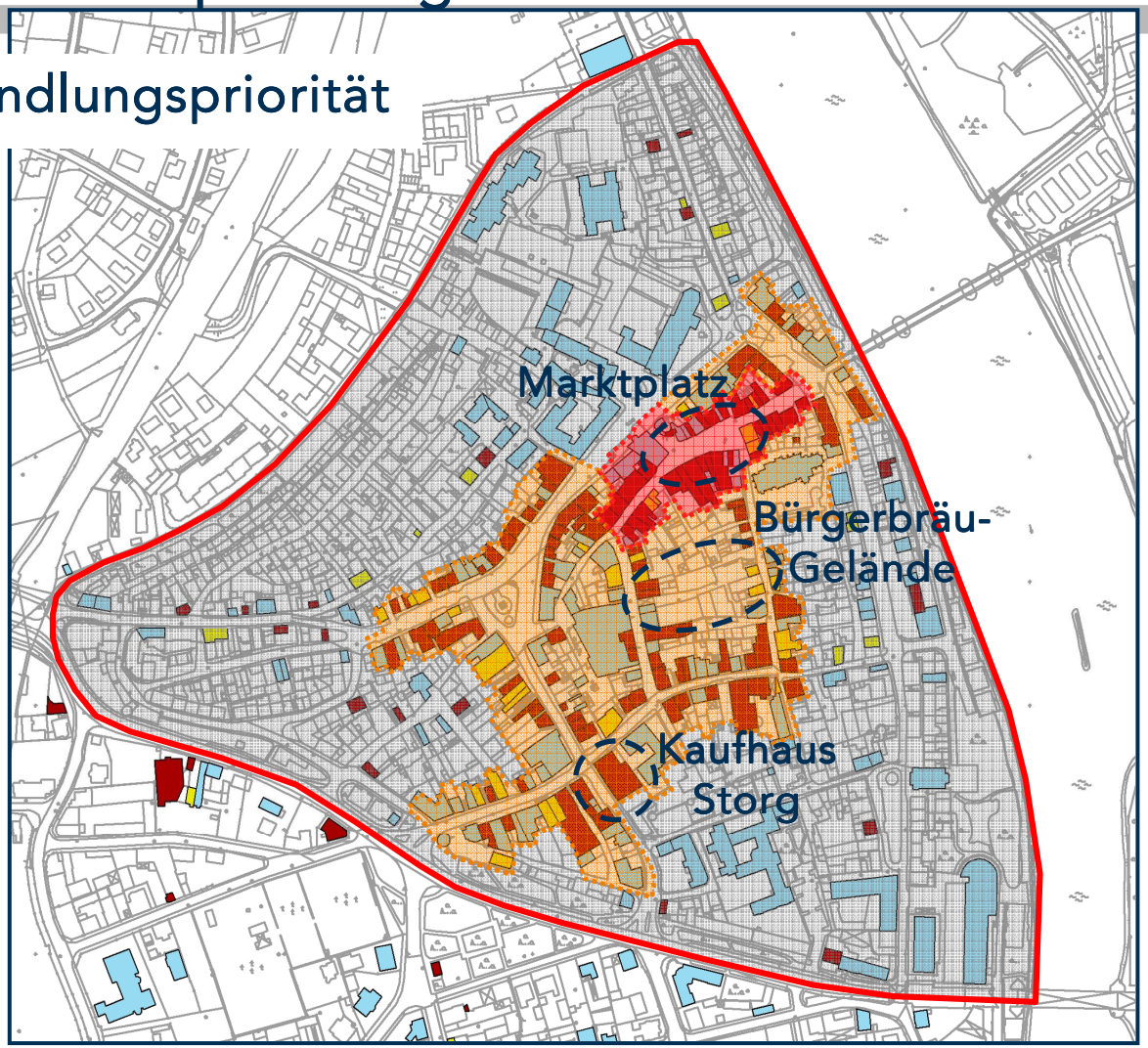


Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 05/2010; Kartengrundlage: Stadt Kitzingen

Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 05/2010; Kartengrundlage: Stadt Kitzingen

Innenstadtcheck - Empfehlungen

Bereiche mit Handlungspriorität



Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 05/2010;
Kartengrundlage: Stadt Kitzingen

Innenstadtcheck - Empfehlungen

Marktplatz - Empfehlungen

- Marktplatz als „gute Stube“ der Innenstadt präsentieren, „Zentrumscharakter sichtbar machen“
- Wochenmarkt sichern und Angebote ergänzen: hohe Bedeutung für Versorgung und als Frequenzbringer
- Aufenthaltsqualität durch attraktive Außengastronomie erhöhen
- Ansprechende und einheitliche städtebauliche und bauliche Gestaltung (z. B. Bodenbelag, Sauberkeit, Bestuhlung)

Quelle: eigene Aufnahmen

Innenstadtcheck - Empfehlungen

Bürgerbräu-Gelände - Empfehlungen

- Areal mit direkten Bezug zu vorhandenen Kundenläufen in Haupt- und Nebenlage und ausreichender Grundflächengröße zur weiteren Stärkung der Innenstadt nutzen
- Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente; Zielgrößen pro Betrieb: mind. 200 m² bis 600 m² VKF
- Gleichzeitig: nachteilige Verschiebungen in der Einzelhandelsstruktur innerhalb des Innenstadtzentrums, z. B. durch Verlagerungen, durch Stärkung der weiteren Lagen (z. B. Kaiserstraße) vermeiden

Quelle: eigene Aufnahmen

Innenstadtcheck - Empfehlungen

Kaufhaus Storg - Empfehlungen

- Gebäude für Ansiedlung eines starken Magnetbetriebs mit zentrenrelevanten Sortimenten nutzen
- Dafür notwendig: Verlagerung aktueller EG-Nutzungen innerhalb des Innenstadtzentrums (perspektivisch z. B. Bürgerbräu-Gelände)

Quelle: eigene Aufnahmen

Markenportfolio

Mögliche Ergänzungen der Bestandsstrukturen in den Haupt- und Nebenlagen des Innenstadtzentrums Kitzingen

(beispielhaft für Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Bekleidung)

- Schließung Kupsch-Markt (09/ 2011) Versorgungslücke
- Aktivierung von Verkaufsflächen im Innenstadtzentrum möglich (Gelände Bürgerbräu, bestehende Leerstände)

Hauptbranche	Beispielbetrieb	Verkaufsflächen-anforderung in m²
Nahrungs- und Genussmittel	Denn's Biomarkt	300 - 800
	Basic Biosupermarkt	< 800
	arko	40 - 120
	Neuform	75 - 200
Ergänzung durch Anbieter regionaler Produkte	Anfragen an konkrete Betreiber vor Ort empfehlenswert (Direktvermarkter, Winzer, lokales Lebensmittelhandwerk, Marktbeschicker etc.)	
Bekleidung	Buddelei	rd. 100
	Engbers	70 - 250
	Ernsting's Family	150 - 180
	Esprit	100 - 800
Ergänzung durch regionale Anbieter	Anfragen an regionale Betreiber empfehlenswert	

Quelle: nach Angabe der Betreiber

Umsetzungsempfehlungen - aktive Entwicklung des Innenstadtzentrums

Handlungsfeld: Erscheinungsbild öffentlicher und privater Raum

- Einheitliche Gestaltung/ Möblierung (z. B. Bodenbelag, Wegweiser, Sauberkeit, Bestuhlung) (Zuschussmöglichkeit Stadt)
- „Zentrumscharakter sichtbar machen", historische Bausubstanz für die Atmosphäre nutzen
- Schaufenster „erlebbar" machen, Schaffung von Blickfängen
- Gleichzeitig: Überfrachtung und Uneinheitlichkeit vermeiden (restriktiver Umgang mit Aufstellern etc.)

Quelle: eigene Aufnahmen

Umsetzungsempfehlungen - aktive Entwicklung des Innenstadtzentrums

Handlungsfeld: Wochenmarkt

- Wochenmarkt: jeden Freitag
- Angebotene Sortimente: i. d. R. Nahrungs- und Genussmittel

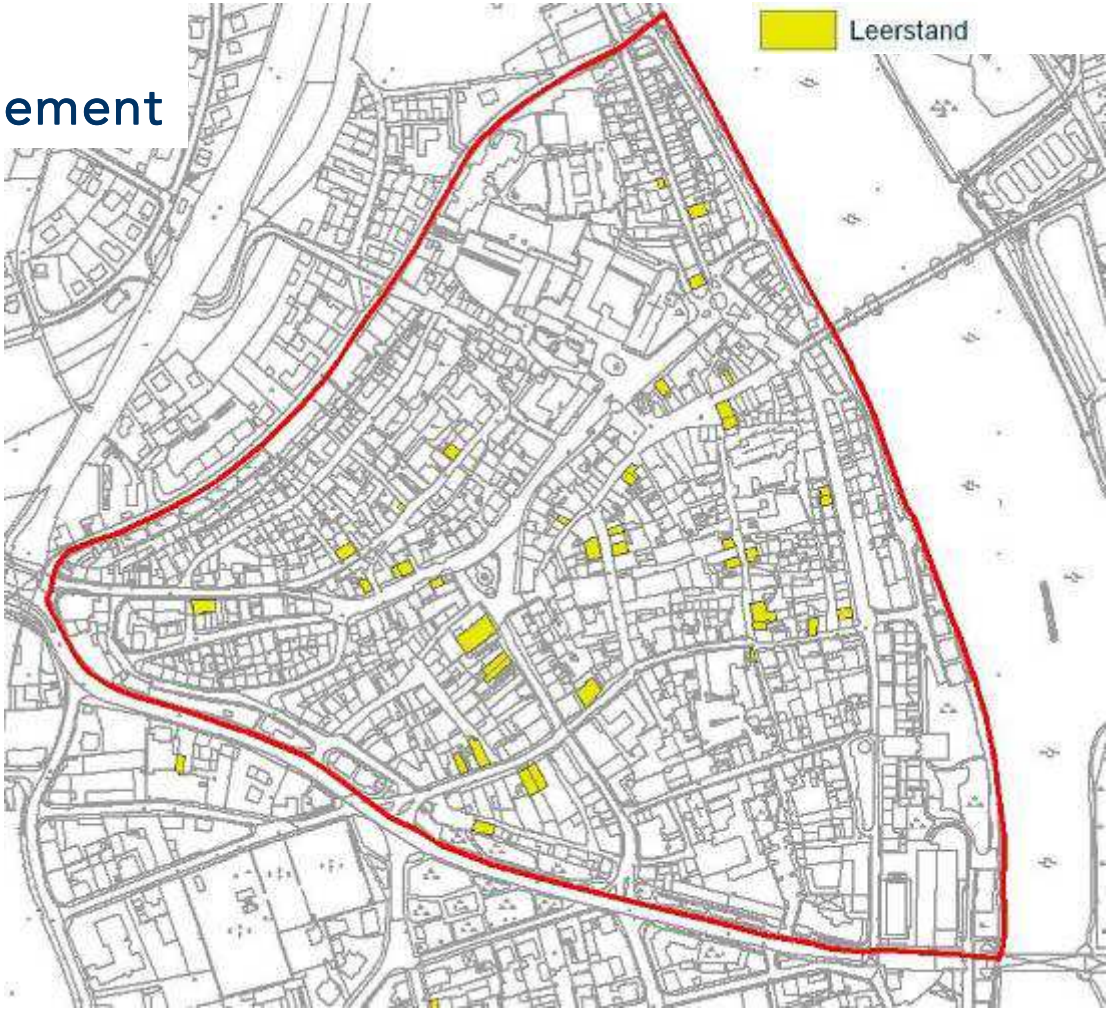
→ Bedeutung als Frequenzbringer

→ Zur ergänzenden Versorgung der Kitzinger Bevölkerung ausbauen

Quelle: eigene Aufnahmen

Umsetzungsempfehlungen - aktive Entwicklung des Innenstadtzentrums

Handlungsfeld: Ladenflächenmanagement



Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 05/2010;
Kartengrundlage: Stadt Kitzingen

Umsetzungsempfehlungen - aktive Entwicklung des Innenstadtzentrums

Handlungsfeld: Ladenflächenmanagement

- 42 Leerstände im Innenstadtzentrum Kitzingen
- Gesamtfläche: rd. 2.500 - 3.500 m² VKF
- Ø-Größe: < 100 m²
- Jedoch auch deutlich größere Leerstände

→ **Nachnutzungskonzepte für Schlüsselimmobilen!**

→ **Prüfung von Flächenzusammen-legungen (Interesse der Eigentümer fördern)**

→ **Aktives Ladenflächenmanagement** (=zentrale Organisation um die Vermittlung verfügbarer Geschäftsflächen)

Quelle: eigene Aufnahmen

Vielen Dank für Ihr Interesse!

Stadt + Handel
Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhrer
Geogr. M.A. Andreas Q. Schuder
Huckarder Str. 12 Hirschstraße 89
44147 Dortmund 76137 Karlsruhe
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de