Stadt Marktheidenfeld

INTEGRIERTES STADTENTWICKLUNGSKONZEPT

ISEK

UmbauStadt
Urbane Konzepte . Stadtplanung . Architektur

cima.

IMPRESSUM

STADT MARKTHEIDENFELD
INTEGRIERTES STADTENTWICKLUNGSKONZEPT ISEK, MÄRZ 2016

HERAUSGEBER

Stadt Marktheidenfeld
Helga Schmidt-Neder, Erste Bürgermeisterin
Luitpoldstraße 17
97828 Marktheidenfeld
T.: 09391 5004-0
F: 09391 7940
info@marktheidenfeld.de
www.stadt-marktheidenfeld.de

Bearbeitung

UmbauStadt
Urbane Konzepte . Stadtplanung . Architektur

Flinschstr. 8
60388 Frankfurt a/M
T: 069 - 42602606
F: 069 - 42602610
mail@umbaustadt.de

Brauhausgasse 17
99423 Weimar
03643 - 808432
03643 - 808467
www.umbaustadt.de

Eislebener Str. 6
10789 Berlin
030 - 8916706
030 - 8913894

Dipl.-Ing. Martin Fladt
Dipl.-Ing. Matthias Seidel
Dipl.-Ing. (FH) Mutlu Öksüz
Cand. B.Sc. Marvin Coker
M.Sc. Lisa Deipenbrock
Dipl.-Ing. Nicola Lammers

cima.

CIMA Beratung + Management GmbH

Brienner Straße 45
80333 München
T: 089 - 55 118 154
F: 089 - 55 118 250
cima.muenchen@cima.de
www.cima.de

München
Stuttgart
Forchheim
Köln
Leipzig
Lübeck
Ried(A)

Dipl.-Ing. Christian Bitter
Dipl.-Geogr. Michael Seidel
M.A. Solveig Lüthje, Humangeographin
Dipl.-Geogr. David Schwalbe
B.Sc. Cristoph Rohrmeier

Abbildungen, Darstellungen, Fotos, Pläne: Soweit nicht anders vermerkt, liegt die Urheberschaft und das Urheberrecht aller Abbildungen, Darstellungen, Fotos und Pläne beim Büro UmbauStadt und bei CIMA Beratung + Management GmbH.

Diese Veröffentlichung wurde durch die Bundesrepublik Deutschland und den Freistaat Bayern im Bund-Länder Städtebauförderungsprogramm „Städtebauliche Sanierung und Entwicklung“ gefördert.

Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit
Gefördert durch:
Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit – aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

STÄDTEBAU-FÖRDERUNG
von Bund, Ländern und Gemeinden

Oberste Baubehörde im Bayerischen Staatsministerium des Innern, für Bau und Verkehr

IMPRESSUM 2

GRUSSWORT 4

AUFTRAG UND AUFGABENSTELLUNG 6

1 EINFÜHRUNG 8
1.1 Ziele des Bund-Länder-Städtebau-Förderungsprogramms „Soziale Stadt“
1.2 Handlungsanlass für das ISEK Marktheidenfeld 2030
1.3 Vorgehensweise
1.4 Bestehende Abgrenzungen

2 BESTANDSAUFNAHME UND ANALYSE 10
2.1 Planerische Rahmendaten
2.2 Siedlungsentwicklung
2.3 Bestehende Konzepte, Planungen und Zielaussagen
2.4 Bevölkerung und Wohnen
2.5 Bildung und Soziales
2.6 Arbeit, Wirtschaft und Tourismus
2.7 Einzelhandel und Nahversorgung
2.8 Kultur und Freizeit
2.9 Verkehr
2.10 Städtebau und Stadtgestalt
2.11 Ökologie und Landschaft

3 ZUSAMMENFASSENDE DARSTELLUNG DER DEFIZITE, GEFAHREN, QUALITÄTEN UND POTENZIALE 42
3.1 Defizite, Gefahren, Planungs- und Sanierungsanlässe
3.2 Qualitäten, Potenziale und Handlungsansätze
3.3 Konkrete Defizite und Gefahren

4 INTEGRIERTE PLANUNGSZIELE 48
4.1 Kommunikation und Marke
4.2 Arbeit, Wirtschaft, Tourismus
4.3 Bildung
4.4 Soziales
4.5 Wohnen
4.6 Kultur
4.7 Verkehr
4.8 Stadtgestalt / Innenstadt
4.9 Landschaft

5 INTEGRIERTES ENTWICKLUNGSKONZEPT 52
5.1 Zukünftiger Entwicklungsrahmen
5.2 Integriertes Stadtentwicklungskonzept
5.3 Räumliche Teilbereiche und thematische Schwerpunkte mit Handlungsempfehlungen
5.4 Maßnahmenkatalog
5.5 Der Verfügungsfonds
5.6 Vorschlag und Begründung zur Abgrenzung des förmlichen Sanierungsgebietes

6 MASSNAHMEN-DURCHFÜHRUNGS-FINANZIERUNGSKONZEPT 94

7 ANHANG 100

8 RAHMENPLAN 124

Erste Bürgermeisterin Helga Schmidt-Neder

GRUSSWORT

Liebe Mitbürgerinnen und Mitbürger!

Eine vitale und multifunktionale Stadt bildet das Herz und den Motor für das soziale Miteinander in der Stadt und die weitere Stadtentwicklung. Mit städtebaulichen Investitionen wie dem Neubau der Stadtbibliothek oder den Maßnahmen für mehr Barrierefreiheit in der Altstadt sorgen wir für mehr Generationengerechtigkeit und Familienfreundlichkeit in unserer Stadt.

Gemeinsam haben wir ein Konzept mit städtebaulichem Rahmenplan und Maßnahmenkatalog entwickelt, das als Basis für die Arbeit des Stadtrats und für die städtischen Investitionen in den nächsten Jahren dient. Mit diesem Zukunftsplan geben wir auch der Wirtschaft, dem Handel, unseren Mitbürgern und unseren potentiellen Neubürgern Planungssicherheit, in welche Richtung sich Marktheidenfeld entwickeln will - und damit auch Signale für deren künftige Investitionen.

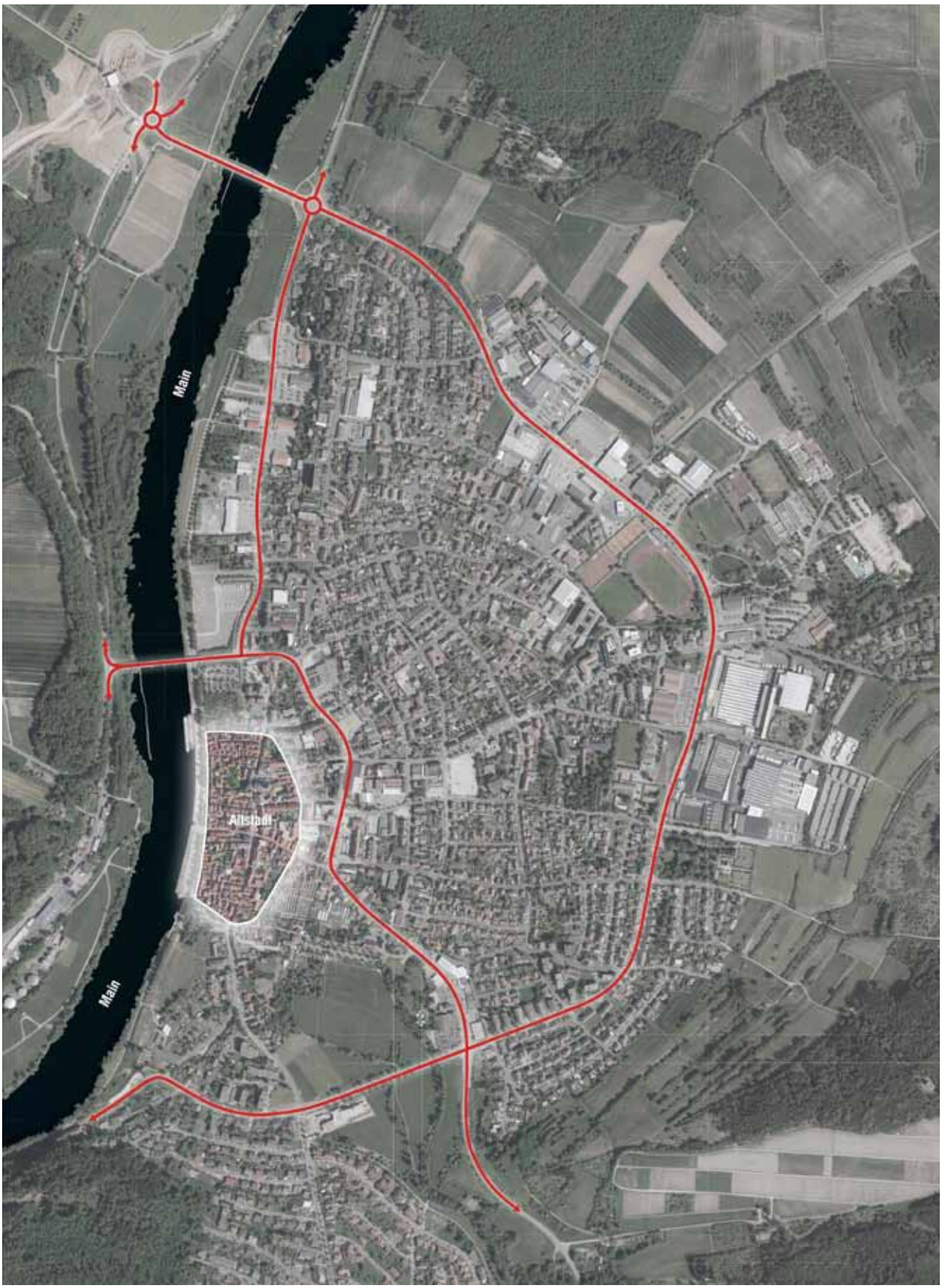
Ich danke allen, die zum guten Gelingen des Integrierten Stadtentwicklungskonzepts für unsere Stadt beigetragen haben. Mein besonderer Dank gilt den Marktheidenfeldern, die sich aktiv in diesen Prozess eingebracht haben.

Mit dem vorliegenden Bericht haben wir die Voraussetzungen zum Einstieg in das Förderprogramm „Soziale Stadt“ geschaffen. Dieses dient zur Fortführung des früheren Städtebauförderungsprogramms, von dem wir in Marktheidenfeld seit 1985 profitieren.

Ich bin sicher, dass dieser Bericht als Handlungsleitfaden zu einer weiterhin prosperierenden Stadtentwicklung beiträgt.

Ihre

Helga Schmidt-Neder
Erste Bürgermeisterin



Quelle: UmbauStadt, 2016.

AUFTRAG UND AUFGABENSTELLUNG

AUFTRAG

Erstellung eines integrierten Stadtentwicklungskonzeptes (ISEK) für die Stadt Marktheidenfeld mit folgenden wesentlichen Inhalten:

- Bestandsaufnahme und Analyse
- Stärken-/Schwächenanalyse (SWOT)
- integrierte Planungsziele
- integriertes Stadtentwicklungskonzept
- MDF, Maßnahmen-Durchführungs-Finanzierungskonzept

AUFTRAGGEBER

Stadt Marktheidenfeld
Erste Bürgermeisterin Helga Schmidt-Neder
Luitpoldstraße 17
97828 Marktheidenfeld

BEARBEITUNG

CIMA Beratung + Management GmbH, München
UmbauStadt GbR, Frankfurt am Main

BEARBEITUNGSZEITRAUM

März 2014 bis April 2016

AUFGABENSTELLUNG

Der demographische Wandel und der allgemeine Strukturwandel in lokaler Ökonomie und Sozialwesen haben auch Marktheidenfeld erfasst. Die Stadt Marktheidenfeld sah sich in den vergangenen Jahren konfrontiert mit den negativen Folgen spürbarer wirtschaftlicher und soziokultureller Veränderungstendenzen. Die Auseinandersetzung mit den aktuellen Herausforderungen wird mit Sicherheit auch in den kommenden Jahren fortgeführt werden.

Offensichtlich erkennbare Tendenzen (Rückgang und Überalterung der Bevölkerung, Sanierungsstau an Gebäuden, Leerstand von Gebäuden, zurückgehende Frequenz in der Innenstadt, rückläufiges Nahversorgungsangebot, ungenutzte Tourismuspotenziale, Mängel der Infrastruktur) haben die Stadt Marktheidenfeld veranlasst, mit Blick auf eine tragfähige Zukunftsentwicklung die notwendigen Weichen zu stellen und im Rahmen des Möglichen Vorsorge zu treffen.

Das hier vorliegende Integrierte Stadtentwicklungskonzept, ISEK, ist die Voraussetzung für die von der Regierung von Unterfranken in Aussicht gestellte Zuweisung von Mitteln aus der staatlichen Städtebauförderung und beleuchtet die aktuelle Situation der Stadt hinsichtlich ihrer demographischen, ökonomischen, kulturellen, sozialen sowie ihrer räumlichen und infrastrukturellen Stärken und Schwächen und leitet daraus Empfehlungen für die zukünftige Entwicklung der Stadt ab.

Marktheidenfeld verfügt über eine Reihe von Potenzialen, die für eine nachhaltige Entwicklung ausgeschöpft werden können.

Heute steht Marktheidenfeld vor aktuellen Herausforderungen. Der demographische Wandel hat auch die Region Unterfranken erfasst, verbunden mit einer schrumpfenden und alternden Bevölkerung. Geänderte Ansprüche an das Wohnen, an das Einkaufen und an die Gastronomie haben dazu geführt, dass in Marktheidenfeld erste Läden, Cafés und Wohnungen leer stehen.

Gleichzeitig hat in den vergangenen Jahrzehnten eine erfolgreiche Sanierungstätigkeit in der Altstadt stattgefunden. Auch der Arbeitsmarkt in Marktheidenfeld hat sich in den vergangenen Jahren sehr gut entwickelt. An diese erfolgreichen Entwicklungen soll auch zukünftig angeknüpft werden.

Die Stadt Marktheidenfeld hat deshalb beschlossen, das vorliegende Integrierte Stadtentwicklungskonzept erarbeiten zu lassen, welches die Leitlinien für die Stadtentwicklung der nächsten Jahre aufzeigen soll. Das ISEK fokussiert die Frage, wie sich Marktheidenfeld künftig erfolgreich als attraktiver Wohn-, Einkaufs- und Wirtschaftsstandort sowie als Besuchsziel mit einzigartigen, kulturhistorisch wertvollen Angeboten präsentieren wird. Angesichts des landschaftlichen Umfelds mit Spessart und der Lage am Main, des Ensembles der Altstadt und dem breiten kulturellen Angebot besteht eine günstige Ausgangslage für eine positive Entwicklung.

Es gilt die Besucherzahlen und Übernachtungsmöglichkeiten zu steigern.

Das innerstädtische Einzelhandelsangebot in Marktheidenfeld hat sich in den vergangenen Jahren reduziert; es muss daher vorrangig der Bestand gesichert und eine mittelfristige wie langfristige Perspektive aufgezeigt werden.

Das ISEK widmet sich dem Leerstand und dem Aufzeigen von Strategien zur Wiedernutzung von Leerständen, um ein qualitatives Abrutschen der lokalen Ökonomie vornehmlich in der Innenstadt von Marktheidenfeld zu vermeiden und den Einzelhandelsbestand zu stabilisieren.

Die Versorgungssicherheit und die Sicherstellung einer tragfähigen Infrastruktur sind weitere Themen, welche die Zukunft Marktheidenfelds prägen werden.

Als Gutachter wurden zu Beginn 2014 mit der Erarbeitung des ISEK beauftragt: CIMA Beratung + Management GmbH (München) sowie das Planungsbüro UmbauStadt GbR (Weimar/Berlin/Frankfurt am Main).

Gelenkt und begleitet wurde der Arbeitsprozess von einer Lenkungsgruppe mit Vertretern aus der lokalen Wirtschaft, dem Bildungswesen, dem sozialen Bereich, den Vertretern des Stadtrates unter dem Vorsitz der Ersten Bürgermeisterin Helga Schmidt-Neder und unter Mitwirkung von Herrn Heinz Matschiner, Verwaltungsleiter; Herrn Karl-Heinz Pilsl, Kämmerer; Herrn Elmar Kirchner, Leiter der Bauabteilung und Frau Inge Albert, Leiterin der Abteilung Stadtmarketing, Kultur und Tourismus.

Es ist selbstverständlich das Anliegen des vorliegenden ISEK, so weit wie möglich die Anregungen und Wünsche der Bürgerinnen und Bürger zu integrieren.
Mit zahlreichen qualitativen Interviews sowie zwei Bürgerforen wurde während des Arbeitsprozesses der Ansatz verfolgt, die Ideen aus der Bürgerschaft aufzugreifen und in das vorliegende ISEK einfließen zu lassen.

Darüber hinaus wurden die Inhalte des Konzepts mit der Regierung von Unterfranken und mit dem Stadtrat abgestimmt.

Das vorliegende Stadtentwicklungskonzept für Marktheidenfeld ist das Ergebnis eines zweijährigen Arbeits- und Diskussionsprozesses zwischen Verwaltung und Vertretern des Stadtrates, der Regierung von Unterfranken und den Auftragnehmern CIMA und UmbauStadt sowie den beteiligten Bürgerinnen und Bürgern.

Die Verfasser hoffen, mit dem vorliegenden ISEK ein tragfähiges Gerüst für den Stadtentwicklungsprozess der nächsten Jahre in Marktheidenfeld geschaffen zu haben.

1 EINFÜHRUNG

1.1 ZIELE DES BUND-LÄNDER-STÄDTEBAU-FÖRDERUNGSPROGRAMMS „SOZIALE STADT“

„Mit dem Städtebauförderungsprogramm „Soziale Stadt“ unterstützt der Bund seit 1999 die Stabilisierung und Aufwertung städtebaulich, wirtschaftlich und sozial benachteiligter und strukturschwacher Stadt- und Ortsteile. Städtebauliche Investitionen in das Wohnumfeld, in die Infrastrukturausstattung und in die Qualität des Wohnens sorgen für mehr Generationengerechtigkeit sowie Familienfreundlichkeit im Quartier und verbessern die Chancen der dort Lebenden auf Teilhabe und Integration. Ziel ist es, vor allem lebendige Nachbarschaften zu befördern und den sozialen Zusammenhalt zu stärken. [...]“[1]

1.2 HANDLUNGSANLASS FÜR DAS ISEK MARKTHEIDENFELD 2030

Die Stadt Marktheidenfeld möchte sich mit der Erstellung eines zukunftsorientierten Stadtentwicklungskonzeptes sowohl um die Programmaufnahme in die Städtebauförderung bemühen, als auch den Herausforderungen übergeordneter Trends (demographische Entwicklung von Stadt und Region, Wirtschaftsentwicklung, etc.) gerecht werden. Zudem soll mit dem enthaltenen städtebaulichen Rahmenplan die Grundlage für die Städtebauförderung der kommenden Jahre geliefert werden.

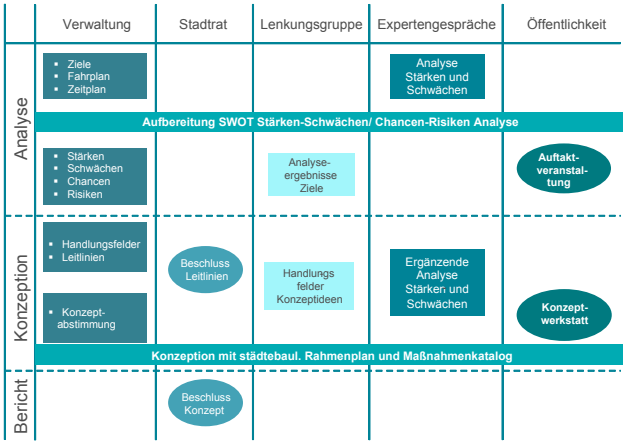
1.3 VORGEHENSWEISE

Im Rahmen des Integrierten Stadtentwicklungskonzepts wurden die verfügbaren Grundlagenanalysen der Stadt Marktheidenfeld gesichtet, fachlich bewertet und, sofern von Relevanz, in die Konzeption eingearbeitet. Nach einer Vorbewertung durch den Auftragnehmer wurden für die jeweiligen Handlungsfelder fachliche Grundlagendaten, relevante Entwicklungstrends und sozioökonomische Rahmendaten (u.a. demographische Kennwerte, wirtschaftliche Leistungskennziffern, etc.) nachgeführt und zu einer strategischen Bilanz (SWOT) aufbereitet.

Der Prozess wurde von Beginn an als integrierter gesamtstädtischer Prozess aufgebaut und sieht damit vor, dass sowohl alle relevanten Fachdisziplinen berücksichtigt, als auch die betroffenen lokalen Akteure eingebunden und beteiligt wurden.

Komplexe Stadtentwicklungsprozesse erfordern zunehmend planvoll gestaltete Beteiligungsverfahren unter Anwendung geeigneter Moderationswerkzeuge und -techniken. Ziel war es, während der konzentrierten Prozessdauer eine intensive Interaktion zwischen verschiedenen Betroffenen herzustellen um einerseits immer aktuell zu informieren und andererseits die lokale Kompetenz der beteiligten Gruppen in das Gesamtkonzept zu integrieren.

Schema des ISEK-Prozesses in Marktheidenfeld



Quelle: eigene Darstellung der CIMA Beratung + Management GmbH, 2014

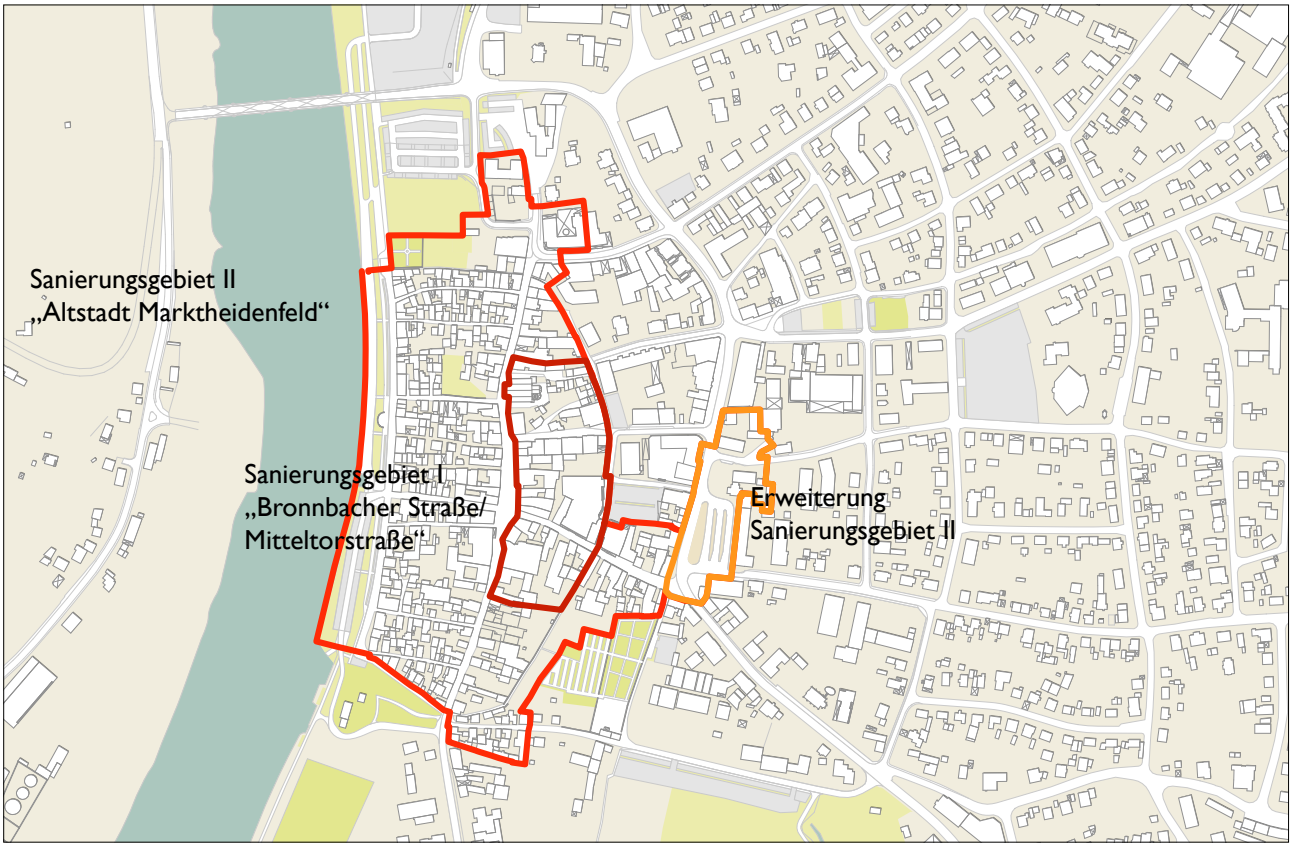
1 http://www.staedtebaufoerderung.info/StBauF/DE/Programm/SozialeStadt/soziale_stadt_node.html I Einführungstext auf der Homepage des Bundesministeriums Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

1.4 BESTEHENDE ABGRENZUNGEN

Die nebenstehende Darstellung zeigt die zu Bearbeitungsbeginn relevanten Abgrenzungen:

1. Sanierungsgebiet Bronnbacher Straße (ROT)
2. Sanierungsgebiet II Altstadt Marktheidenfeld (ORANGE),
3. Erweiterung des Sanierungsgebiets II nach Osten (GELB).

BESTEHENDE SANIERUNGSGEBIETE



Quelle: UmbauStadt, 2015, (ohne Maßstab).

2 BESTANDSAUFNAHME UND ANALYSE

2.1 PLANERISCHE RAHMENDATEN

Zentrale-Orte-Stufe	Mittelzentrum
Einwohner	11.586 (31.12.2014), davon 8.851 (76%) in der Kernstadt
Landkreis	Main-Spessart
Regierungsbezirk	Unterfranken

Die zwischen den Oberzentren Aschaffenburg und Würzburg gelegene Stadt Marktheidenfeld ist im Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) als Mittelzentrum im Regierungsbezirk Unterfranken ausgewiesen und liegt im allgemeinen ländlichen Raum.

Marktheidenfeld umfasst die folgenden sechs Ortsteile: Altfeld, Glasofen, Marienbrunn, Michelrieth, Oberwittbach und Zimmern. Zum Stichtag des 31.12.2014 hatte Marktheidenfeld 11.586 Einwohner[1]. Marktheidenfeld ist Sitz der gleichnamigen Verwaltungsgemeinschaft, die neun Umlandgemeinden verwaltet. Insgesamt leben im Einzugsbereich der Stadt (Umlandgemeinden einschließlich Kernstadt und Stadtteilen) rund 35.000 Einwohner[2].

Aus dem *Regionalplan der Region Würzburg (2)* (Stand 14. Mai 2013) lassen sich für die Stadt Marktheidenfeld folgende Vorgaben ableiten, die relevante Rahmenbedingungen für das Integrierte Stadtentwicklungskonzept darstellen:

ARBEIT UND WIRTSCHAFT

- Für die Erweiterung und Verlagerung bestehender sowie die Ansiedlung neuer Betriebe sollen in den zentralen Orten entsprechend der jeweiligen Zentralitätsstufe und der Tragfähigkeit des Verflechtungsbereichs in ausreichendem Umfang gewerbliche Flächen im Rahmen der Bauleitplanung ausgewiesen werden. Ein Ausbau Marktheidenfelds zum regional bedeutsamen Schwerpunkt im industriell-gewerblichen Bereich soll angestrebt werden.
- Die Maßnahmen zum besseren Ausgleich des Arbeitsmarktes sollen bevorzugt in den zentralen Orten aller Stufen durchgeführt werden. Marktheidenfeld wird dabei als besonders geeignet für eine schwerpunktmäßige Konzentration dieser Maßnahmen angesehen.
- Marktheidenfeld besitzt eine große und weiter zunehmende Bedeutung als Arbeitsplatzschwerpunkt im Süden des Landkreises Main-Spessart. Die Stadt soll in dieser Funktion gesichert und nach Möglichkeit noch ausgebaut werden.

HANDEL

- Marktheidenfeld soll als Schwerpunkt des Handels in der Region ausgebaut werden. In Marktheidenfeld soll auf die Erhaltung und den Ausbau des Warenangebots für den allgemeinen und gehobenen Bedarf hingewirkt werden. Die Geschäftszentren dieser zentralen Orte sollen durch flankierende städtebauliche und verkehrliche Maßnahmen in ihrer Versorgungsfunktion gestärkt werden.

TOURISMUS

- Im Bereich des Fremdenverkehrs und der Freizeit, insbesondere der Tages- und Wochenenderholung, kommt Marktheidenfeld für einen beträchtlichen Einzugsbereich ebenfalls großes Gewicht zu. Vor allem die im Freizeitzentrum „Wonnemar“ (vormaliges „Maradies“) konzentrierten und damit zusammenhängenden Einrichtungen sollen deshalb gesichert und vervollständigt werden. Besonders sollen aber auch die günstigen Chancen für eine stärkere Entwicklung des Fremdenverkehrs genutzt werden, beispielsweise durch den Ausbau von Tagungseinrichtungen.

1 Stadt Marktheidenfeld
2 Stadt Marktheidenfeld

GESUNDHEIT

- Im Bereich der ärztlichen, insbesondere der gebietsärztlichen Versorgung besteht noch ein Bedarf, der gedeckt werden soll.

WOHNEN

- Es soll auf eine stärkere Siedlungsdichte in den Wohngebieten hingewirkt werden.

Lage und Verkehrsanbindung Marktheidenfeld

Quelle: Google Earth, 2009.

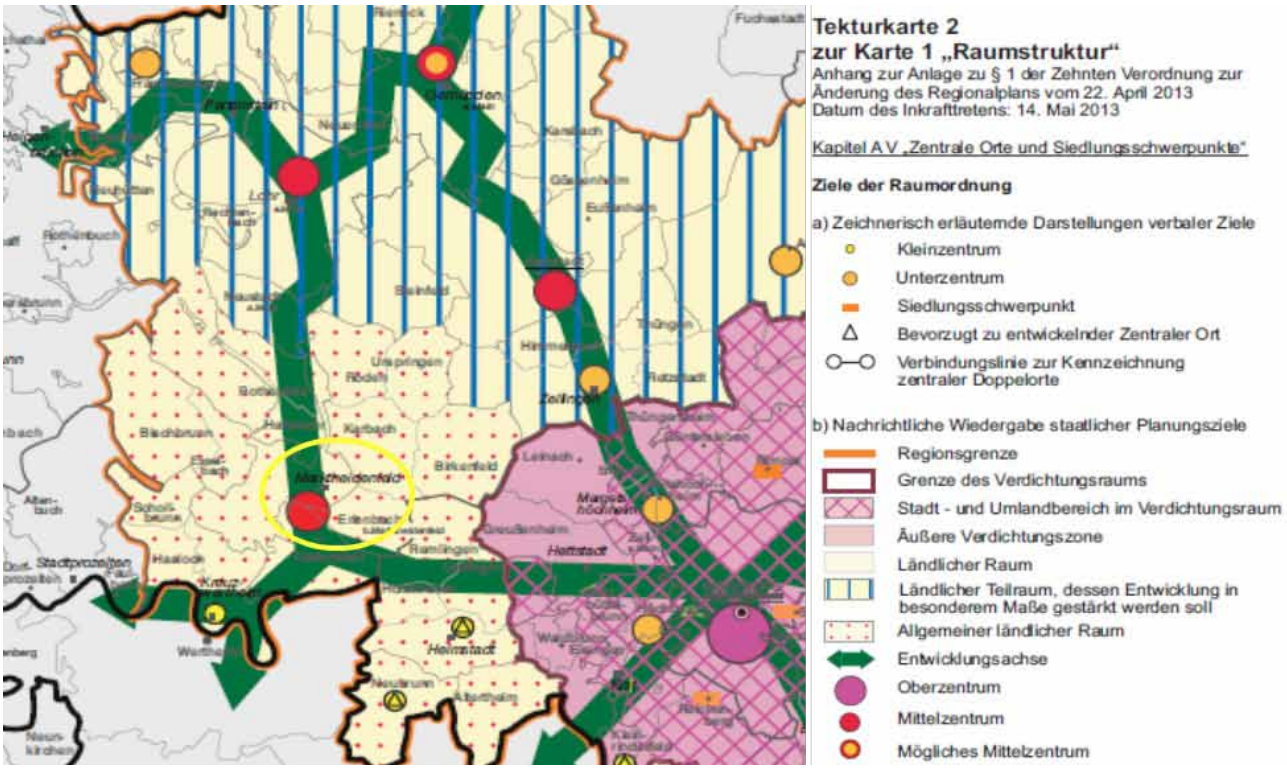
VERKEHR

- Verbesserungen der Verkehrsverhältnisse in der Innenstadt sollen angestrebt werden; außerdem sollen die Bemühungen zur Erleichterung des Durchgangsverkehrs fortgeführt werden.
- Vor allem die Bundesstraße 8 bringt für den Rand des Ortskerns von Marktheidenfeld erhebliche Verkehrsbelastungen und -gefahren mit sich. Diese negativen Auswirkungen der Verkehrsführung sollen beseitigt werden, wobei gleichzeitig eine bessere Erreichbarkeit aus dem Umland angestrebt wird.
- Im ländlichen Raum sollen außerdem Verbesserungen bei der Reisezeit, beim Bedienungskomfort und bei der Flächenerschließung angestrebt werden. Mit besonderem Nachdruck soll darauf hingewirkt werden, dass die öffentliche Verkehrsbedienung in Marktheidenfeld, im eigenen Verflechtungsbereich oder in der Anbindung an andere zentrale Orte, verbessert wird.

STÄDTEBAU/INNENSTADT

- Auf die weitere Beseitigung städtebaulicher und funktionaler Mängel in den Altstädten soll hingewirkt werden. Marktheidenfeld soll in seiner mittelzentralen Versorgungsaufgabe gestärkt werden.
- Die bereits angelaufenen städtebaulichen Sanierungsmaßnahmen nach dem Städtebauförderungsgesetz und nach dem bayerischen Städtebauförderungsprogramm sollen fortgeführt werden.

Zentralörtliche Lage



Quelle: Regionalplan Region Würzburg (2), 14.05.2013

- Der Stadtkern von Marktheidenfeld ist von einem großen, zum Teil historisch wertvollen Altbaubestand geprägt. Zur Sicherung der zentralörtlichen Funktion ebenso wie zur Verbesserung der Lebensbedingungen der Menschen in diesen Städten, aber auch zur Steigerung der touristischen Attraktivität sollen die städtebaulichen Mängel mit den daraus resultierenden negativen Folgen abgebaut und nach Möglichkeit beseitigt werden. Der Verwirklichung dieser Ziele dienen die angestrebten weiteren städtebaulichen Sanierungsmaßnahmen.

ALLGEMEINE STELLUNG UND FUNKTION

- Marktheidenfeld nimmt die Aufgaben eines Mittelzentrums wahr. Für Marktheidenfeld gilt dies für die Bereitstellung von Arbeitsplätzen, für das Sozial- und Gesundheitswesen und für Bereiche des Bildungswesens. Im Interesse einer möglichst guten Versorgung der Bevölkerung soll Marktheidenfeld in seinen mittelzentralen Versorgungsaufgaben gestärkt werden.

Die Stadt Marktheidenfeld weist folgende wesentlichen Lagemerkmale auf:

- Marktheidenfeld ist eine vom ländlichen Umland geprägte Stadt am Ufer des Main mit insgesamt sechs Ortsteilen. Dies sind die auf der linken Mainseite und südwestlich von Marktheidenfeld gelegenen Gemeinden Altfeld, Glasofen, Marienbrunn, Michelrieth sowie Oberwittbach. Die Gemeinde Zimmern liegt nördlich von Marktheidenfeld am rechten Mainufer.
- Marktheidenfeld liegt zwischen den Oberzentren Aschaffenburg (rd. 40 km) und Würzburg (rd. 30 km).
- Das Stadtgebiet Marktheidenfelds wird umringt von den Gemeinden Karbach, Hafenlohr, Triefenstein und Erlenbach.

2.2 SIEDLUNGSENTWICKLUNG

Die Siedlung Heidenfeld entstand wahrscheinlich in der ersten Hälfte des 8. Jahrhunderts. Der Name der Ursprungsgemeinde von Marktheidenfeld geht vermutlich auf „Feld des Heidino“ zurück.

Im 16. Jahrhundert sind schließlich erstmals ein Rathaus, sowie die fast stadttypische Einteilung in einzelne Viertel nachgewiesen. Heidenfeld hatte eine Stadtmauer und wohl schon damals das Marktrecht inne.

Erstmalig belegt ist der heutige Stadtname Marktheidenfeld im Jahr 1649. Das vielseitige Handwerk, Jahrmärkte und Volksfeste trugen positiv dazu bei, dass die Zahl der Bevölkerung schnell anstieg. In der zweiten Hälfte des 17. Jahrhunderts fand eine Erweiterung der Siedlung an der Mitteltorstraße und am Mainkai statt. 1720 gab es bereits rund 1.100 Bürger. 25 Jahre später wurde das heutige Kulturzentrum, das prächtige „Franck-Haus“, von dem Weinhändler und Kaufmann Franz Valentin Franck gebaut.

Im seit 1803 nun bayerischen Marktheidenfeld entsteht von 1837 bis 1848 die erste Mainbrücke zwischen Würzburg und Aschaffenburg. Der Bau der Bahnstrecke von Frankfurt über Aschaffenburg nach Lohr, Gemünden und Karlstadt bis Würzburg und Nürnberg bildet die Grundlage für den Anschluss der Nebenstrecke Wertheim-Lohr an das überregionale Bahnnetz. Ab 1881 wurde die nur bis in die 1970er Jahre genutzte Nebenstrecke Lohr-Wertheim, die auch Marktheidenfeld anband, fertiggestellt und verlieh ihr einen weiteren industriellen Schub. Damit war Marktheidenfeld sowohl an die Wasserstraße des Main als auch an das Bahnstreckennetz angebunden. Im Zuge des zweiten Weltkrieges fanden zahlreiche Flüchtlinge und Heimatvertriebene in der Stadt eine neue Heimat. Dementsprechend stieg die Einwohnerzahl von 1939 bis 1946 um knapp 60% auf 4.300 Menschen. 1948 wird Marktheidenfeld zur Stadt erhoben.

Der heute führende Sonnenschutztechnikhersteller in Europa, die Firma WAREMA Renkhoff SE wurde im Jahr 1955 in Marktheidenfeld gegründet und ist bis heute mit rund 3.000 Mitarbeitern der größte Arbeitgeber. Der zweitgrößte Arbeitgeber Procter & Gamble (P&G) in Marktheidenfeld hat seit 1961 die Tochterfirma Gillette Braun mit eigener Produktion für elektrische Zahnbürsten in der Stadt, ebenso wie das Zentralausliefe-rungslager. Gemäß der Flächennutzungsplanänderung aus dem Jahr 1999 wird die gewerbliche Fläche an den Bedarf der Firmen Braun und WAREMA angepasst und an der Vorderberg-/Kreuzbergstraße um 5,7 ha erweitert.

In den 1970er Jahren wurden die Gemeinden Glasofen, Zimmern, Marienbrunn, Altfeld, Michelrieth und Oberwittbach der Stadt Marktheidenfeld angegliedert.

Im Stadtgrundriss der Kernstadt von Marktheidenfeld lassen sich die wesentlichen Entwicklungsetappen der Siedlungsentwicklung deutlich ablesen: Altstadt, innerhalb des Verlaufs der historischen Stadtmauer; Bebauung bis zum 2. Weltkrieg bis zur Luipoldstraße/ Würzburgerstraße; Bebauung seit dem 2. Weltkrieg bis zum Äußeren Ring und außerhalb des Äußeren Rings.

2.3 BESTEHENDE KONZEPTE, PLANUNGEN UND ZIELAUSSAGEN

DIE ALTSTADTSANIERUNG

Nachdem mit der Altstadtsanierung bereits 1986 begonnen wurde, sind seit 1996 der gesamte Altstadtkern und die Randzonen in das Sanierungsgebiet „Altstadt Marktheidenfeld“ eingeschlossen. Die Sanierung verfolgt drei Hauptziele:

- eine Neuordnung des Verkehrs
- die Stärkung zentraler Funktion
- die Bewahrung des Stadtbildes

Im Zuge dessen werden sämtliche Straßen, Gassen und der Marktplatz in der Altstadt verkehrsberuhigt und um den Stadtkern herum weitere Parkplätze neu- und ausgebaut. Städtebaulich wichtige und denkmalgeschützte Einzelgebäude werden von der Stadt saniert, Gebäudesubstanz modernisiert und Straßen und Plätze neu gestaltet. Baulücken sollen geschlossen, fehlende Raumkanten im Stadtgefüge ergänzt und stadtbildstörende Gebäude gestalterisch verbessert werden. Eine Förderung durch die Kommune ist nur für kleinere Maßnahmen möglich, bis zu 30% der Kosten mit maximal 10.225 €. Allerdings lief das Städtebauförderungsprogramm von Bund und Ländern im Jahr 2013 aus. Maßnahmen, die für 2014 beantragt wurden, sind aus Restmitteln gefördert worden. Für weitere Förderungen ist die Aufnahme in ein Förderprogramm der Städtebauförderung notwendig. Voraussetzung dafür ist das „Integrierte Stadtentwicklungskonzept – ISEK“.

DAS ÖKO-KONTO 2006-2015

In den Jahren 2006-2015 wurde in Marktheidenfeld ein Verfahren zur Förderung einer nachhaltigen Bauweise auf Neubauflächen angeboten. Das sogenannte „Öko-Konto“ funktionierte durch die Zahlung einer Kaution von 5.000€ zum Baubeginn durch den Bauherren. Durch die Verwendung umweltfreundlicher Produkte und regenerativer Energien konnten die Bauherren Punkte sammeln.

Punktegutschreibungen gab es beispielsweise für Photovoltaik-Anlagen, Holzpelletheizungen und Dachbegrünungen. Die Mindestanzahl waren 50 Punkte. Ab 100 Punkten wurden 100% der Kaution zurückgezahlt. Eine zusätzliche Förderung durch die Stadt erfolgte beim Erreichen von 70 Punkten zwischen 150 € und maximal 300 €. Auf diese Weise konnte der Bauherr im Rahmen des Zielkatalogs weiterhin frei entscheiden und die Stadt war durch den Antrag auf Rückzahlung in einer guten Kontrollsituation.

DAS KOMMUNALE FÖRDERPROGRAMM

Zum 01.01.1998 wurde im Rahmen der Stadtsanierung „Altstadt Marktheidenfeld“ das kommunale Förderprogramm zur Durchführung privater Fassadengestaltungs- und Sanierungsmaßnahmen eingerichtet. Jeder Eigentümer, der im räumlichen Geltungsbereich der Gestaltungssatzung der Stadt Marktheidenfeld und im förmlich festgelegten Sanierungsgebiet „Altstadt Marktheidenfeld“ eine Sanierung oder in Ausnahmefällen auch einen Neubau vornimmt, kann Fördergelder beantragen. Förderfähig sind Kosten, die in sach- und fachgerechter Erfüllung der stadtgestalterischen Ziele und der Gestaltungssatzung entstehen. Die Gesamtmaßnahme kann mit bis zu 30 % der zuwendungsfähigen Kosten, höchstens jedoch mit 10.225,84 € gefördert werden.

Das kommunale Förderprogramm bietet dadurch einen Anreiz zur Erhaltung des ortstypischen, eigenständigen Charakters des Ortsbildes der Altstadt Marktheidenfelds.

FÖRDERUNG VON NIEDRIGSTENERGIEHÄUSERN

Im Zeitraum vom 01.01.2016 bis 31.12.2018 (Baugenehmigung nach dem 01.01.2016 sowie Bezugsfertigkeit vor dem 31.12.2018) wird eine Förderung der Stadt Marktheidenfeld für energieeffizientes Bauen, das deutlich über die jeweils gültigen gesetzlichen Anforderungen für den Neubaustandard hinausgeht, eingeführt.

Die Förderung umfasst sämtliche Neubauvorhaben der Kernstadt und der Stadtteile im Rahmen der Wohnbebauung. Eine Eigennutzung des Wohnhauses ist Voraussetzung. Pro Bauvorhaben bzw. Bauantrag ist der Zuschuss nur einmal möglich. Für die Erfüllung des KfW-Effizienzhausstandards 55 werden pauschal 5.000 € Zuschuss gewährt. Für den Bau von Niedrigstenergiehäusern (KfW – Effizienzhaus 40, Passivhaus oder besser) werden pauschal 10.000 € als Zuschuss gewährt.

Der Antrag kann (zur Fristwahrung) ab dem Zeitpunkt des jeweiligen Bauantrages gestellt werden.

Die Förderung von Niedrigenergiehäusern ist im Hinblick auf wachsende Umweltprobleme aus

ökologischer Sicht ein großer Anreiz zum bewussten Bauen in der Stadt.

DIE MAINUFERGESTALTUNG

Im Frühjahr 2013 wurde der Rahmenplan für die Mainufer-Gestaltung der Stadt Marktheidenfeld vorgelegt (Planungsbüro für Landschaftsgestaltung Thomas Struchholz mit der Auktor Ingenieur GmbH). Er wurde im Herbst 2013 vom Stadtrat beschlossen. Das Mainufer wurde von der Nordbrücke bis zum Felsenkeller in vier verschiedene Bauabschnitte eingeteilt. Vorgeschlagen wurden hier beispielsweise ein durchgehender Naturlehr- und Erlebnispfad, neue langfristige Wasserbereiche und Neupflanzungen, Inszenierungen von Biotopen und Uferzonen eine sowie langfristige Rückgewinnung von privaten Flächen zur Entwicklung öffentlicher Grünbereiche, Erholungs- und Retentionsräume.

DAS INTEGRIERTE KLIMASCHUTZKONZEPT

Das Integrierte Klimaschutzkonzept (IKK) ist ein auf Bundesebene gefördertes Energiekonzept. Das IKK der B.A.U.M. Consult GmbH aus dem Jahr 2013 stellt den aktuellen Stand in der Gemeinde vor und nennt Ziele, Potenziale und Maßnahmen für einzelne Bereiche, um die nationalen Klimaschutzziele zu erreichen. Für Marktheidenfeld sind dies beispielsweise ein Klimaschutzmanager, ein Unternehmensnetzwerk, eine Kampagne gegen Plastiktüten und für Erdgasmobilität.

FAZIT

Von 1986 bis 2013 gab es in Marktheidenfeld bereits ein Städtebauförderungsprogramm, welches zum Ziel hatte, den Verkehr neu zu ordnen, zentrale Funktionen zu stärken und das Stadtbild zu bewahren. Weiterhin besitzt die Stadt ein Integriertes Klimaschutzkonzept und einen neuen Rahmenplan für die Mainufergestaltung.

2.4 BEVÖLKERUNG UND WOHNEN

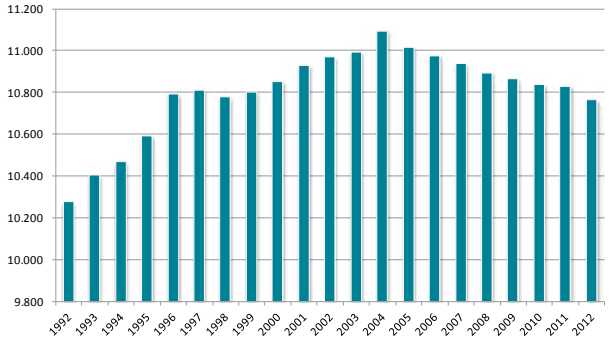
2.4.1 BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG

Von den insgesamt 11.586 Einwohnern (Stand: 31.12.2014) leben 76% in der Kernstadt Marktheidenfelds (8.851 Einwohner). Die weiteren Einwohner verteilen sich auf insgesamt sechs weitere Ortsteile, im einzelnen:

- Altfeld: 763
- Glasofen: 438
- Marienbrunn: 372
- Michelrieth: 528
- Oberwittbach: 142
- Zimmern: 493

Die nebenstehende Abbildung zeigt die Bevölkerungsentwicklung in Marktheidenfeld jeweils zum Stichtag des 31.12. von den Jahren 1992 bis 2012. Bis zum Jahr 2004 waren fast durchgehend positive Salden zu verzeichnen, doch seit diesem Zeitpunkt sinkt die Bevölkerungszahl.

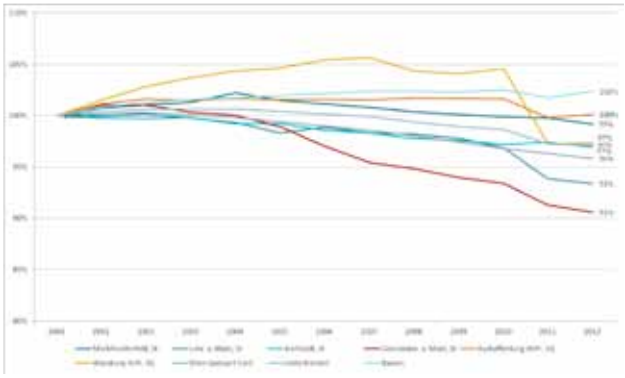
Bevölkerungsentwicklung Marktheidenfeld



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2014- Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014

Die Grafik der Bevölkerungsentwicklung seit der Volkszählung im Jahr 2000 (Index = 100) zeigt, dass die aufgetragene Kurve Marktheidenfelds zwar leicht negativ verläuft, Marktheidenfeld im regionalen Vergleich aber nach den Oberzentren Aschaffenburg und Würzburg auf dem dritten Rang liegt. Damit liegt die Stadt über dem allgemeinen Schnitt des Landkreises Main-Spessart sowie des Bezirks Unterfranken und unter dem allgemeinen Schnitt Bayerns.

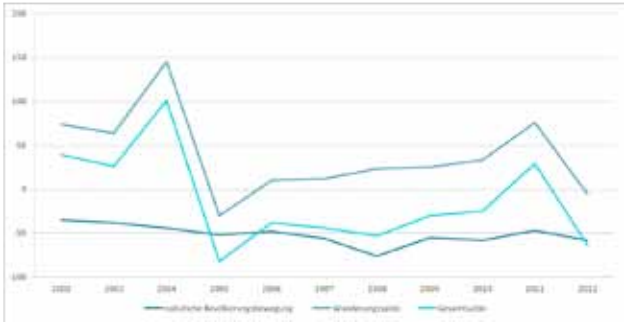
Indizierte Entwicklung der Einwohnerzahlen Marktheidenfelds im Vergleich (Jahr 2000 = Index 100)



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2014. Bearbeitung: CIMA, 2014

Genauer verdeutlicht dies die Entwicklung des Bevölkerungssaldos. Die natürliche Bevölkerungsbewegung (Differenz aus Geburten und Sterbefällen) ist bereits seit 2002 durchgehend im negativen Bereich. Das heißt, dass mehr Menschen sterben als Kinder geboren werden. Das Wanderungssaldo zeigt die Differenz aus Zuzügen und Fortzügen in Marktheidenfeld an. Der nahezu gleiche Verlauf des Wanderungssaldos und des Gesamtsaldos ist ein wichtiger Indikator dafür, dass die Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Marktheidenfeld maßgeblich durch Zu- und Fortzüge geprägt wird.

Natürliche und räumliche Bevölkerungsbewegung in Marktheidenfeld (2002-2012)

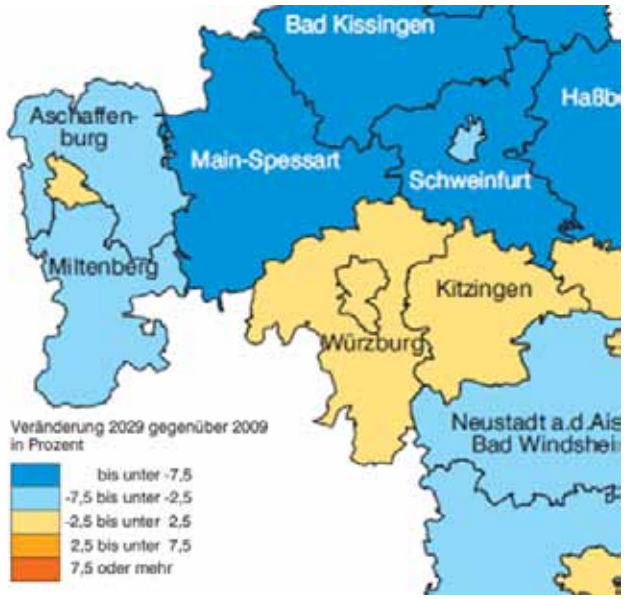


Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2014. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014

Nach den Prognosen wird innerhalb Deutschlands – bedingt durch den demographischen Wandel – regional mit sehr unterschiedlichen Bevölkerungsentwicklungen zu rechnen sein. Die folgende Grafik des Bayerischen Landesamts für Statistik und Datenverarbeitung stellt die regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für die kreisfreien Städte und Landkreise Bayerns von 2009 bis zum Jahr 2029 dar. Der Landkreis Main-Spessart, in welchem Marktheidenfeld liegt, hat nach dieser Prognose mit einer Veränderung von bis unter -7,5% von 2029 gegenüber 2009 zu rechnen. Damit gehört der

Landkreis zu den Bereichen, in welchen eine starke Abnahme der Bevölkerung prognostiziert wird.

Bevölkerungsentwicklung 2009 bis 2029 - Prognose



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2014 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014

Differenzierter betrachtet liegt Marktheidenfeld mit -0,8% weit über dem Schnitt des Landkreises und fällt damit in die Kategorie der stabilen Gemeinden (-2,5% bis unter 2,5%). Für die im Umland zum Vergleich herangezogenen Mittelzentren Lohr am Main, Karlstadt und Gemünden am Main wird hingegen eine starke Abnahme der Bevölkerung prognostiziert.

Bevölkerungsprognose bis 2029

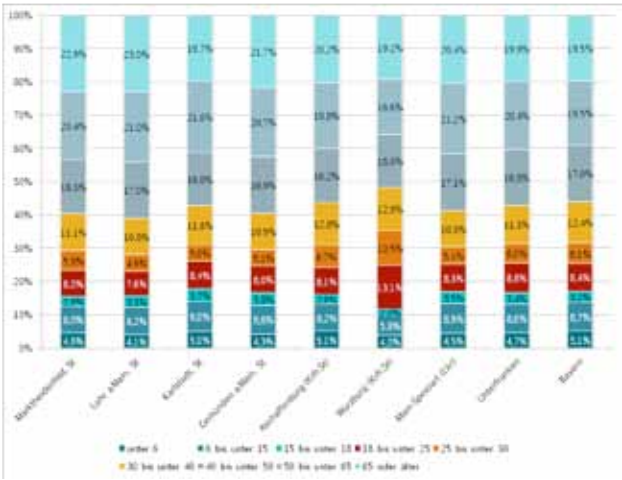
Verwaltungseinheit	Einwohner 2009	Einwohner 2029	Prozentuale Entwicklung
Marktheidenfeld, St	10.865	10.780	-0,8%
Lohr a.Main, St	15.863	14.380	-9,3%
Karlstadt, St	14.919	13.710	-8,1%
Gemünden a. Main, St	10.717	9.560	-10,8%
Aschaffenburg (Krfr. St)	68.700	68.700	0,0%
Würzburg (Krfr. St)	133.200	135.000	1,4%
Main-Spessart (Lkr)	128.600	117.800	-8,4%
Unterfranken	1.322.000	1.251.300	-5,3%
Bayern	12.510.300	12.552.800	0,3%

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2014. Bearbeitung: CIMA, 2014.

2.4.2 SOZIALSTRUKTUR

Ein wichtiger Teil der Bestandsaufnahme und der Analyse des Untersuchungsgebietes ist es, die bestehende Struktur und das Potenzial der Bevölkerung der Stadt Marktheidenfeld zu erkennen. Auf dieser Basis können eine erste Einschätzung zur Ausgangslage und ein möglicher Entwicklungsrahmen anhand von Prognosen gegeben werden.

Altersgruppen im Vergleich

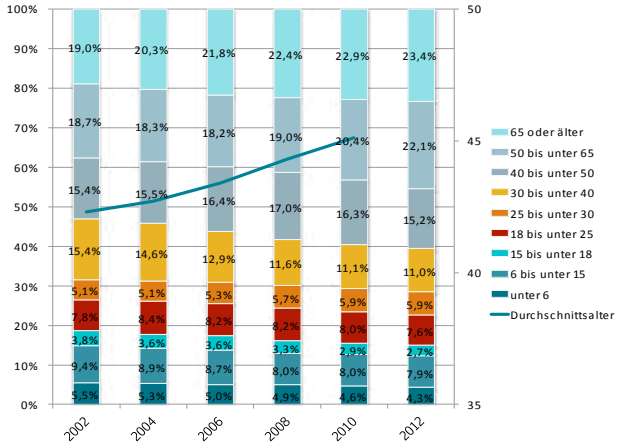


Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2014. Bearbeitung: CIMA, 2014.

Der Anteil der Frauen ist mit 52% geringfügig höher als der der Männer. Die Grafik der Altersverteilung zeigt, dass bereits heute die Personen der Altersgruppe von 65 Jahren und älter die größte Gruppe in der Bevölkerung darstellen.

Dieser Trend zeichnet sich ebenfalls im Umland Marktheidenfelds ab. Auch hier dominieren die Altersgruppen ab 50 Jahren. Werden die Altersgruppen der vergangenen Jahre in Markheidenfeld im Einzelnen betrachtet, spiegelt sich, wenn auch in kleinem Maßstab, die allgemeine Tendenz hin zur Alterung in Deutschland wider. Im Zuge dessen steigt die Lebenserwartung der Bevölkerung, zugleich sind die Geburtenraten jedoch rückläufig. Das bedeutet, die jüngeren Menschen werden weniger und die Älteren zahlenmäßig mehr und auch älter. Diese Struktur zeigt ebenfalls die Darstellung des Durchschnittsalters für die Jahre 2002 bis 2010. Dies stieg von durchschnittlich 42,3 Jahren im Jahr 2002 auf 45,1 Jahre im Jahr 2010 an. Die Personengruppe unter 40 Jahren ist in den letzten 10 Jahren auf unter 40% gesunken.

Altersgruppen und Durchschnittsalter im Jahresvergleich

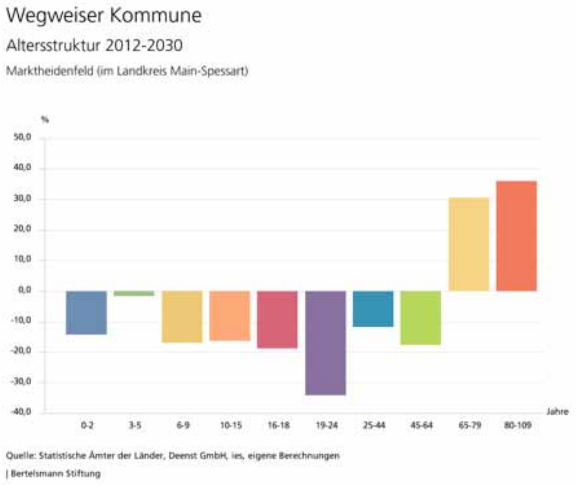


Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2014. Bearbeitung: CIMA, 2014.

In Zukunft wird sich die Überalterungsentwicklung weiter verschärfen. Bis 2030 ist für Marktheidenfeld mit einer weiteren Abnahme der Bevölkerung bis 64 Jahren und einem erheblichen Zuwachs der ab 65-jährigen zu rechnen.

Für die weitere Stadtentwicklung und -planung der Stadt bedeutet dies, dass die Zielgruppe der höheren Altersklassen künftig eine immer größere Rolle spielen wird. Wichtige Themen werden so beispielsweise barrierefreie und kurze Versorgungswege, Mobilität im Alter oder die Anpassung von Wohnformen sein. Allgemein kann dieser Entwicklung aber mit geeigneten Maßnahmen wie der Ansiedlung gewünschter Zielgruppen oder einer Familienpolitik entgegengesteuert werden.

Altersstruktur in Marktheidenfeld 2012-2030



2.4.3 SOZIALRAUMBETRACHTUNG

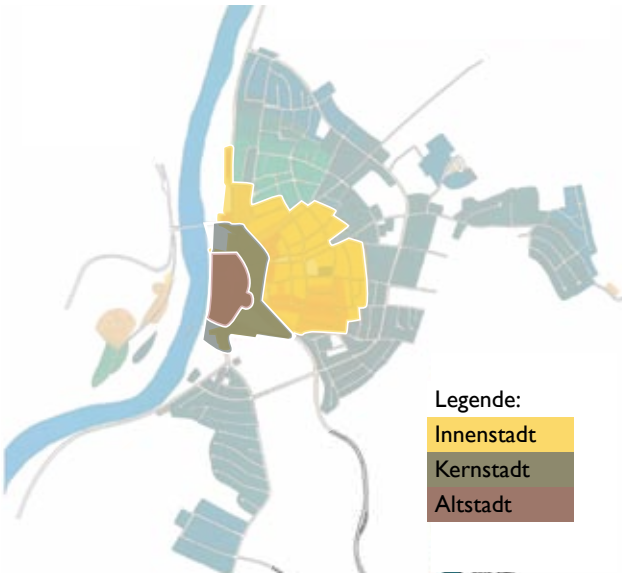
BETRACHTUNGSRÄUME

Die folgenden Aussagen zur sozialräumlichen Struktur Marktheidenfelds basieren auf Daten des Marktheidenfelder Bürgerbüros. Zur Annäherung an sozialräumlich relevante Fragestellungen wurden die überlassenen Daten in Unterscheidung von vier definierten Betrachtungsräumen ausgewertet. Aus den Daten, die das Bürgerbüro der Stadt Marktheidenfeld vorhält, lassen sich sozialräumlich relevante Aussagen nur eingeschränkt ableiten, da der Datenbestand des Bürgerbüros nicht verknüpft ist mit dem Datenbestand des SGBII-Trägers. Dennoch können folgende Aussagen zur Altersstruktur, zur Nationalität und zum Familienstand im Bereich Altstadt, Kernstadt, Innenstadt und Gesamtstadt getroffen werden.

ALTERSSTRUKTUR

Im Vergleich der verschiedenen Betrachtungsräume (Altstadt, Kernstadt, Innenstadt, Gesamtstadt) wird deutlich, dass die Altersstruktur insgesamt sehr homogen ist und sich kein Betrachtungsraum in signifikanter Weise von anderen Betrachtungsräumen unterscheidet. Der hohe Anteil an über 65-jährigen entspricht dem demographisch gewandelten Bild der gesamtgesellschaftlichen Altersstruktur, wie sie sich in den vergangenen Jahren entwickelt hat.

BETRACHTUNGSRÄUME IN MARKTHEIDENFELD

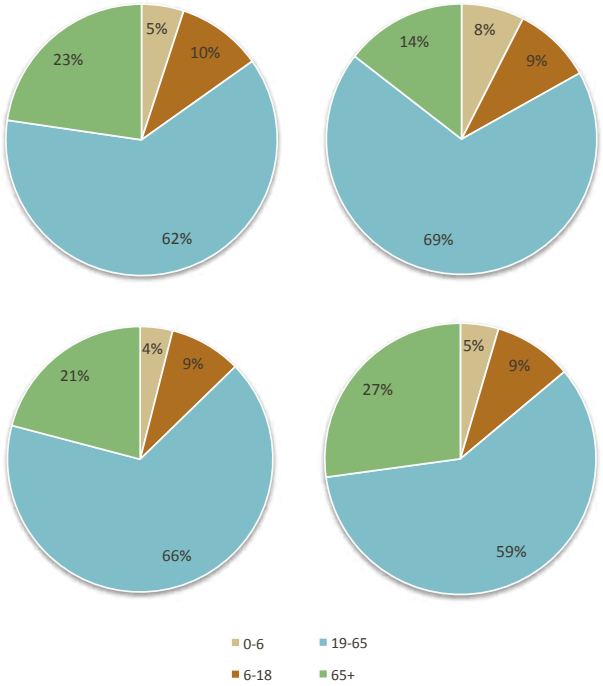


Quelle: Stadtplanungsamt Marktheidenfeld, 2014. Bearbeitung: UmbauStadt.

ZWEI AUFFÄLLIGKEITEN:

1. Die über 65-jährigen sind im Bereich Innenstadt heute (mit einem Anteil von 27%) bereits stärker vertreten als in der Gesamtstadt, im Bereich Altstadt oder im Bereich Kernstadt. Betrachtet man zusätzlich die Altersgruppe der ‚Rentenanwärter' der heute 55 bis 65-jährigen, wird klar, dass vor allem im Bereich Altstadt in den kommenden Jahren, mit einem starken Zuwachs an Alten und Hochbetagten zu rechnen sein wird. Sämtliche daseinsvorsorge- und infrastrukturrelevanten Einrichtungen sollten daher vorrangig in den Bereichen Altstadt, Kernstadt und Innenstadt auf diese sich abzeichnende Entwicklung vorausschauend ausgerichtet und konzipiert werden. Konkrete und detailliert belastbare Bedarfs-erhebungen und Prognosen hierzu müssen noch erstellt werden.

ALTERSSTRUKTUR IN MARKTHEIDENFELD. GESAMTSTADT UND ALTSTADT (OBEN); KERNSTADT, UND INNENSTADT (UNTEN).



Quelle: Bürgerbüro Marktheidenfeld, 2014. Bearbeitung: UmbauStadt.

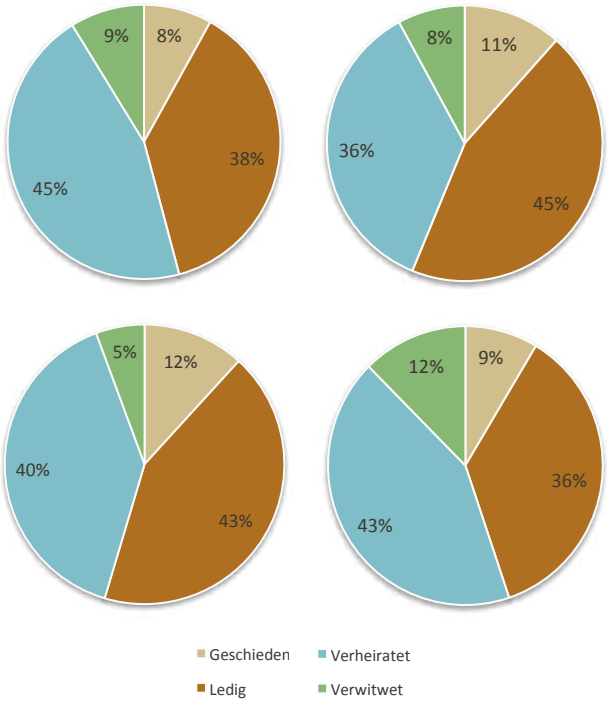
2. Die Gruppe der U-3- und Ü-3-Jährigen ist ebenfalls im Bereich Altstadt stärker vertreten als in den anderen Betrachtungsräumen.
   Die im Kernbereich Marktheidenfelds bereits vorhandenen Einrichtungen und Strukturen der Kinderbetreuung, der Jugendpflege und der außerschulischen Bildung sollten daher in ihrer Angebotsdichte mindestens erhalten und

womöglich ausgebaut werden, wie auch die diesbezügliche Angebotsvielfalt zumindest optimiert, wenn nicht erweitert werden sollte, um die in den kommenden Jahren zu erwartenden Ansprüche auf Kinderbetreuung und außerschulische Bildung zu decken.

FAMILIENSTAND

Die Auswertung zum Familienstand zeigt ein über alle Betrachtungsräume hinweg homogenes Bild. Signifikant ist lediglich, dass in den Bereichen Altstadt und Kernstadt der Anteil der Ledigen deutlich größer ist als der Anteil der Verheirateten, wohingegen in den Bereichen Innenstadt und Gesamtstadt der Anteil der Verheirateten größer ist als der Anteil der Ledigen. Womöglich kann dies als Hinweis darauf gelesen werden, dass in den Bereichen der Altstadt und der Kernstadt ein familienfreundliches Wohnen in Ermangelung von Gärten, Balkonen, Freisitzen oder auch in Ermangelung eines ausreichenden Angebots an ausreichend großen (familienfreundlichen) Wohnungen nicht angemessen möglich scheint.

Familienstand in Marktheidenfeld. Gesamtstadt und Altstadt (oben); Kernstadt, und Innenstadt (unten).

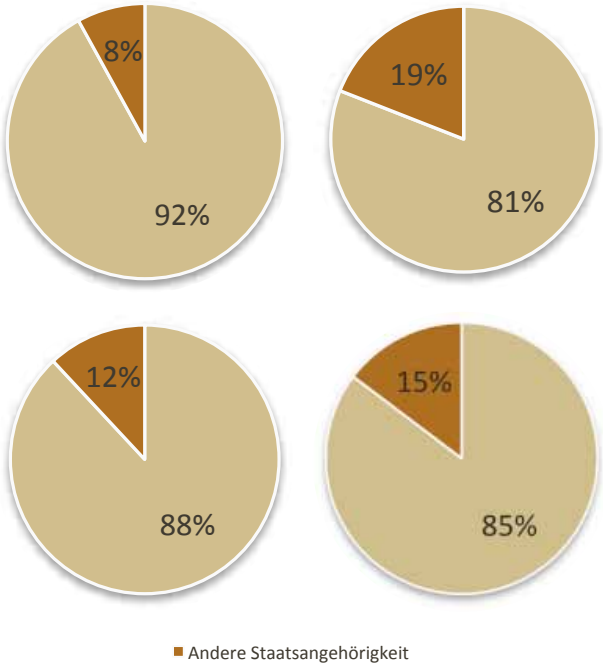


Quelle: Bürgerbüro Marktheidenfeld, 2014.
Bearbeitung: UmbauStadt.

STAATSANGEHÖRIGKEIT

Insgesamt leben in Marktheidenfeld (ohne umliegende Ortsteile) rund 8.800 Bürgerinnen und Bürger. Davon sind 768 Ausländer.

Andere Staatsangehörigkeiten in Marktheidenfeld. Gesamtstadt und Altstadt (oben); Kernstadt, und Innenstadt (unten).



Quelle: Bürgerbüro Marktheidenfeld, 2014.
Bearbeitung: UmbauStadt.

Das entspricht einem Ausländeranteil von 8%. Innerhalb der Gruppe der ausländischen Bürgerinnen und Bürger können insgesamt 58 Nationalitäten unterschieden werden. Die am stärksten vertretenen Nationalitäten sind

1. Türkei (168)
2. Serbien (58)
3. Bosnien-Herzegowina (51)
4. Rumänien (51)
5. Italien (46)
6. Polen (38)
7. Russland (37)
8. Bulgarien (33)
9. Österreich (26)

Somit stammen die allermeisten Bürgerinnen und Bürger Marktheidenfelds mit nichtdeutscher Nationalität aus dem Bereich Ost-, Südost- und Südeuropas.

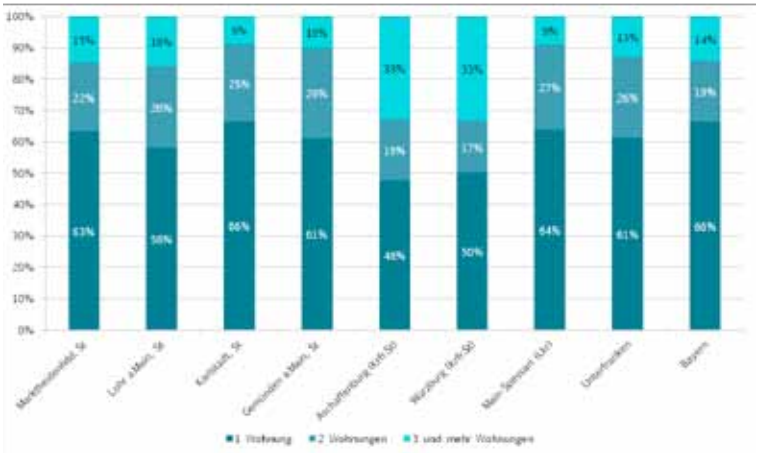
Weitere Nationalitäten, die in Marktheidenfeld nicht nur als Einzelpersonen oder als Einzelfamilien vertreten sind (mit mehr als 12 Personen), stammen auch aus Übersee und aus Westeuropa, u.a.: (in alphabetischer Reihenfolge): Frankreich, Griechenland, Kroatien, Niederlande, Montenegro, Thailand, USA. Im Bereich Altstadt liegt der Anteil der nichtdeutschen Bürgerinnen und Bürger mit 19% höher als im Bereich Kernstadt (12%) oder im Bereich Innenstadt (15%). Im Vergleich zur Gesamtstadt, mit einem Ausländeranteil von 8% kann man von einer deutlichen Konzentration ausländischer Mitbürgerinnen und Mitbürger im Zentrum Marktheidenfelds sprechen.

Die seit dem Sommer 2015 infolge der internationalen politischen Weltlage auch in Deutschland aktuelle Frage der Wohnraumbeschaffung für Asylsuchende und für Flüchtlinge hat auch für Marktheidenfeld Relevanz. Dringend benötigter Wohnraum muss schnellstmöglich für die Unterbringung und Integration zukünftig zu erwartender Mitbürgerinnen und Mitbürger erstellt werden.

2.4.4 WOHNEN

Die Struktur der Wohngebäude in Marktheidenfeld zeigt eine für den ländlichen Raum typische Ausprägung: Über 60% der Wohnungen befinden sich in Einfamilienhäusern. Der Vergleich mit Bayern, Unterfranken und dem Landkreis Main-Spessart zeigt, dass die untersuchten Städte hier nicht besonders aus dem allgemeinen Rahmen fallen. Den niedrigsten Wert von Einfamilienhäusern hat die Stadt Aschaffenburg mit 47,6%.

Gebäude- und Wohnungsbestand im Vergleich (2012)



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2014. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014

Im folgenden Überblick der neu errichteten Wohnungen wird deutlich, dass in den letzten 10 Jahren durchschnittlich 35 neue Wohnungen pro Jahr gebaut wurden. Der Verlauf der Kurve schwankt konjunkturell bedingt.

Gebäude- und Wohnungsbestand im Vergleich (2012)

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2014. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014

Die Haushaltsstruktur der Stadt Marktheidenfeld zeigt das Verhältnis zwischen Haushalten mit Kindern, Ein-Personen-Haushalten und übrigen Haushalten (Paare ohne Kinder, Wohngemeinschaften, ...). Das Verhältnis ist nahezu ausgeglichen. Auffällig ist jedoch, dass der Anteil der Ein-Personen-Haushalte langsam zu- und jener der Haushalte mit Kindern langsam abnimmt. Damit hat sich das Bild im Vergleich zum Jahr 2003 deutlich verschoben, als die Haushalte mit Kindern noch die größte Gruppe darstellten.

Die Expertengespräche mit den Vertretern der Wohnungsbaugenossenschaften und -gesellschaften sowie aus dem Sozialbereich haben übereinstimmend ergeben, dass in Marktheidenfeld ein genereller Bedarf an bezahlbarem Wohnraum besteht, insbesondere auch für den Sektor kleiner Wohnungen (Alleinstehende Betagte und Hochbetagte, Alleinerziehende mit Kind(-ern)).

FAZIT

Die Bevölkerungs- und Sozialstruktur Marktheidenfelds zeichnet sich durch eine bis zum Jahr 2004 wachsende Bevölkerungszahl aus, die seither abnimmt. Weiterhin ist die Bevölkerungsentwicklung maßgeblich durch Zu- und Fortzüge geprägt. Die Prognosen für Marktheidenfeld gehen von einer stabilen Gemeinde mit geringfügiger Abnahme der Bevölkerung aus, womit die Stadt weit über dem Schnitt des Landkreises liegt. Allerdings zeigen sich bereits heute die Züge des demographischen Wandels

in der Altersverteilung mit einer stets wachsenden Gruppe der über 65-jährigen.

Über die Hälfte der Wohnungen in Marktheidenfeld befinden sich in Einfamilienhäusern, welches ein typisches Bild für ländlich geprägte Räume ist. Im Schnitt kamen in den letzten 10 Jahren 35 neue Wohnungen pro Jahr in der Stadt hinzu.

Bei der Entwicklung der Haushaltsstruktur ist zu erkennen, dass der Anteil der Ein-Personen-Haushalte bereits seit einigen Jahren zunimmt, während sich die Zahl der Haushalte mit Kindern reduziert. Da sich gemäß den Prognosen dieser Trend fortsetzen wird, gilt es entsprechende Anpassungen beim Wohnungsbau vorzunehmen.

Insbesondere sind Mietwohnungen zu günstigen Mietpreisen und kleine Mietwohnungen für Alleinstehende zu schaffen.

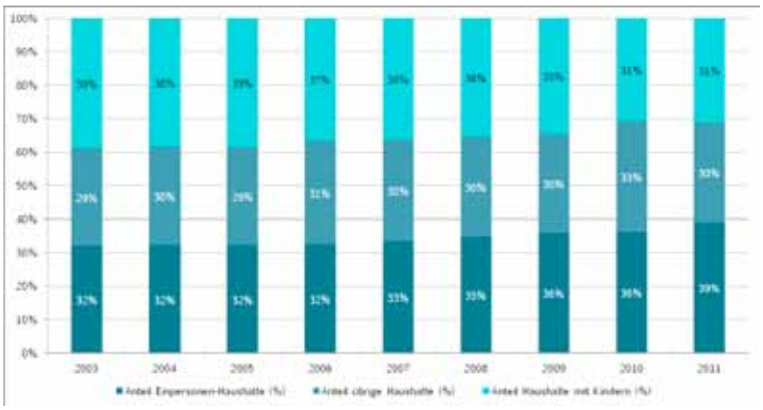
In den Interviews mit den Experten aus dem Bereich Sozialwesen wurden eine Reihe von signifikanten Mängeln angegeben, die verschiedene Altersgruppen der Bewohnerschaft Marktheidenfelds betreffen. Im einzelnen wurden genannt:

- mangelhafte Barrierefreiheit für mobilitätseingeschränkte Bewohner,
- mangelhafte Verkehrssicherheit, insbesondere für Kinder und Senioren,
- mangelhaftes Angebot an dezentralen kleinteiligen Grünräumen in den Wohnquartieren,
- mangelhafte Koordination / Organisation / Information von bzw. zu bereits vorhandenen sozialräumlich orientierten Angeboten und Dienstleistungen,
- mangelhaftes Kultur- und Freizeitangebot für Jugendliche und junge Erwachsene,
- mangelhaftes ÖPNV-Angebot (innerörtlich, zwischen Kernstadt und Ortsteilen, regional),
- unattraktives (unbezahlbares) Preisniveau des existierenden ÖPNV,
- mangelhaftes Wohnraumangebot (barrierefreier Wohnraum, barrierearmer Wohnraum, günstige Wohnungen, kleine und günstige Wohnungen insbesondere für alleinstehende Senioren und alleinerziehende Mütter),
- mangelhafte Beleuchtungssituation in der Abend- und Nachtzeit,
- hoher Anteil an Antragstellungen für Leistungen nach ALG-II,
- fehlende Niederlassung der Agentur für Arbeit in Marktheidenfeld,
- hoher Anteil an geringfügig Beschäftigten und Leiharbeitern bei den großen Arbeitgebern in Marktheidenfeld,
- mangelhaftes Ärzteangebot (Fachärztemangel),
- unattraktives (unbezahlbares) Preisniveau im Wonnemar,
- fehlende Stadthalle (als zentraler Veranstaltungsort, unabhängig vom Schul- und Vereinsleben),
- mangelhaftes Angebot an Wohnheimplätzen an der FOS,
- mangelhafte Sanierungstätigkeit des Kreises an den Marktheidenfelder Schulen,
- mangelhafte ÖPNV-Anbindung und den Schulstandort Marktheidenfeld benachteiligende Tarifgestaltung (Schüler aaus der Region gelangen günstiger an andere Schulstandorte)

2.5 BILDUNG UND SOZIALES

Kommunale Bildungseinrichtungen werden stark von der Bevölkerungsentwicklung beeinflusst. In Marktheidenfeld gibt es fünf städtische Kindertagesstätten und zwei in freier Trägerschaft, eine Grund- und eine Mittelschule sowie drei weiterführende Schulen. Das Bild wird von zwei Förderschulen ergänzt. Im Bereich der beruflichen Schulen gibt es eine Berufsfachschule für Pflegeberufe. Seit 1966 hat Marktheidenfeld eine eigene Volkshochschule und ein städtisches Musikinstitut, welches von zwei privaten Musikschulen ergänzt wird. Jugendliche haben die Möglichkeit, im Jugendzentrum MainHaus ihre Freizeit zu verbringen. Da es aber nicht allen Kindern möglich ist, dies aus den verschiedenen Stadtteilen zu erreichen, gibt es in Altfeld, Marienbrunn, Michelrieth und Glasofen weitere Jugendtreffs. Auf diese Weise kann auch die Sozialstruktur vor Ort erhalten und gefördert werden. Für Senioren wird eine Vielzahl an Einrichtungen angeboten. Neben drei Seniorenheimen gibt es unter anderem Besuchsdienste, eine Gesundheitsvorsorge, Gymnastik, Sport und Tanz sowie ein Informationsportal im Internet.

HAUSHALTSSTRUKTUR MARKTHEIDENFELD



Quelle: Bertelsmannstiftung, 2012. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014.

Im Gesundheitssektor verfügt die Stadt neben zahlreichen Praxen der Allgemeinmedizin auch über ein Akutkrankenhaus und fünf Apotheken. Das ehemalige Kreiskrankenhaus Marktheidenfelds wurde 2004 mit den Kreiskrankenhäusern Lohr am Main und Karlstadt zum Klinikum Main-Spessart zusammengefasst, um eine bessere Versorgung mit Nähe zum Patienten zu gewährleisten. Mit Kreistagsbeschluss vom Dezember 2015 wurde die Schließung des Kreiskrankenhauses in Marktheidenfeld zugunsten eines Zentralklinikums in Lohr am Main festgestellt. Hieraus leitet sich die Frage nach der Nachnutzung und einer notwendigen Nutzungskonzeption für die zukünftige Nutzung des Gebäudebestands des Kreiskrankenhauses ab.

Seit dem Jahr 2008 wird von der Stadt im zweijährigen Turnus der Bilderbuchillustrationspreis „Meefisch“ vergeben. Mit 2.000 € wird das beste noch unveröffentlichte Bilderbuchprojekt im deutschsprachigen Raum prämiert und von dem Würzburger Kinder- und Jugendbuchverlag Arena veröffentlicht, alternierend zum Kunstpreis, der sich an regionale Bildende Künstler richtet.

FAZIT

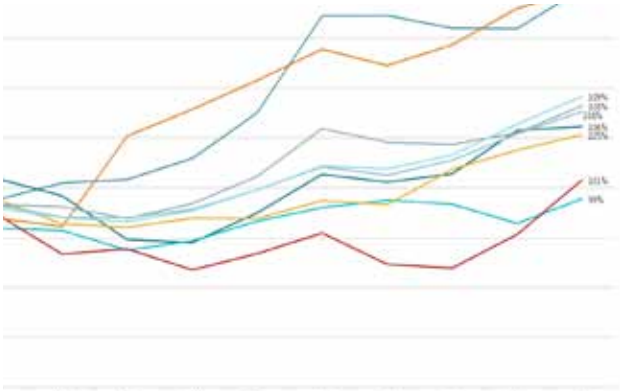
Da kommunale Bildungseinrichtungen wie auch Jugendzentren/-treffs und Seniorenheime stark von der Bevölkerungsentwicklung beeinflusst werden, sollten diese auf die sich verändernden Rahmenbedingungen durch den demographischen Wandel ausgerichtet werden.

2.6 ARBEIT, WIRTSCHAFT UND TOURISMUS

2.6.1 ARBEITSMARKT

Im Jahr 2012 konnte Marktheidenfeld bei der Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (SVB) am Arbeitsort einen Zuwachs von 6,2% im Vergleich zum Basisjahr 2002 vorweisen. Wie der nachfolgenden Grafik zu entnehmen ist, rangiert die Stadt damit im Betrachtungszeitraum 2002-2012 und im regionalen Vergleich auf einem Platz im Mittelfeld. Nach deutlichen Einbrüchen in den Jahren 2005 und 2006 (bis zu -5,4%) stieg ab 2007 - mit Ausnahme der Stagnationsphase 2009-2010 - die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten wieder an. Die stärksten Zuwächse im regionalen Städtevergleich hatten Aschaffenburg und Lohr am Main zu verzeichnen.

Sozialversicherungsbeschäftigte am Arbeitsort 2002-2012



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2014. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014.

Auch in den Folgejahren bis 2015 nahm die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort Marktheidenfeld weiter zu. Insbesondere die Zahl der geringfügig Beschäftigten (ausschließlich und im Nebenjob) am Arbeitsort wuchs zwischen 2011 und 2015.

ARBEITSLOSIGKEIT

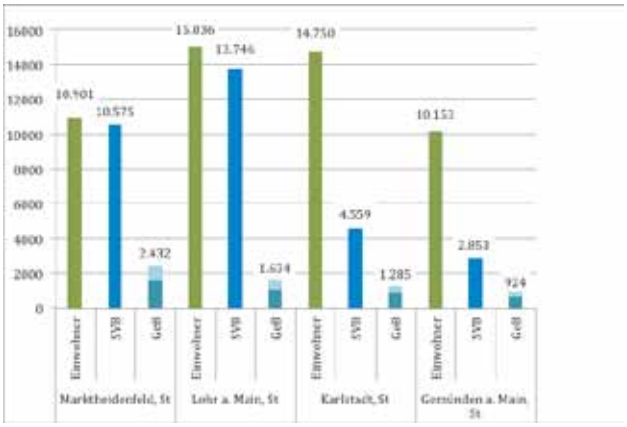
Die Arbeitslosenzahl für Marktheidenfeld bewegt sich seit einigen Jahren auf einem konstant niedrigen Niveau. Im Juni 2013 betrug die Arbeitslosenquote 1,4% (zum Vergleich: Landkreis Main-Spessart 2,5% und Freistaat Bayern 3,6%)[3].

Entwicklung des Arbeitsmarktes in Marktheidenfeld 2011-2015

Quelle: CIMA 2016.

Bei Betrachtung der prekären Beschäftigungsverhältnisse im regionalen Vergleich fällt auf, dass die Zahl der geringfügig Beschäftigten in Marktheidenfeld, gemessen an der Bevölkerungszahl, sehr hoch ist (Stand 2015). Dies wird beispielsweise beim Vergleich mit Lohr am Main deutlich: Trotz der geringeren Einwohnerzahl befinden sich in Marktheidenfeld fast 50% mehr Personen in geringfügiger Beschäftigung als in Lohr, auch wenn festgestellt werden muss, dass der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten an der Einwohnerzahl in Marktheidenfeld verhältnismäßig hoch ist.

Bevölkerung, sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort (SVB) und geringfügig Beschäftigte am Arbeitsort (GeB)[4] 2015 - regionaler Städtevergleich



Quelle: CIMA, 2016.

PENDLERSALDO

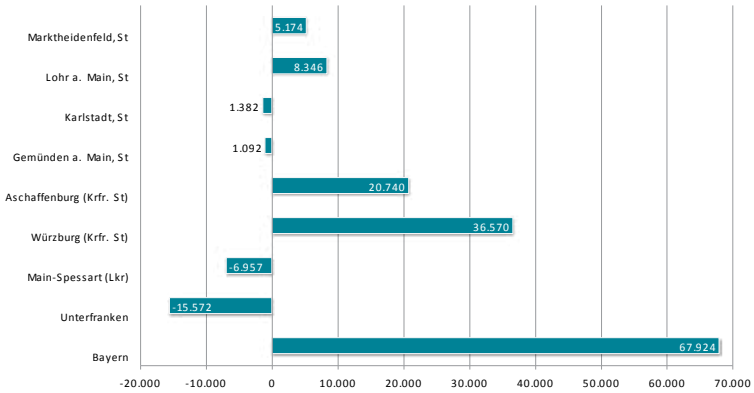
Aus der Differenz von Einpendlern und Auspendlern kann der Pendlersaldo errechnet werden. Der positive Pendlersaldo Marktheidenfelds zeugt von einer hohen Arbeitsplatzzentralität. Weiterhin ist die Gesamtzahl

3 Stadt Marktheidenfeld, Amts- und Mitteilungsblatt: Brücke zum Bürger, Nr.7, 17.07.2013

4 Unterteilt in „ausschließlich geringfügig beschäftigt“ (dunkler Balkenanteil) und „im Nebenjob geringfügig beschäftigt“ (heller Balkenanteil).

der Ein- und Auspendler im Jahr 2012 mit rund 9.000 Pendlern auf ein neues Maximum gestiegen. Pendler sind als zusätzliches Nachfragepotenzial für den Einzelhandel vor Ort sehr wichtig.

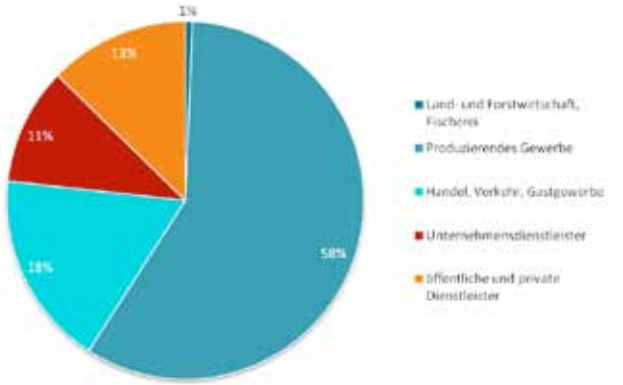
Pendlersalden im regionalen Vergleich (2012)



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2014. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014.

In den einzelnen Wirtschaftsbereichen, wie im Folgenden dargestellt, zeigt sich, dass Marktheidenfeld den größten Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im produzierenden Gewerbe mit 58,5% hat.

Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen 2012



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2014. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014.

2.6.2 WIRTSCHAFT

Um mittelfristig eine Differenzierung der Arbeitsplatzstruktur zu erreichen und der hohen Krisenanfälligkeit durch eine einseitig ausgerichtete Wirtschaft entgegen zu wirken, ist es in Marktheidenfelds Interesse, sich mehr zu diversifizieren und auch zukünftig Betriebe im tertiären und quartären Sektor als Zielgruppe anzuwerben bzw. Anzusiedeln.

Einige Besitzer von Verkaufs- und Ladenflächen Marktheidenfelds haben bei Ladenschließungen wiederholt Probleme, einen Nachmieter zu finden. Eine Folge davon sind zunehmende Leerstände von Verkaufsflächen in der Innenstadt. Gründe dafür sind unter anderem die veränderte Marktsituation mit der Ansiedlung von immer größeren Lebensmittelmärkten mit breiteren Sortimenten, mit hohen Mieten, die zugleich nötige Renovierungen unmöglich machen und einer stetig steigenden Zahl von Käufen im Internet.

Unter *www.marktheidenfelder.de* ist ein stadteigenes Branchenverzeichnis mit vielen Informationen zu den eingetragenen Unternehmen angelegt worden.

2.6.3 TOURISMUS

Die Stadt Marktheidenfeld ist für Touristen attraktiv. Die Kennziffer der Tourismusintensität (Gästeübernachtungen je 1.000 Einwohner) erlaubt einen Vergleich touristischer Destinationen und spielt eine wichtige Rolle zur Einschätzung weiterer Potenziale und Entwicklungschancen im Segment Freizeit und Erholung. In Markheidenfeld konnte sie von dem Jahr 2009 zum Jahr 2012 um 22,7% gesteigert werden. Jene von Lohr am Main sogar um 35,3%. Neben einigen Hotels gibt es in Marktheidenfeld auch einen Campingplatz und einige Vorschläge für Rad- und Wanderrouten.

Touristische Daten im regionalen Vergleich, 2012

Verwaltungseinheit	durchschnittliche Anzahl der Gästebetten[5] (2012)	Gäste-ankünfte[6]	Gäste-übernachtungen[6]	Tourismus-intensität	Aufenthalts-dauer in Tagen
Marktheidenfeld, St	379	30.267	57.222	5.317	1,9
Lohr a.Main, St	616	45.186	80.683	5.328	1,8
Karlstadt, St	165	11.638	21.090	1.423	1,8
Gemünden a. Main, St	370	20.106	47.053	4.554	2,3
Aschaffenburg (Krfr. St)	854	73.619	143.798	2.125	2,0
Würzburg (Krfr. St)	4.243	478.543	772.028	6.197	1,6
Main-Spessart (Lkr)	3.513	223.011	489.123	3.867	2,2
Unterfranken	42.634	2.556.566	6.678.479	5.146	2,6
Bayern	548.363	31.176.908	84.069.964	6.715	2,7

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2014. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014.

Die relative Entwicklung der Tourismusintensität von Marktheidenfeld liegt über dem Durchschnitt des Landkreises und der Bezirksebene. Zum Vergleich: Auch Lohr am Main, Gemünden am Main und Würzburg sind stark entwickelt.

FAZIT

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten hat in den vergangenen Jahren stetig zugenommen. Allerdings schneidet Marktheidenfeld im regionalen Vergleich nur durchschnittlich ab.

Ebenfalls zugenommen hat die Zahl der geringfügig Beschäftigten. Beim Vergleich mit ähnlich großen Städten im Landkreis ist besonders auffällig, dass Marktheidenfeld einen relativ hohen Anteil von geringfügig Beschäftigten an der Bevölkerung zu verzeichnen hat.

Die Arbeitslosenquote bewegt sich bereits seit einigen Jahren auf einem niedrigen Niveau.

Der positive Pendlersaldo unterstreicht die wichtige Funktion der Stadt für die Umgebung.

Die Steigerung der Tourismusintensität trägt positiv zur Einzelhandelsentwicklung bei.

2.7 EINZELHANDEL UND NAHVERSORGUNG

Der Zustand des Einzelhandelsbesatzes einer Innenstadt und die Versorgung der Bevölkerung sind wichtige Indikatoren der Prosperität einer Stadt. Marktheidenfeld hat als Mittelzentrum auch in der Versorgung regional übergeordnete Funktionen zu übernehmen.

Um dezidierte Aussagen zu bekommen, woher Kunden und Besucher kommen und welches Konsumverhalten sie an den Tag legen, wurden zunächst Passantenbefragungen am „Point-of-Sale“ durchgeführt. Im Anschluss erfolgte eine detaillierte Einzelhandelsanalyse, die auf den zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächen beruht. Die Darstellung eines innerstädtischen Versorgungbereiches und eine Standortkonzeption runden die Untersuchung des Einzelhandels ab. Die Bestandteile der Einzelhandelsuntersuchung gehen in der Struktur des ISEK auf, das lediglich die wichtigsten Erkenntnisse wiedergibt. Der gesamte Fachbeitrag Einzelhandel ist der Anlage zu entnehmen.

Wesentliche Einzelhandelsstandorte Marktheidenfelds befinden sich am „Äußeren Ring“, in der „Georg-Mayr-Straße“ und in der „Innenstadt/Altstadt“.

Die Bestandsaufnahme des Einzelhandels in Marktheidenfeld erfolgte im Juni 2014 durch die CIMA. Die Daten erfassen demnach den zu diesem Zeitpunkt angetroffenen Status quo. Es wurden alle Betriebe nach Standort, Verkaufsfläche, Branche, Betriebstyp und Zustand erfasst. Im innerstädtischen Bereich wurden zusätzlich die sonstigen kundenorientierten Einrichtungen in Erdgeschosslage erhoben.

2.7.1 „POINT-OF-SALE“-BEFRAGUNG

Die Befragung an den drei wesentlichen Einzelhandelstandorten in Marktheidenfeld ergab, dass nahezu 50% der Befragten aus Marktheidenfeld kommen.

Zwischen den Standorten „Innenstadt“, „Äußerer Ring“ und „Georg-Mayr-Straße“ herrscht eine vergleichsweise gute Kopplung, was auf die meist nahversorgungsorientierten Angebote zurückgeführt werden kann. Deshalb werden sie teilweise auch sehr zielgerichtet von den Kunden aufgesucht. Zwischen dem Standort „Innenstadt“ und dem Gewerbegebiet „Äußerer Ring/E-Center“ ist die Kopplung lediglich als normal einzustufen.

Bei der Frage nach den wichtigsten Betrieben ist die hohe Dominanz der Nahversorgungsbetriebe aus den Bereichen der Lebensmittel/Reformwaren sowie Drogeriemärkte mit leichter Durchmischung von gastronomischen Betrieben auffällig. Als einziges Bekleidungsgeschäft wurde Belmodi explizit mehr als neun Mal genannt. Das Angebot in Marktheidenfeld wird also hauptsächlich für die Grundversorgung genutzt.

Dieses Ergebnis ist einerseits Ausdruck der fehlenden Magnetbetriebe im Bereich der innerstädtischen Leitbranchen in Marktheidenfeld und der enormen Herausforderung, diese im starken regionalen Wettbewerbsumfeld mit Aschaffenburg, Würzburg und dem Wertheim Village erfolgreich vor Ort zu etablieren. Andererseits betont es die besondere Bedeutung der Innenstadt als Nahversorgungsstandort.

2.7.2 EINZELHANDELSANALYSE

2.7.2.1 QUANTITATIVE BEWERTUNG

PLANERISCHE RAHMENBEDINGUNGEN MIT EINZELHANDELSSPEZIFISCHEM BEZUG

Das Landesentwicklungsprogramm (LEP) von 2006 wurde umfassend reformiert und ist in seiner überarbeiteten Fassung seit September 2013 rechtskräftig. Als Instrument der Landesbehörde werden die daraus resultierenden neuen Vorgaben nun sukzessive auf der Ebene der regionalen Planungsverbände umgesetzt.

Die Stadt Marktheidenfeld gehört zum Landkreis Main-Spessart und liegt in der Planungsregion 2 (Würzburg) im Regierungsbezirk Unterfranken. Marktheidenfeld ist als Mittelzentrum ausgewiesen und im LEP der Gebietskategorie „allgemeiner ländlicher Raum“ zugeteilt. Marktheidenfeld liegt auf einer Entwicklungsachse von Würzburg nach Nordwesten Richtung Lohr am Main. Die nächstgelegenen Oberzentren sind Würzburg und Aschaffenburg.

Gemäß der Fortschreibung des Landesentwicklungsprogramms Bayern 2013 ist die Stadt Marktheidenfeld als Mittelzentrum für die Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten, die überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dienen, grundsätzlich geeignet. Das nach Fortschreibung des LEP im Jahr 2013 sehr dichte Netz der Mittelzentren soll sicherstellen, dass für die Bevölkerung in allen Teilräumen Einrichtungen, die in Qualität und Quantität über die zentralörtliche Grundversorgung hinausgehen, in zumutbarer Erreichbarkeit zur Verfügung stehen.

Dieser einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich der Stadt Marktheidenfeld bezieht sich laut LEP 2013 auf einen Bereich, der über das eigene Stadtgebiet hinausgeht und somit zum 31.12.2013 auf insgesamt 32.517 Einwohner.

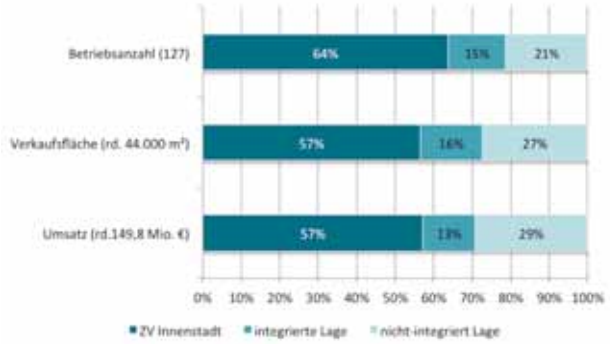
LEISTUNGSDATEN DES MARKTHEIDENFELDER EINZELHANDELS

Zum Zeitpunkt der Erhebung (Stand 05/2014) verfügt Marktheidenfeld über eine aktive Gesamtverkaufsfläche von rd. 44.000 m², die sich auf 127 Betriebe verteilt.

In der Lage 1, dem Zentralen Versorgungsbereich der Marktheidenfelder Innenstadt, befindet sich mit insgesamt 81 Betrieben über die Hälfte aller Betriebe, die zusammen rd. 25.000 m² Verkaufsfläche auf sich vereinen. In den integrierten Lagen Marktheidenfelds außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches befinden sich 19 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 7000 m².

Die städtebaulich nicht-integrierten Lagen weisen 27 Betriebe mit einer Fläche von rd. 12.000 m² auf.

EINZELHANDELSSTRUKTUR MARKTHEIDENFELD (GERUNDET)



Quelle: eigene Analyse, 2015. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2015

Alles in allem weist Marktheidenfeld heute eine ausgewogene und gesunde Einzelhandelsstruktur auf. Die Bedeutung der Innenstadt im Bereich der Versorgung wird deutlich. Weitere Vertriebsformen in der Georg-Mayr-Straße und am Äußeren Ring ergänzen das für ein Mittelzentrum gut ausdifferenzierte Einzelhandelsangebot.

Die Verkaufsflächen aller vorhandenen Sortimente in der Stadt teilen sich wie folgt auf:

SORTIMENTSBREITE ALLER BETRIEBE IN DER STADT MARKTHEIDENFELD

Sortimentsbereiche	qm
Lebensmittel, Reformwaren	10.262
Gesundheit und Körperpflege	2.642
Bekleidung, Wäsche	4.734
Schuhe, Lederwaren	2.979
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	944
Bücher, Zeitschriften, Schreibwaren	1.841
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	2.671
Sportartikel, Fahrräder	2.143
Spielwaren	863
Hobbybedarf, Zooartikel	1.010
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	2.971
Möbel, Antiquitäten	3.932
Heimtextilien	634
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Blumen	6.765
Summe	**44.391**

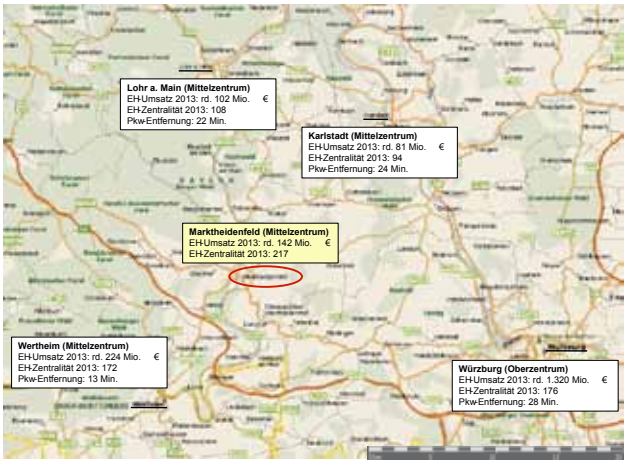
Quelle: eigene Analyse, 2015. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2015.

ZENTRALITÄT UND REGIONALE KONKURRENZSITUATION

Die Zentralitätskennziffer spiegelt die relative Stärke und Zentralität eines Handelsstandortes in Relation zur örtlich verfügbaren Kaufkraft wider.

Der Marktheidenfelder Einzelhandel generiert aktuell mit einer von der CIMA berechneten Einzelhandelszentralität von 217 deutlich mehr Umsatz als an Kaufkraftvolumen im Stadtgebiet tatsächlich vorhanden ist. Dies bedeutet, dass ein großer Teil der Kaufkraft aus den umliegenden Gemeinden nach Marktheidenfeld fließt.

Regionale Konkurrenzsituation



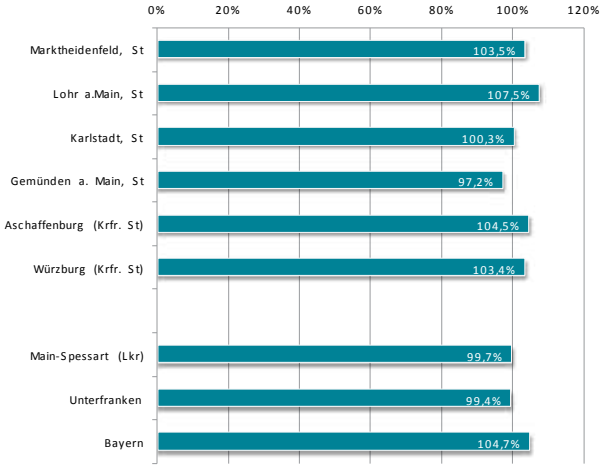
Kartengrundlage: MS MapPoint, Datenmaterial: BBE!cima!mbResearch 2014. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014

Die Einzelhandelsentwicklung in Marktheidenfeld wird maßgeblich von der Konkurrenzsituation bestimmt. Allein die oberzentralen Angebote Würzburgs können dem Marktheidenfelder Einzelhandel den Rang ablaufen. Zu berücksichtigen ist das FOC in Wertheim, das mit seinem typischen Angebot allerdings eher in Konkurrenz zu Würzburg steht, als dem mittelzentralen Angebot Marktheidenfelds zu schaden.

KAUFKRAFT

Im Vergleich zu anderen Regionen Deutschlands oder Bayerns weisen sowohl Marktheidenfeld selbst als auch die größeren Kommunen des Umlandes ein überdurchschnittliches Kaufkraftniveau auf. Dies steht im Gegensatz zur leicht unterdurchschnittlichen Kaufkraft in den Regionstypen „Landkreis“ und „Regierungsbezirk“. Die Angebotsstruktur im Einzelhandel sollte dahingehend ausgewogen gestaltet und ausdifferenziert sein.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern (KKZ) 2013



Quelle:BBE!cima!mbResearch, 2013. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014.

EINZUGSGEBIET

Als Grundlage der Markt- und Umsatzpotenzialanalyse, die mit Hilfe des Huff-Modells (siehe Erläuterungen im Anhang) ermittelt wurde, dient die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Bevölkerung im Einzugsgebiet.

Einzugsgebiet Marktheidenfelds nach Huff

Quelle: eigene Berechnungen, 2014, MS MapPoint 2013. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014.

Die Abbildung zeigt, in Rot, Ocker und Gelb dargestellt, das gesamte Einzugsgebiet der Stadt Marktheidenfeld. Rot kennzeichnet dabei das Kerneinzugsgebiet, aus dem 50% der Kunden nach Marktheidenfeld strömen. Aus dem ockerfarbenen Einzugsgebiet fließen 25-50% nach Marktheidenfeld, aus dem gelben 10-25%.

Einwohner in den Einzugsgebieten

	Einwohner
Kerneinzugsgebiet (Kundenbindung >50%)	32.799
Erweitertes Einzugsgebiet (Kundenbindung >25%-50%)	11.893
Sonstiges Einzugsgebiet (Kundenbindung >10%-25%)	11.566
Summe	**44.692**

Quelle: eigene Analyse und Berechnung. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014.

Marktpotenzial in den Einzugsgebieten

	Marktpotential in Mio. €
Kerneinzugsgebiet (Kundenbindung >50%)	189,0
Erweitertes Einzugsgebiet (Kundenbindung >25%-50%)	65,4
Sonstiges Einzugsgebiet (Kundenbindung >10%-25%)	65,0
Summe	**319,4**

Quelle: Analyse und Berechnung, CIMA, 2014.

Im gesamten Einzugsgebiet Marktheidenfelds leben rund 56.000 Einwohner. Mit 32.799 Ew. verteilen sich davon knapp 60% auf das Kerneinzugsgebiet und machen ebenfalls 60% des Marktpotenzials aus.

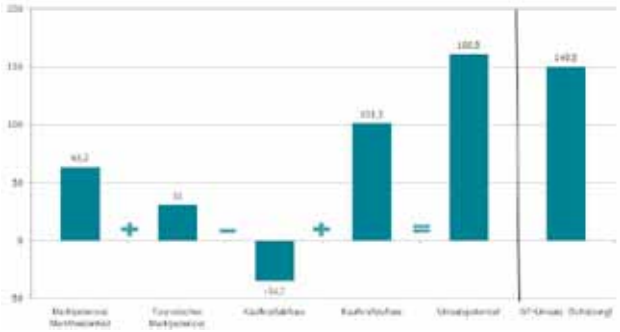
MARKT- UND UMSATZPOTENZIALE

Die Höhe des tatsächlichen bindungsfähigen Umsatzpotenzials in Marktheidenfeld errechnet sich aus dem Marktpotenzial der Stadt unter Berücksichtigung der rechnerisch ermittelten Kaufkraftab- und zuflüsse.

Von dem am Ort vorhandenen Marktpotenzial in Höhe von 63,2 Mio. € und dem touristischen Marktpotenzial von 31,0 Mio. € fließen derzeit rd. 34,7 Mio. € in die Konkurrenzzentren Würzburg (40%), Wertheim (40%), Lohr am Main (6%), Karlstadt (4%) und Aschaffenburg (9%) ab.

Diesen Abflüssen stehen potenzielle Zuflüsse in Höhe von 101,3 Mio. € gegenüber. Das resultierende Umsatzpotenzial von 160,8 Mio. € kann vom bestehenden Einzelhandel zurzeit nicht gebunden werden: Der aktuell im Marktheidenfelder Einzelhandel realisierte Ist-Umsatz beläuft sich nach unserer Schätzung auf 149,8 Mio. €.

Markt- und Umsatzpotenziale



Quelle: eigene Berechnungen, 2014. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2011.

BRANCHENSTRUKTUR

In der Einzelbetrachtung ergeben sich für die in der nachfolgenden Tabelle aufgeführten Branchenbereiche teils nicht gedeckte Umsatzpotenziale. Es handelt sich bei den Angaben um theoretische Bedarfe, die im Einzelfall auch durch eine höhere Flächenproduktivität bzw. Erweiterungsflächen in vorhandenen Betrieben oder in Form von Randsortimenten kompensiert werden können.

Die Tabelle gibt einen Überblick, wie sich die ungedeckten Umsatzpotenziale auf die einzelnen Einzelhandelsbranchen verteilen.

Branchenstruktur und Bindungsquoten nach Branchen

Sortiment	Bindungsquote	Umsatzpotenzial
Lebensmittel	97%	1,6 Mio. €
Bekleidung	90,7%	1,4 Mio. €
Möbel	52%	4,8 Mio. €
Bau- und Gartenmarktartikel	67%	2,0 Mio. €
Uhren, Schmuck	62%	1,1 Mio. €
Kfz-Zubehör	10%	3,5 Mio. €
EDV, Telekommunikation	44%	3,4 Mio. €

Quelle: eigene Analyse, 2014. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014.

FAZIT DER QUANTITATIVEN BETRACHTUNG

Mit Ausnahme weniger Branchenbereiche, kann das Angebot in Marktheidenfeld aktuell nicht die im Einzugsgebiet zur Verfügung stehende Kaufkraft binden. Die aktuelle Kaufkraftbindung kann jedoch durch gezielte Entwicklungsmaßnahmen in Zukunft verbessert werden. Dazu zählt neben einer ansprechenden Gestaltung der Ladenlokale auch die Verbesserung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt, mit weiteren attraktiven Platz- bzw. Straßenräumen und attraktiv gestalteter Außengastronomie.

Die größte Herausforderung für den Marktheidenfelder Einzelhandel wird in der Sicherung und Schaffung adäquater, marktgerechter und vermarktungsfähiger Verkaufsflächen in attraktiver Erdgeschosslage im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt bestehen.

Marktheidenfeld verfügt im Vergleich zu ausgewählten Gemeinden ähnlicher Größe in Bayern insgesamt über eine überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung je Einwohner im Lebensmittelbereich und einen überrepräsentierten Non-Food-Bereich. Derartige Werte werden regelmäßig in den Orten erzielt, die eine besondere Bedeutung für die Versorgungsfunktion des Umlandes haben. Die Werte unterstreichen demnach die bereits benannten Daten zur Zentralität Marktheidenfelds.

Für die derzeitige und die zukünftige Nachfrage, und damit für eine maß- und sinnvolle Entwicklung des Einzelhandels vor Ort, spielt jedoch vor allem auch die Qualität des Einzelhandelsangebotes eine wesentliche Rolle.

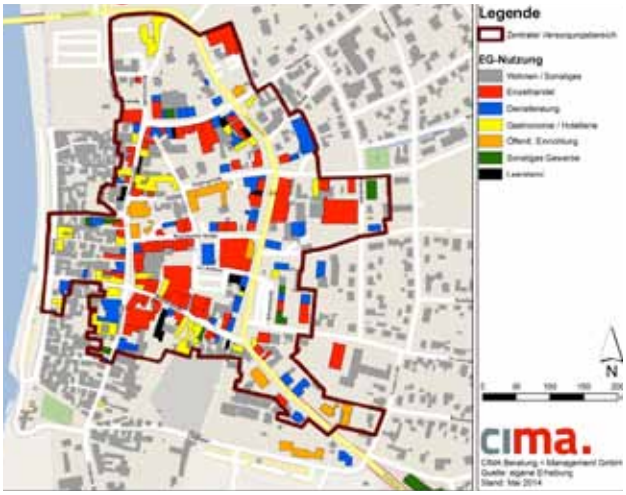
2.7.2.2 QUALITATIVE BEWERTUNG DES EINZELHANDELSBESTANDS

Der Schwerpunkt im Marktheidenfelder Einzelhandel liegt mit rd. 59% auf dem standardisierten, konsumigen Sortimentsniveau. Ein herausragendes Qualitätsmerkmal ist der große Bestand an Luxusgütern in allen Stadtlagen.

Hinsichtlich Warenpräsentation und Ladengestaltung ist festzustellen, dass in Marktheidenfeld der Anteil eher schwacher Betriebe höher und der Anteil sehr guter Betriebe (Vergleichsstädte: 3%) geringer ausfällt als in den Vergleichsstädten.

Die Wettbewerbsfähigkeit stellt sich im Städtevergleich positiv dar: Rd. 41 % der Geschäfte werden als hoch wettbewerbsfähig (vgl. Donauwörth: 18%) und nur rd. 2% als gering wettbewerbsfähig (vgl. Donauwörth: 5,4%) eingestuft.

Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Marktheidenfeld



Quelle: eigene Erhebung, Kartengrundlage: Stadt Marktheidenfeld. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014.

LAGETYPEN DES EINZELHANDELS

Lage 1: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (ZV)

Lage 2: Integrierte Lage: alle außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt liegenden, zusammenhängend bebauten Bereiche in direkter Nähe zur umgebenden Wohnstruktur (auch in der sonstigen Innenstadt, auch den Ortsteilen)

Lage 3: Nicht integrierte Lagen: autoorientierte, nicht von Wohngebieten umgebene Standorte, periphere Stadtrandlage oftmals mit Gewerbegebietscharakter

INNENSTADTRELEVANTE SORTIMENTE „MARKTHEIDENFELDER LISTE“

Kennzeichnend für zentrenrelevante Branchen und Bedarfsbereiche ist insbesondere ihre über die tägliche Bedarfsdeckung hinausgehende Versorgungsfunktion. Größtenteils handelt es sich dabei um sogenannte Handtransportwaren (leicht in der Einkaufstasche zu Fuß transportierbar) des mittel- und langfristigen Bedarfs.

Darüber hinaus sollten sich die Zentralen Versorgungsbereiche vor allem durch die Qualität und Höherwertigkeit der angebotenen Sortimente von den Betrieben in den sonstigen Lagen (Wohn- und Mischgebiete, Außenbereich) unterscheiden.

Typische Betriebsformen zentrenrelevanter Branchen sind Fachgeschäfte, Fachmärkte mittlerer Größe sowie Kauf- und Warenhäuser.

Die Sortimentsliste entspricht im Wesentlichen der Liste, die auch im LEP 2013 vorgeschlagen wird.

Unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Situation stellt sich die „Marktheidenfelder Liste“ wie folgt dar:

Nahversorgungsbedarf:

A. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke

Innenstadtbedarf:

B. Arzneimittel, medizinische und orthopädische Produkte
C. Baby- und Kinderartikel
D. Bekleidung
E. Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse
F. Bücher, Zeitungen, Zeitschriften
G. Drogerie- und Parfümeriewaren
H. Elektronikartikel (Unterhaltungselektronik als „braune Ware“, Haushaltselektronik als „weiße Ware“, Computer und Zubehör, Foto, Film)
I. Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren
J. Haus- und Heimtextilien, Bettwaren
K. Lederwaren
L. Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
M. Schuhe
N. Spielwaren
O. Sport- und Campingartikel
P. Uhren und Schmuck
Q. Fahrräder und Zubehör

Waren des sonstigen Bedarfs

R. Autoteile und Autozubehör
S. Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse
T. Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren
U. Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge
V. Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen
W. Leuchten und Zubehör
X. Möbel, Küchen
Y. Zooartikel, Tiere

Vor dem Hintergrund des Vorschlags einer Sortimentsliste im LEP 2013 und der ortsspezifischen Situation sollte die Branche „Fahrrad und Zubehör“ als innenstadtrelevant gesichert werden.

Die Sortimente Farbe, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbelägee und Zooartikel, Tiere nehmen in der Innenstadt von Marktheidenfeld nur einen geringen Umfang ein. Aus diesem Grunde werden sie nicht zu den Innenstadtrelevanten Sortimenten hinzugefügt. Die besagten Sortimente werden zunehmend in großflächigen Vertriebsformen geführt, die in der Innenstadt Marktheidenfelds keine genügend großen Grundstücks- oder Ladenflächen finden können.

2.8 KULTUR UND FREIZEIT

Angefangen von Fitness- und Wellnessangeboten über Golf, Kegeln, Kino, Kutschfahrten, Nordic Walking, Schwimmen, Segway-Vergnügen und zahlreiche Turn- und Sportstätten gehören auch verschiedene Führungen zu den zahlreichen Freizeit- und Kulturangeboten in der Stadt. Im Mai 2013 erschien erstmals das Gästejournal Marktheidenfelds, welches in der Touristinformation ausliegt. Weiterhin gibt es auf der mehrsprachigen Stadthomepage einen eigenen Veranstaltungskalender, anhand dessen sich die Bürger einen Überblick verschaffen und eigene Veranstaltungen melden können. Ebenso gibt es eine Fülle von Vereinen, Chören und Orchestern. Damit bietet Marktheidenfeld den Menschen eine sehr große Vielfalt und zahlreiche Möglichkeiten für die Bürger, den Alltag bunter zu gestalten, Gleichgesinnte zu treffen und Anschluss zu finden.

Die Vielfalt der rund sechzig verschiedenen Vereine ist auf der Homepage der Stadt verzeichnet.[5]

Ebenfalls auf der Homepage der Stadt wird das Angebot für die Jugendlichen beschrieben[6]: „Die zentrale Jugendeinrichtung für die Stadt Marktheidenfeld ist das Jugendzentrum MainHaus. Ergänzend dazu unterstützt die Stadtjugendpflege dezentrale Jugendtreffs in den Stadtteilen. Es gibt frei organisierte Jugendtreffs in den Stadtteilen Altfeld, Marienbrunn, Michelrieth und Glasofen. Vor allem zwei Gründe sprechen für die zusätzliche Einrichtung von dezentralen Jugendtreffs. Zum einen ist es nicht für alle Kinder und Jugendliche möglich, immer das Jugendzentrum in der Kernstadt zu erreichen. Zum anderen sollen die Jugendlichen auch im Stadtteil einen Treffpunkt haben, um die weitgehend intakten generationsübergreifenden Sozialstrukturen dort zu erhalten“. Die letztgenannte Absicht nach weiteren dezentralen Treffs wurde sowohl seitens der Jugendlichen als auch seitens der Senioren genannt und zwar unabhängig voneinander im Kontext mit einem Grün- und Außenraumbezug.

Einen zentralen Ort der lokalen Kultur- und Freizeitarbeit stellt die Stadtbibliothek dar, die aktuell in Stadtrandlage angesiedelt ist und zudem in einem nicht sanierungswürdigen Gebäude firmiert.

Die Bibliotheksfrequenz ist erfreulich hoch. Wie die Bibliotheksleitung ausführt,

- wurde die Bibliothek während der Öffnungszeiten in 2015 von 44.040 Personen besucht
- wurden in 2015 insgesamt 148.877 Ausleihen (inkl. eMedien) gezählt
- lag der Medienbestand in 2015 bei 28.278 Medien (exklusive eMedien)
- kommt durchschnittlich die Hälfte der aktiven Leser aus dem Umland

Die Überlegungen, den Standort der Bibliothek ins Zentrum Marktheidenfelds zu verlegen, ist aus funktionalen Gründen und auf der Basis der erfreulich großen Beliebtheit der Einrichtung ausdrücklich zu begrüßen. Wie es eine Untersuchung von BuB[7] belegt, hat sich der Besucherstrom zu öffentlichen Bibliotheken nach Neu- und Umbau teils sehr stark erhöht. In Neckarsulm wurde nach der Errichtung eines Neubaus eine Steigerung von 37.800 Jahresbesuchern (im letzten Jahr vor der Neuerrichtung) auf 108.000 Jahresbesucher (im ersten Jahr nach der Neuerrichtung) gezählt.

Weitere kultur- und freizeitrelevante Institutionen sind die Bürger-Kultur-Stiftung und das Franck-Haus. Als herausragendes Volksfest ist die Laurenzi-Messe zu nennen.

„Die Bürger-Kultur-Stiftung fördert (so die Homepage der Stadt[8]) und initiiert in der Stadt Marktheidenfeld Projekte aus den Bereichen Kunst und Kultur. Als Gemeinschaftsstiftung will sie zu ehrenamtlichem Engagement und am Gemeinwohl orientiertem Handeln motivieren und damit die Stadt nachhaltig stärken.“

Das Franck-Haus bietet wechselnde Ausstellungen und kulturelle Veranstaltungen im Herzen der Marktheidenfelder Altstadt, wie auf der Homepage der Stadt jederzeit aktuell nachzulesen ist[9].

„Jedes Jahr lockt die in der ganzen Region bekannte Laurenzi-Messe (so die Homepage der Stadt, unter: *http://stadt-marktheidenfeld.de/kultur-tourismus/laurenzi-messe*) täglich viele tausend Besucher nach Marktheidenfeld. Feiern „auf hädefelderisch“ steht auch 2016 bei der 68. Laurenzi-Messe vom 05. bis 15. August 2016 auf

5 http://stadt-marktheidenfeld.de/bildung-soziales/vereinsverzeichnis/vereine-u-vereinigungen

6 http://stadt-marktheidenfeld.de/bildung-soziales/familie-jugend/jugendtreffs:

7 Umlauf, Konrad / Kultur als Standortfaktor: Öffentliche Bibliotheken als Frequenzbringer / Berlin: Institut für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin, 2008 / (Berliner Handreichungen zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft; 245) 61 Seiten, ISSN 14 38-76 62 / hierin S. 23

8 http://stadt-marktheidenfeld.de/kultur-tourismus/burger-kultur-stiftung

9 http://stadt-marktheidenfeld.de/kultur-tourismus/ausstellungen-im-franck-haus

dem Programm. Mittelpunkt der Laurenzi-Messe ist das große Festzelt auf der Martinswiese, der riesige Biergarten mit Blick auf den Main, ein gemütliches Weindorf direkt am Main-Radweg und natürlich der große Vergnügungspark, der für Jung und Alt viele Attraktionen bereit hält."

FAZIT

Marktheidenfeld bietet seinen Bürgerinnen und Bürgern eine sehr große Vielfalt und zahlreiche Möglichkeiten den Alltag zu gestalten, Gleichgesinnte zu treffen und Anschluss zu finden. Diese herausragende Qualität der Stadt muss als wesentlicher Standortfaktor Marktheidenfelds weiter erhalten, gepflegt und ausgebaut werden. Insbesondere die Absicht der Stadt, die Stadtbibliothek als Neubau und als zentral gelegene Funktion in der Altstadt zu etablieren, wird ausdrücklich begrüßt.

2.9 VERKEHR

VERKEHRSANBINDUNG

Marktheidenfeld ist gut an das regionale und überregionale Verkehrsnetz angeschlossen. Durch die Stadt verläuft die Bundesstraße 8 und schließt östlich in rd. 37 km an die Stadt Würzburg an. Diese überregionale Verkehrsachse überquert im Stadtgebiet Marktheidenfeld auf der alten Mainbrücke den Main.

In 7 km südlicher Entfernung verläuft die A 3 mit der Anschlussstelle Markheidenfeld, erreichbar über die B 8. Von hier aus sind in rd. 90 km die Stadt Frankfurt, Würzburg in etwa 47 km sowie andere Fernziele schnell zu erreichen.

In nördlicher Richtung ist Lohr am Main über die St 2315 in 20 km Entfernung gelegen. Nordwestlich ist Karlstadt über die St 2438 in etwa gleicher Distanz angebunden. Um die Innenstadt künftig als Umgehungsstraße der Autobahn zu entlasten, entsteht durch den halbseitigen Nord- und Südring und die neue Mainbrücke eine zusammenhängende Ortsumfahrung. Im Zuge dessen wird es zu Umbenennungen und Umstufungen von Bundes-, Staats- und Kreisstraßen kommen.

1881 wurde Marktheidenfeld an die Bahnnebenstrecke Lohr-Wertheim angebunden. Die eigentliche Bahnstrecke verläuft zwischen Karlstadt, Gemünden und Lohr über Würzburg und Aschaffenburg, nach Nürnberg und Frankfurt. Zwischen 1976 und 1991 wurde die Nebenstrecke nach Markheidenfeld schrittweise stillgelegt. Seitdem besitzt die Stadt keinen Bahnanschluss mehr.

Aufgrund des fehlenden Bahnnetzanschlusses gewinnt der öffentliche Personennahverkehr für die Bürger immens an Bedeutung. Die Stadt ist in das Streckennetz der Main-Spessart-Nahverkehrsgesellschaft eingebunden. Im Stadtverkehr gibt es zwei Linien mit einer Südschleife (Fahrtdauer 20 Minuten) und einer Nordschleife (Fahrtdauer 29 Minuten), welche stündlich Montag bis Freitag von 07.00 Uhr bis 19.00 Uhr und Samstag von 08.00 Uhr bis 16.00 Uhr verkehren. Weiterhin gibt es Routen nach Bischbrunn, Böttigheim, Karlstadt, Lohr am Main, Schollbrunn, Wertheim, Würzburg und Zellingen. Zu besonderen Anlässen wie der Laurenzi-Messe gibt es einen gesonderten Busfahrplan. An Fernradwege und Radwanderwege wie den Main-Radweg oder den Main-Tauber-Fränkischer-Radachter ist Marktheidenfeld ebenfalls gut angebunden.

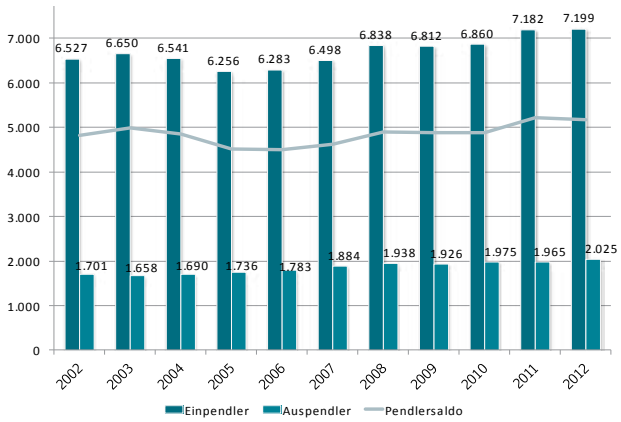
STRASSENNETZ UND STRASSENKATEGORIE

Zu den innerörtlichen Hauptverkehrsstraßen in Marktheidenfeld gehört die B 8, der Äußere, der Nord- und der Südring und die St 2299. Dies sind gleichzeitig auch die am häufigsten genutzten Verbindungen an das überregionale Straßennetz. Auf diese Weise gelingt es, die Innenstadt durch den leistungsfähigen Tangentenring verkehrsberuhigt zu halten und den Verkehr um die Innenstadt herum zu leiten. Die Innenstadt Marktheidenfelds wird nach Westen vom Main, nach Norden und Osten von der B8 (Luitpoldstraße) begrenzt. Im Süden schließt sie an der Unteren Allee, an der Stadtmauer und der Mitteltorstraße ab. Den oben genannten Straßen werden nach der Richtlinie für integrierte Netzgestaltung (RIN 2008) die Kategoriengruppe VS für anbaufreie Hauptverkehrsstraßen und in die Kategorieengruppe HS für angebaute Hauptverkehrsstraßen zugeordnet. Dies ist von hoher Bedeutung für die Verteilung des fließenden Kfz-Verkehrs und die damit verbundene Straßenraumgestaltung. Das staatliche Bauamt in Würzburg ist für alle klassifizierten Straßen in Marktheidenfeld (Bundes-, Staats- und Kreisstraßen) zuständig. Erschlossen wird die Altstadt im Norden durch die untere Brückenstraße. Von Osten her sind es die Petzoltstraße, Kolpingstraße, Bronnbacher Straße, Am Rathaus, Mitteltorstraße und von Süden her die Untertorstraße.

VERKEHRSBELASTUNGEN

Wie die Entwicklung des Pendlersaldos von Marktheidenfeld zeigt, ist die Zahl der Ein- und Auspendler im Jahr 2012 mit rund 9.000 Pendlern auf ein neues Maximum gestiegen.

ENTWICKLUNG PENDLERSALDO IN MARKTHEIDENFELD VON 2002 - 2012



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2014. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014.

Das bedeutet für eine Stadt ohne Bahnanschluss, dass der überwiegende Teil der Pendler den eigenen Pkw für den Weg zur Arbeit nutzt. Das hat wiederum ein erhöhtes Verkehrsaufkommen zur Folge, wie es im Bild der im Fünf-Jahres-Rhythmus bundesweit durchgeführten amtlichen Straßenverkehrszählungen für das Jahr 2010 abgebildet ist.

Auf der Bundestraße 8 ist am Kreuz zur St 2299 Richtung Würzburg mit 10.234 Kfz/24h in Marktheidenfeld die höchste durchschnittliche tägliche Verkehrsstärke (DTV) zu verzeichnen. Die Menge an Schwerverkehr beträgt 278 Kfz/24h. Die höchsten Belastungen des Schwerverkehrs wurden auf der B 8 in Richtung der A 3 mit 648 Kfz/24h und auf der Mainbrücke mit 500 Kfz/24h gemessen. Die Zahlen des Kfz-Gesamtverkehrs sind an beiden Messungsstellen mit 7.983 Kfz/24h und 7.802 Kfz/24h ebenfalls vergleichsweise hoch. Dies ist insofern bedenklich, dass die alte Mainbrücke demnächst saniert werden soll. Immer wieder blieben in den vergangenen Jahren Schiffe an den Pfeilern der Brücke hängen, da sie schneller als die Flussströmung fahren müssen um manövrierfähig zu bleiben aber die Fahrrinne zugleich sehr schmal ist. Für die Sanierung wird die gesamte Brücke für vermutlich drei Jahre gesperrt werden.

Verkehrsmengenkarte für das Jahr 2010 (Kfz/24h) Zahlen: oben Kfz-Gesamtverkehr, unten Schwerverkehr.

Quelle: http://www.baysis.bayern.de/download (15.04.2014), Basis OSM.

Derzeit werden durch das Wasser- und Schiffahrtsamt, das staatliche Bauamt und den Stadtrat Markheidenfelds Möglichkeiten und Optionen abgestimmt. Die Stadt wird sich im Zuge der Sanierung, deren Kosten sich voraussichtlich auf ca. 10 Mio. € belaufen werden, mit 120.000€ für die Treppe zum Mainkai und die Straßenbeleuchtung beteiligen. Auf der St 2315 Richtung Lohr ist die DTV mit 9.577 Kfz/24h und 449 Kfz/24h Schwerverkehr ebenfalls sehr hoch. Ähnlich ist es auf der Nordringstraße St 2299 mit einer DTV von 9.420 Kfz/24h und 334 Kfz/24h Schwerverkehr. Die Richtungen, die im Vergleich weniger Häufig frequentiert werden, sind die St 2312 Richtung Aschaffenburg, die St 2299 Richtung Karlstadt und die MSP 45 Richtung Retzbach-Zellingen.

RUHENDER VERKEHR

Mit 16 verschiedenen Parkplätzen ist das Angebot für Besucher, Kunden und Beschäftigte in Marktheidenfeld sehr groß. Dennoch gelingt es, die Altstadt von Autos relativ frei zu halten, indem dort nur ein Parkplatz westlich hinter dem Rathaus von mittlerer Größe liegt, mit 250 Stellplätzen, teils ebenerdig, teils in Tiefgarage.

Anbindung der Stadt Marktheidenfeld an das überregionale Strassennetz

Quelle: http://stadt-marktheidenfeld.de/page2/leben/einkaufen/parkplatze (13.06.2014)

Einige Parkplätze in der Stadt sind kostenfrei und zeitlich nicht begrenzt. Hierzu zählen der Parkplatz am Sportzentrum (P 16), Lengfurter Straße (P 11) und am alten Schwimmbad (P 10). Weiterhin folgen sehr viele Parkplätze mit Parkscheibe und zeitlicher Begrenzung wie der Parkplatz am Äußeren Ring (P 15), E-Center (P 13), Neuer Friedhof (P 12), Baumhofstraße/Echterstraße (P 7), Altes Spital (P 6), Brückenparkplatz (P 2 mit 0,9 ha), Martinswiese (P 1), Mainkai (P 9), Alter Festplatz (P 3) und Lohrgraben (P 5). Kostenpflichtige Parkplätze mit

maximaler Parkdauer sind der Parkplatz Luitpoldstraße (P 8) und Rathaus (P 4).

Der Parkplatz am Lohrgraben (P 5) soll gemäß Flächennutzungsplanänderung aus dem Jahr 1999 um 0,3 ha erweitert werden. Die bereits vorhandenen Senkrechtstellplätze werden um zwei Reihen ergänzt, was einen Zugewinn von etwa 110 Stellplätzen im Kernstadtbereich ermöglicht.

An der Ecke Baumhofstraße/Am Maradies wird ebenfalls ein neuer Parkplatz (P 14 mit 0,6 ha) für die Firma Braun eingerichtet. Für besondere Anlässe wie der Laurenzi-Messe im August, werden zusätzliche Parkplätze ausgewiesen.

Im Jahr 2013 wurde in der Kirchgasse im Zuge einer Sanierung ein Betonpflasterstreifen in das Kopfsteinpflaster eingebaut, um Kinderwagen und Rollatoren die Fortbewegung zu erleichtern. In der Hofgasse wurde in 2014 dieselbe Maßnahme erfolgreich durchgeführt.

RAD- UND FUSSGÄNGERVERKEHR

In der Altstadt Marktheidenfelds ist zu geringen Teilen eine Fußgängerzone eingerichtet; diese schließt den Marktplatz, die Wagnergasse und die Hofgasse ein. Zum verkehrsberuhigten Bereich gehören Obertorstraße, Mitteltorstraße, Untertorstraße, Teile der Bronnbacher Straße, Herrngasse, Fahrgasse und weitere Gässchen der historischen Altstadt.

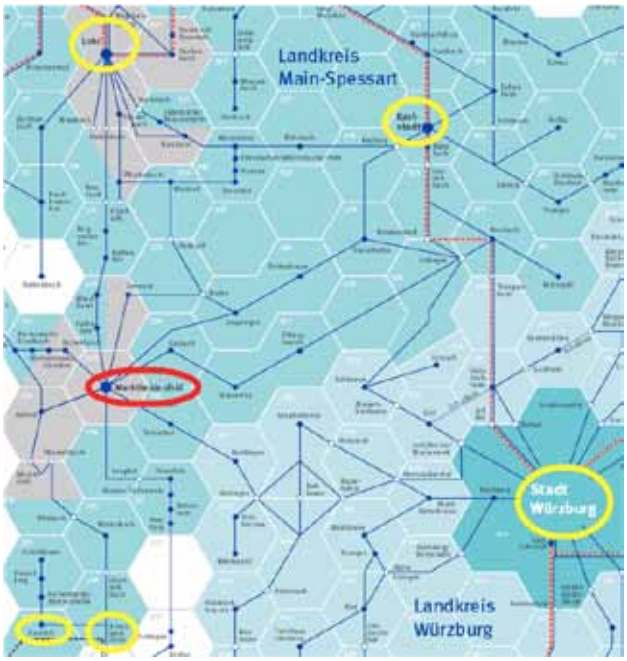
Fehlender Radweg auf der Alten Mainbrücke

Quelle: http://i1.ytimg.com/vi/-7BqtQNZyE0/maxresdefault.jpg (13.06.2014)

BAHNANBINDUNG

Da Marktheidenfeld seit den 1980er Jahren keinen eigenen Bahnhof mehr hat, muss für den Anschluss an den DB Fernverkehr zunächst der Bus genutzt werden. Die nächsten Anschlussstellen sind Lohr mit mindestens 30-45 Minuten Fahrzeit und Karlstadt mit rund 20 Minuten. Ebenso sind Hasloch in etwa 35 Minuten, Wertheim in mindestens 45 Minuten und Würzburg in rund 40-55 Minuten erreichbar. Der Verbund ist der Verkehrsunternehmens-Verbund Mainfranken GmbH.

Einzugsgebiet des Stadtzentrums innerhalb von einem Kilometer Luftlinie



Quelle: http://www.vvm-in-fo.de/vvm/media/files/msp_erweiterung_/Wabenplan_Web_14062013.pdf (13.06.2014)

Die Mobilität der Bewohnerinnen und Bewohner Marktheidenfelds ist nahezu ausschließlich auf das Kfz ausgerichtet. Für Bewohnerinnen und Bewohner, die kein Kfz besitzen, muss das ÖPNV-Angebot verbessert werden, sowohl innerhalb der Stadt wie zwischen der Kernstadt und den Ortsteilen und auch in der Anbindung an die Region. Für die Anbindung der Ortsteile an die Kernstadt und die Anbindung Marktheidenfelds an die Region ist die Abhängigkeit von einem zur Verfügung stehenden Kfz sehr groß und führt angesichts des mangelhaften ÖPNV-Angebots zum Ausschluss von der sozialen und kulturellen Teilhabe der Bewohnerinnen und Bewohner ohne eigenes Kfz.

Für den Bereich der Kernstadt umfassen die Verbesserungsvorschläge a) den Verlauf der beiden vorhandenen Ringstrecken, b) die Lage und Zahl der eingerichteten Haltestellen und c) die Taktung der Frequenz einerseits in ihrer Dichte im Tagesbetrieb und andererseits das fehlende Angebot in den Abendstunden und am Wochenende. Alle drei Faktoren sollten kritisch geprüft werden und eine Optimierung erfahren.

2.10 STÄDTEBAU UND STADTGESTALT

Die gewachsene Struktur Marktheidenfelds ist charakterisiert durch einige Wesenszüge:

- die Lage am Main und das unverbaute Mainufer mit direktem Zugang und Sichtbezug zur Wasserfläche,
- die umgebende Topographie mit den östlichen Spessartausläufern, dem Kreuzberg im Südosten, dem Dillberg im Süden und dem Flusstal des Main,
- die kompakte Anlage der Altstadt mit der klaren Erschließungsstruktur von zentraler Hauptachse (Untertorstraße, Marktplatz, Obertorstraße) und den davon winklig abgehenden Seitensträßchen und Gassen,
- die Alte Mainbrücke als die historische Anbindung auf das westliche Mainufer mit Anschluss an die zentrale Erschließungsfunktion der Luitpoldstraße,
- die Neue Mainbrücke mit Anbindung an den so genannten „Äußeren Ring“,
- die Einmündung des Erlenbach in den Main und den Verlauf des Lohgrabens, südlich der Altstadt,
- die in ihrem Verlauf vollständig erhaltene und in ihrer physischen Erscheinung nahezu vollständig erhaltenen Stadtmauer,
- die kompakt bebaute Altstadt, eingefasst und räumlich markiert durch den „Inneren Ring“,
- die funktionsgemischte kompakte Altstadtbebauung, in der charakteristischen Dichte und Kleinteiligkeit, mit aller denkbaren Funktionsvielfalt, mit etlichen sanierten Gebäuden und mit einer Vielzahl von Gebäuden, die noch zu sanieren oder zu modernisieren sind,
- die Erweiterungsquartiere der Gründerzeit, des frühen 20.Jh., der Zwischenkriegszeit und der Nachkriegszeit zwischen „Innerem Ring“ und „Äußerem Ring“,
- die von gewerblicher Produktion geprägten Areale außerhalb des Äußeren Rings,
- die Luitpoldstraße als breites und wichtigstes innerörtliches Verkehrsband und gleichzeitig als räumliche und funktionale Zäsur und Barriere zwischen der Altstadt und den Erweiterungsquartieren des 19. und 20. Jahrhunderts.

Die zu Marktheidenfeld gehörenden Ortsteile Altfeld, Glasofen, Marienbrunn, Michelrieth, Oberwittbach und Zimmern haben keinen direkten baulich-räumlichen Bezug zur Kernstadt Marktheidenfelds.

Lediglich der Ortsteil Zimmern liegt auch im Maintal, alle anderen Ortsteile liegen ‚abseits‘ des Main oder gar jenseits der Autobahn.

Insbesondere der Ortsteil Altfeld spielt eine besondere Rolle für die Gesamtstadt. Denn die Lage Altfelds an der Autobahnanschlussstelle Marktheidenfeld hat im Gewerbegebiet Altfeld eine extrem erfolgreiche und prosperierende Gewerbeflächenausweisung und in der Folge davon eine sehr erfolgreiche Gewerbeansiedlung möglich gemacht.

In der Kernstadt stechen zwei wichtige Areale besonders hervor, zum einen das Kaufhaus Udo Lermann und zum anderen das ehemalige Mälzereiareal.

Das Kaufhaus Udo Lermann prägt durch seine schiere Größe das Zentrum Marktheidenfelds; zum einen ist es die imposante Gebäudehöhe an der Ortsdurchfahrt (Luitpoldstraße) wie es auch durch die zahlreichen dazugehörenden Flächen und Liegenschaften zwischen Luitpoldstraße und Alter Festplatz sowie zwischen Baumhofstraße und Ludwigstraße hervorsticht.

Die zahlreichen Gebäude, Gebäudeteile, Grundstücke und Zwischenräume des gesamten Kaufhausareals Udo Lermann zeigen sich in einer inhomogen gewachsenen Struktur und erfordern eine Neustrukturierung und Neuordnung im Sinne einer funktionalen und ästhetischen Aufwertung der Einbindung in die umgebende Bebauungsstruktur.

Das ehemalige Mälzereiareal wurde vor wenigen Jahren neu geordnet und fungiert heute nach Abriss der vormaligen Gebäude (Mälzerei, Rathaus) als zentrale Versorgungseinrichtung mit Dienstleistungs- und Handelsangeboten, mit dem Sitz der kommunalen Verwaltung und mit zahlreichen Parkplätzen und Tiefgaragenstellplätzen.

Es gibt in Marktheidenfeld eine große Nachfrage nach (bezahlbarem) Baugrund und nach günstigen Mietwohnungen. Gleichzeitig gibt es eine Reihe von innerörtlich gelegenen Potenzialflächen; hierbei handelt es sich um unbebaute Ackerflächen, unbebaute Liegenschaften in bereits erschlossenen Wohnquartieren, unbebaute Gartengrundstücke neben bestehenden Wohngebäuden und um Flächen, die als Abstandsgrün zwischen Geschosswohnungsbauten so großzügig konzipiert wurden, dass sie ein Potenzial zur Nachverdichtung aufweisen. All diese Flächen sind ungenutzt und müssten aktiviert werden.

Im Kontext der Geschosswohnungsbauten der drei in Marktheidenfeld tätigen Wohnungsbaugesellschaften/-genossenschaften (Gemeinnützige Baugenossenschaft

Heimstättenwerk e.G. / St.-Bruno-Werk, Wohngenossenschaft im Bistum Würzburg / GBW Franken GmbH) gibt es aktive Sanierungs- und Modernisierungstätigkeit; gleichwohl muss konstatiert werden, dass zahlreiche Geschosswohnungsbauten und das dazugehörende Wohnumfeld noch nicht modernisiert oder saniert wurden (Dach / Fassade / Fenster / Zugänge / Balkonanlagen / Parkierungsanlagen / Müll-, Fahrrad- und Kinderwagenabstellplätze / Grün- und Freiflächen, etc.).

GRADLSTRASSE, Sanierungsbedarf, Strassenraum- und Wohnumfeldaufwertung

Quelle: Umbaustadt, 2016.

SCHEERGELÄNDE, Nachverdichtungspotenzial

Quelle: Umbaustadt, 2016.

Die Stadt Marktheidenfeld verfügt über eine Reihe von Reserveflächen, die alle kurz- bis mittelfristig aktiviert werden könnten. Hierzu ist der Alte Festplatz zu zählen, der momentan als Parkplatz genutzt wird; diese Fläche stellt ein großes Potenzial dar, da auf dieser zusammenhängenden Fläche von rund 7.000 m² eine große Baumaßnahme realisiert werden könnte. Auch die Liegenschaft an der Ecke Ludwigstraße / Äußerer Ring (derzeit Standort der Stadtbibliothek) stellt mit rund 5.400 m² ein Potenzial für eine Baumaßnahme größeren Umfangs dar. Das in der Altstadt gelegene Areal um die Schmiedsecke stellt den wertvollsten Baustein der Marktheidenfelder Potenzialflächen dar, da hier in Ergänzung des vorhandenen innerstädtischen Funktionsangebots mit der Neuansiedlung der Stadtbibliothek eine frequenzsteigernde Maßnahme / Funktion ins Herz der Stadt eingefügt werden kann.

SÜDRING, Aufwertung Garagenhöfe

Quelle: Umbaustadt, 2016.

FRANKENSTRASSE, Aufwertung Wohnumfeld, Lärmschutz

Quelle: Umbaustadt, 2016.

ÄUSSERER RING, Sanierung und Nachverdichtungspotenzial

Quelle: Umbaustadt, 2016.

2.11 ÖKOLOGIE UND LANDSCHAFT

Insbesondere die Lage Marktheidenfelds am Main und die Prägung der Stadt durch die Lage im Flusstal geben Anlass, die Ökologie und die Landschaft zu würdigen.

Ursprünglich als Fischerort gegründet, hat die Fischerei in der Stadt am Main heute keine wirtschaftliche aber noch symbolische und kulturelle Bedeutung (Fischer- und Schifferzunft). Der Main spielt eine wichtige Rolle im Bewusstsein der Bürgerinnen und Bürger. Marktheidenfeld ist die einzige Stadt am Main, die bis heute auf bauliche Maßnahmen am Mainufer zu Hochwasserschutzzwecken bewusst verzichtet hat. Somit ist ein Erleben des Flussraums unmittelbar möglich und das Bewusstsein für den Fluss als Lebensraum lebendig.

Die Bedeutung des Flusses für die Stadt spiegelt sich auch in der Schifffahrt. Für den umweltfreundlichen Transport von Massengütern sind die Wasserwege von großer Bedeutung. Wo irgend möglich und sinnvoll, kann und sollte zukünftig seitens der großen Produktionsbetriebe in Marktheidenfeld wieder verstärkt die Nutzung der Wasserwege erwogen werden, zumal Marktheidenfeld nicht über einen Bahnanschluss verfügt, sondern vorrangig den vorhandenen Anschluss an das Deutsche Bundesfernstraßennetz nutzt.

Aber auch die weiße Flotte mit rund 100 Anlandungen in Marktheidenfeld pro Jahr stellt einen ökologisch wertvollen Anteil am gesamten Tourismusaufkommen der Stadt dar.

Der weiche Standortfaktor der Naherholungsräume ist für die Stadt Marktheidenfeld von großer Bedeutung. Hierzu zählen der Flußraum des Main sowohl als Wasserfläche wie auch die Uferbereiche (für Wassersport- und Freizeitaktivitäten, für Angler, Camper, Wanderer und Radwanderer, Personenschifffahrt) und der nahe gelegene Spessart (als attraktives Mittelgebirge mit zahlreichen geographischen, kulturellen und touristischen Kristallisationspunkten), die in ihrer Zugänglichkeit und Struktur langfristig geschützt und stabilisiert werden müssen.

Die klassischen Formen der kulturlandschaftlichen Nutzung und Bewirtschaftung von Wald (über 780 ha, ca. 25 % des Stadtgebiets) und Flur spielen in Marktheidenfeld ökonomisch keine herausragende Rolle.

In der Durchforstung und in der Verjüngungsnutzung wird nur soviel Holz geerntet wie nachhaltig zuwächst. Damit wird die dauernde Erhaltung der Wälder ebenso wie die Versorgung der Bevölkerung mit dem nachwachsenden ökologisch wertvollen Rohstoff (Bauholz, Papierholz und Industrieholz) und dem CO2-neutralen Brennstoff Holz gewährleistet, so die Eigenaussage der Stadt Marktheidenfeld.

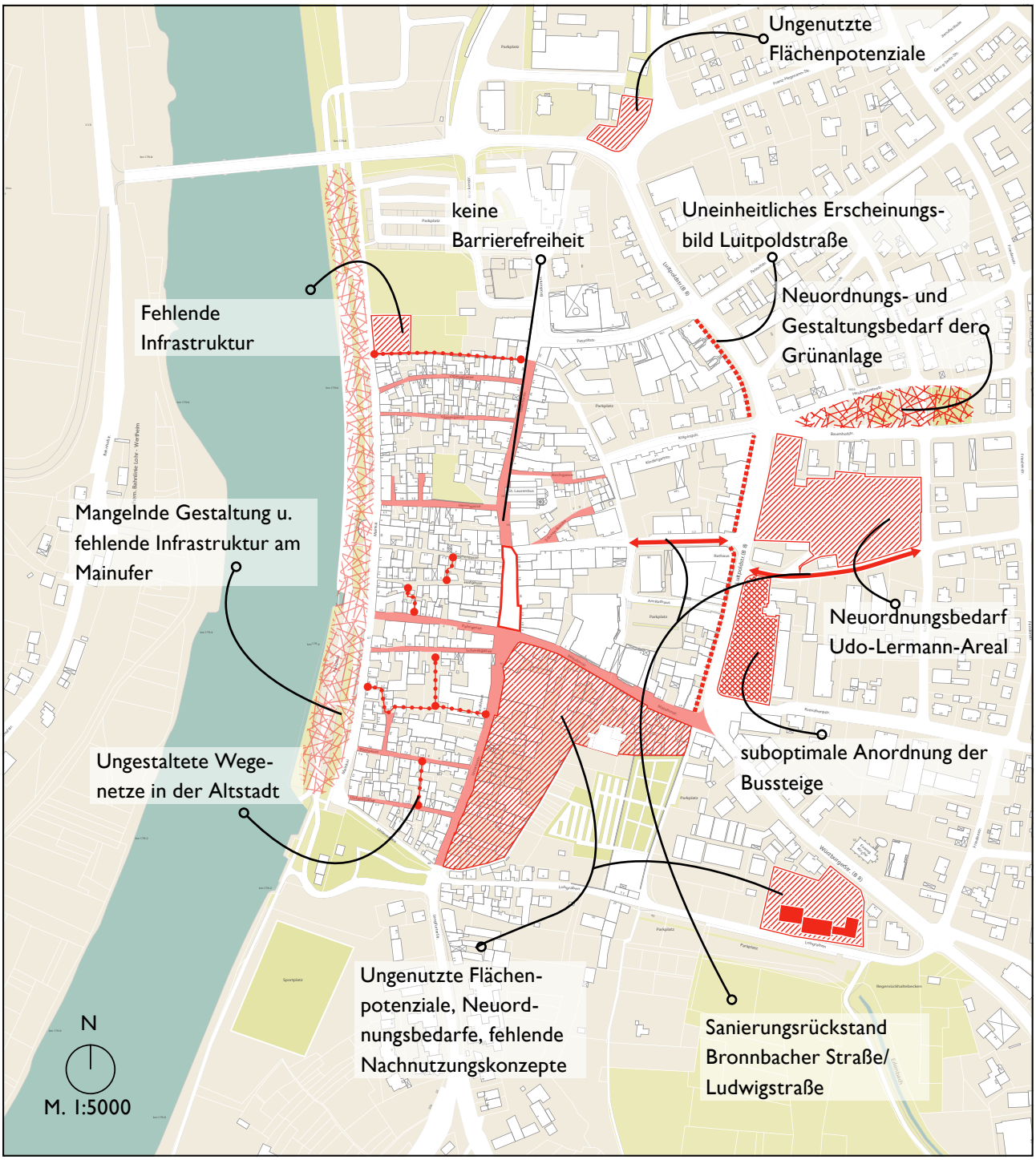
Auch gibt es noch geringfügig Weinbau auf Marktheidenfelder Gemarkungen, was vorrangig einen wertvollen Baustein zur lokalen Identität darstellt.

Innerhalb der Kernstadt von Marktheidenfeld sind nur wenige Grünflächen vorhanden. Angesichts der Größe der Stadt und angesichts des unmittelbar und in geringer Entfernung zugänglichen Mainufers und zum weiteren umgebenden Natur- und Naherholungsraum wird dies in keiner Weise als ein Mangel empfunden. Der Ausgestaltung und Ausstattung des Mainufers kommt in diesem Kontext jedoch eine umso größere Bedeutung zu. Die für die zukünftige Mainufergestaltung vom Rat der Stadt bereits beschlossene Konzeption belegt dies mit Nachdruck.

Der Bereich zwischen Dillberg und südlicher Siedlungskante der Kernstadt, parallel zum Verlauf des Erlenbachs, wurde in den letzten Jahren als eine Frischluftschneise zwischen offenem Landschaftsraum und Stadtkern von Bebauung bewusst freigehalten.

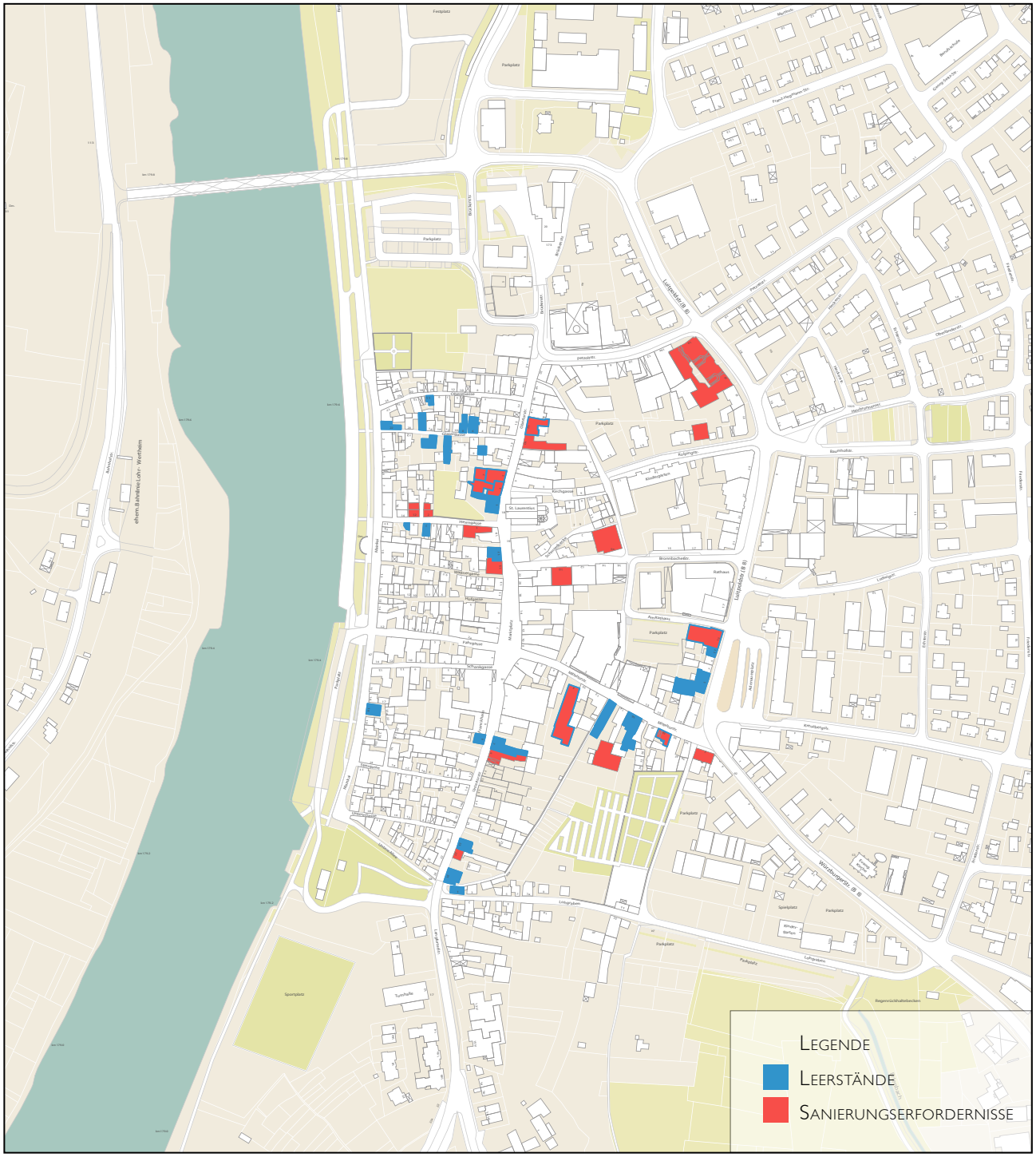
3 ZUSAMMENFASSENDE DARSTELLUNG DER DEFIZITE, GEFAHREN, QUALITÄTEN UND POTENZIALE

Defizite im öffentlichen Raum



Quelle: UmbauStadt, 2016.

Sanierungserfordernisse und Leerstände



Quelle: UmbauStadt, 2016.

3.1 DEFIZITE, GEFAHREN, PLANUNGS- UND SANIERUNGSANLÄSSE

Aus der Bestandaufnahme und Analyse ergeben sich folgende Mängel und Missstände:

LEERSTÄNDE IN GEBÄUDEN

Die Quote der Leerstände ist gering aber bereits spürbar, partiell sogar deutlich spürbar; so ist der Bereich der Obertorstraße besonders betroffen und auch am Marktplatz schmerzen vorhandene Leerstände/ häufig wechselnde Ladennutzungen besonders. Diese Tendenzen zu überwinden muss das Ziel der Stadtentwicklung sein. Neue und zusätzliche Anordnung von kommunalen Einrichtungen in zentraler Lage können die zurückgehende Frequenz der Innenstadt wieder anheben.

SANIERUNGSDEFIZITE

Trotz jahrzehntelanger Sanierungstätigkeit weist die Altstadt Marktheidenfelds zahlreiche Liegenschaften auf, an denen Sanierungsdefizite deutlich erkennbar sind. Die wertvolle Substanz der Altstadt instand zu halten ist eine niemals endende Herausforderung.

SCHMIEDSECKE

Insbesondere die unbebaute Liegenschaft Schmiedsecke stellt für die Entwicklung der Innenstadt ein großes Potenzial dar.

LÄHMUNG

Ungeklärte und prekäre bauliche Situationen wirken sich negativ auf die jeweilige Liegenschaft und das Umfeld aus. Ob Leerstand, Sanierungsfall oder ungeklärte Nutzung/Nutzungsfortführung (z.B. nach Eigentümerwechsel), in allen diesen Fällen sollte möglichst rasch eine neue tragfähige Entwicklungsperspektive aufgezeigt werden.

SANIERUNGSTÄTIGKEIT / FÖRDERKULISSE

Nach jahrelanger erfolgreicher Sanierungstätigkeit ist diese mit Auslaufen der bisherigen Förderkulisse in Stagnation geraten. Der Übergang zur zukünftigen Förderkulisse muss wieder hergestellt werden.

ÖFFENTLICHER RAUM

Sowohl strukturell in baulich-räumlicher Sicht wie auch funktional weist die Innenstadt Defizite auf, die über bauliche Ergänzungen und über Anpassungsmaßnahmen oder Ausstattungsverbesserungen gemildert oder behoben werden können.

NEUORDNUNG / ARRONDIERUNG

In der Innenstadt existieren Teilbereiche, die einen hohen Neuordnungs- und Arrondierungsbedarf zeigen, z.B. Herrngasse 2/12 oder Areale Kaufhaus Udo Lermann. Sämtliche Areale dieser Art müssen sorgfältig und tatkräftig entwickelt und angepasst werden, um eine Harmonisierung des Stadtkörpers zu generieren.

BARRIERE LUITPOLDSTRASSE

Das innerstädtische zentrale Verkehrsband der Luitpoldstraße wird zwischen Altstadt und angrenzenden Quartieren als Barriere empfunden. Die Überwindung dieser Barriere ist eine zentrale Herausforderung für die zukünftige Stadtentwicklung.

ALTE MAINBRÜCKE

Die anstehende Sanierung der Alten Mainbrücke stellt für die Erreichbarkeit und Zugänglichkeit der Innenstadt für einen Zeitraum von voraussichtlich drei Jahren eine tiefgreifende Veränderung der Voraussetzungen dar. Für diesen Zeitraum muss strategisch Vorsorge getroffen werden.

NEGATIVE INNENWAHRNEHMUNG

Trotz langer Geschichte, weitgehend stabilen allgemeinen Verhältnissen und einer prosperierenden Wirtschaftskraft ist die Eigenwahrnehmung der Stadt in den Köpfen der Bürgerinnen und Bürger bescheiden bis negativ. Die Potenziale der eigenen Stadt in der Wahrnehmung der Bürgerinnen und Bürger besser zu vermitteln muss das Ziel der zukünftigen Stadtentwicklung sein.

3.2 QUALITÄTEN, POTENZIALE UND HANDLUNGSANSÄTZE

Aus der Bestandsaufnahme und Analyse ergeben sich folgende Qualitäten und Potenziale:

STADT AM FLUSS

Die Lage der Stadt am Fluss und das unbebaute Mainufer charakterisieren die Stadt und geben Marktheidenfeld ein unverwechselbares einmaliges Gepräge. Dies zu erhalten und zu schützen, dauerhaft zu pflegen und nachhaltig zu entwickeln muss die zukünftige Stadtentwicklung leisten.

ALTSTADT

Die historisch gewachsene Altstadt bietet eine wertvolle und authentische Grundlage und Kulisse. Diese in Struktur und Gestalt zu erhalten muss das Ziel der zukünftigen Altstadtsanierung sein.

GESCHICHTE

Die gewachsene Geschichte der Stadt (baulich strukturell und historisch chronologisch) kann und soll im Bewusstsein der Bürgerinnen und Bürger zur Steigerung der Selbstwahrnehmung besser verankert werden.

KULTUR

Die Stadt verfügt über ein großes kulturelles Potenzial, das im Sinne des Erhalts und der Steigerung der positiven Außenwahrnehmung gepflegt und ausgebaut werden kann.

VERSORGUNG

Die Stadt verfügt über eine in allen Bereichen gute Versorgungslage. Sowohl am Arbeitsmarkt wie beim Einzelhandels- und Bildungsangebot und auch in der allgemeinen Daseinsvorsorge werden alle notwendigen Bedarfe am Ort gedeckt. Die weichen Standortfaktoren der Stadt weiterhin auf hohem Niveau zu erhalten und auszubauen muss das Ziel der zukünftigen Stadtentwicklung sein.

POTENZIALFLÄCHEN

Marktheidenfeld verfügt über eine Reihe an Potenzialflächen (Gebäude und Grundstücke), deren weitere Entwicklung sorgfältig zu gestalten ist. Zum einen sind im Kontext vieler unterschiedlich großer Liegenschaften Nachverdichtungen und Neubebauungen sinnvoll und zukunftsträchtig, zum anderen werden (teils große) Vorhalteflächen aktuell von Bebauung freigehalten, um auf zukünftige Flächenbedarfe reagieren zu können. Kommunale Angebote (wie z.B. die Stadtbibliothek) in das Zentrum der Kernstadt zu legen oder verstärkt günstigen Wohnungsbau zu betreiben attraktiviert und belebt Marktheidenfeld.

GÄSTEKULTUR

Der hohe Auslastungsgrad der Übernachtungsbetriebe ist Ausweis der Attraktivität der Stadt für Gäste und Partner der Stadt. Der Ausbau zusätzlicher Übernachtungskapazitäten und die weitere Qualifizierung vorhandener Angebote wird die Attraktivität des Standorts weiter steigern.

Soweit eine zusammenfassende Darstellung der wesentlichen Qualitäten und Potenziale.

3.3 KONKRETE DEFIZITE UND GEFAHREN

Im folgenden Abschnitt werden die erkannten Defizite und Gefahren benannt, ausdifferenziert nach den folgenden neun Handlungsfeldern:

- Kommunikation und Marke
- Arbeit, Wirtschaft, Tourismus
- Bildung
- Soziales
- Wohnen
- Kultur und Freizeit
- Verkehr
- Stadtgestalt / Innenstadt
- Landschaft

Die Unterscheidung dieser neun Handlungsfelder findet sich auch in den folgenden Kapiteln.

KOMMUNIKATION UND MARKE

- Marktheidenfeld verfügt nicht über eine Symbolfigur, die zur Identifikation mit der Stadt beitragen könnte
- in der Bewohnerschaft ist eine wenig selbstbewusste, teils negative Selbstwahrnehmung der ‚eigenen' Stadt feststellbar
- die internationale Bedeutung Marktheidenfelds wird in der Stadt nicht wahrgenommen
- es gibt in Marktheidenfeld keine Koordinierung der Innenstadtmaßnahmen als Person/Stelle

ARBEIT, WIRTSCHAFT, TOURISMUS

- es gibt in Marktheidenfeld keine Koordinierung und Strategie zur erfolgreichen und nachhaltigen Entwicklung des eigentümergeführten und kleinteiligen dezentralen Einzelhandels
- im Einzelhandel sind fehlende Services zu beklagen
- die Ladenöffnungszeiten in der Kernstadt sind nicht einheitlich gestaltet
- es existieren im Kern der Altstadt unter- und fehlgenutzte Gebäude
- in der Stadt auftretende Geschäftsflächen-Leerstände müssen als ein Zeichen mangelnder Wettbewerbsfähigkeit gesehen werden
- es existieren in der Kernstadt keine Magnetbetriebe im Einzelhandel
- in der Innenstadt ist eine zurückgehende Passantenfrequenz zu konstatieren
- es ist ein hoher Anteil an Leiharbeitern und an befristeten Beschäftigungsverhältnissen zu konstatieren
- im Hotel- und Gaststättengewerbe entspricht der Standard der Services nicht immer den Ansprüchen internationaler Gäste

BILDUNG

- die Mittelschule klagt über Raumknappheit
- die Schulgebäude in Marktheidenfeld werden durch den Kreis nur schleppend saniert
- die Erreichbarkeit der Bildungseinrichtungen (FOS, VHS, etc.) aus der Region und insbesondere in den Abendstunden mit dem ÖPNV ist unzureichend, teils nicht gegeben
- es sind an der FOS/BOS (heute 362 Schüler) tendenziell sinkende Schülerzahlen zu konstatieren
- der Standort der Stadtbibliothek am Äußeren Ring ist nur mangelhaft in der Kernstadt integriert; der bauliche Zustand des Bibliotheksgebäudes ist nicht sanierungswürdig

SOZIALES

- der öffentliche Raum ist nicht barrierefrei oder barrierearm gestaltet/ausgestattet (Rollatortauglichkeit, Rollstuhltauglichkeit, Lesbarkeit öffentlicher Beschilderungen)
- das ÖPNV-Angebot ist nicht behinderten- und seniorentauglich
- es gibt zu wenig Grünräume und Treffpunkte für Jugendliche und Senioren
- die ÖPNV-Tarife sind unerschwinglich teuer (14,50 Euro nach Würzburg)
- der Busbahnhof am Adenauer-Platz wird von Teilen der Bevölkerung als negativ besetzter Raum begriffen
- es gibt in Marktheidenfeld einen relativ hohen Anteil an Geringverdienern

WOHNEN

- es gibt zu wenige bezahlbare Miet-Wohnungen
- das Heimstättenwerk klagt über den aufgelaufenen Sanierungsstau in seinem Gebäudebestand
- es gibt keinen kommunalen Bauträger in Marktheidenfeld
- das Angebot an Bauplätzen und Eigentumswohnungen ist zu gering und in der Regel zu teuer; es herrscht große Nachfrage / bezahlt werden 2.800 €/ m^2 und mehr
- mittel- bis langfristig ist ein Mangel an seniorengerechten Wohnungen absehbar
- es gibt zu wenig kleine (bezahlbare) Wohnungen für alleinstehende Senioren oder alleinerziehende Elternteile

KULTUR UND FREIZEIT

- es gibt kaum Freizeiteinrichtungen und Treffpunkte für Jugendliche und Junge Erwachsene
- es fehlt ein Veranstaltungsort für mehr als 200 Personen
- es gibt nur wenig Sportangebote
- das Franck-Haus wird teilweise unter seinen Möglichkeiten genutzt
- das ‚Wonnemar' ist für Teile der Bewohner Markheidenfelds zu teuer
- es fehlen Räume für Vereine und sonstige Interessengruppen

VERKEHR

- das Angebot an Parkierungsflächen in der Kernstadt ist zu gering und wird nicht einheitlich bewirtschaftet
- der Parkplatz am Mainkai stört die Altstadtkulisse
- in der Altstadt gibt es nur sehr eingeschränkt Möglichkeiten für dauerhaftes Anwohnerparken
- es gibt in der Altstadt (für Gäste wie für Besucher gleichermaßen) eine nur schwer durchschaubare Verkehrsführung und Beschilderung und folglich einen ‚ungeleiteten' Parksuchverkehr
- das Fußwegenetz der Altstadtgässchen ist nicht voll ausgebaut
- mit der anstehenden Abstufung der Luitpoldstraße von einer Bundestraße zu einer Ortsstraße stellt sich die Frage der Anpassung (Umgestaltung) der Luitpoldstraße
- die Gestaltung und Ausstattung von Luitpoldstraße, Ludwigstraße, Baumhofstraße, Bronnbacher Straße muss als mangelhaft bezeichnet werden
- mit der anstehenden Sanierung der Alten Mainbrücke steht Marktheidenfeld vor der absehbaren Schwierigkeit einer drei Jahre währenden Abkoppelung der Altstadt vom normalen Verkehrsnetz
- es ist ein mangelhaftes ÖPNV-Angebot innerorts (Linienführung, Haltestellenanordnung, Fahrplantaktung, Wochenend- und Abendangebot), zwischen Kernstadt und Ortsteilen sowie zwischen Marktheidenfeld und der Region zu konstatieren
- die Verkehrswege in der Stadt sind für Kleinkinder und Senioren unzureichend verkehrssicher ausgebaut

STADTGESTALT / INNENSTADT

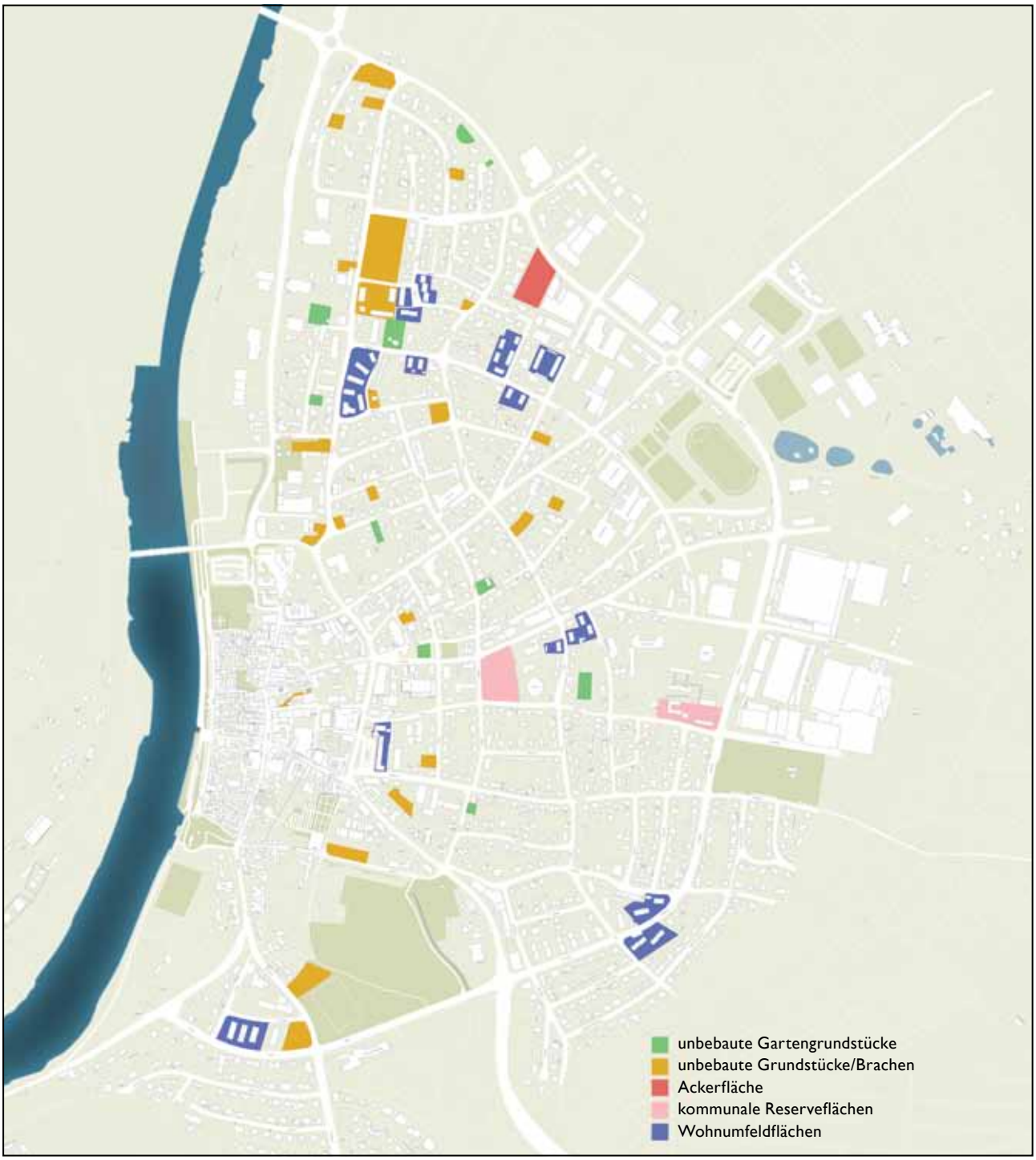
- die Stadteingänge sind unattraktiv gestaltet
- der öffentliche Raum zeigt eine mangelhafte Aufenthaltsqualität
- das Kopfsteinpflaster in der Altstadt zeigt eine mangelhafte Begeh-/Befahrbarkeit für mobilitätseingeschränkte Personen
- dem Busbahnhof am Adenauerplatz fehlt eine großzügige Aufenthaltsfläche vor der begleitenden Ladenzeile
- die Luitpoldtstraße zeigt ein unruhiges und uneinheitliches Erscheinungsbild in der Gebäude- und Fassadenabfolge
- etliche Straßenräume sind mangelhaft ausgestattet (ohne abgesetzten Bürgersteig oder Seitenstreifen, ohne einheitliches Straßenmobiliar, ohne einheitliche Beleuchtung)
- es gibt untergenutzte/diffuse Stadträume (Areale des Kaufhaus Udo Lermann zwischen Ludwigstraße, Luitpoldstraße, Baumhofstraße und Friedenstraße)

LANDSCHAFT

- der Mainuferbereich ist nicht durchgängig gestaltet
- Marktheidenfeld ist in der Stadt nicht als Stadt am Fluss wahrnehmbar, der Naturraum des Maintals ist in der Stadt nicht erlebbar
- die Nähe zum Spessart wird in der Stadt nicht wahrgenommen

4 INTEGRIERTE PLANUNGSZIELE

Potenzialflächen



Quelle: UmbauStadt, 2016.

Die Wiedergabe der aus der Analyse abgeleiteten integrierten Planungsziele folgt der bereits bekannten Ordnung nach neun Handlungsfeldern.

4.1 KOMMUNIKATION UND MARKE

- Marktheidenfeld benötigt eine professionelle Geschäftsführungsstrategie zur Koordinierung und Steuerung der Kernstadtaktivitäten von Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Hotellerie
- kernstadtrelevante Projekte sollen durch die Verwaltung initiiert und auf den Weg gebracht werden
- die lokale Ökonomie und die Werbegemeinschaft sollen ein starkes Netzwerk aufbauen und integriertes Handeln etablieren

4.2 ARBEIT, WIRTSCHAFT, TOURISMUS

- die Stärke des Wirtschaftsstandorts Marktheidenfeld soll weiter ausgebaut und stabilisiert werden; Leiharbeitsverhältnisse und geringfügig Beschäftigte sollen in dauerhafte Beschäftigungsverhältnisse gewandelt werden
- die Ansiedlungspolitik im Einzelhandel muss die Ausgewogenheit der Sortimente berücksichtigen
- das Innenstadtsortiment soll in seiner Gesamtheit hochwertig sein
- zur Stabilisierung von Altstadt und Innenstadt soll eine räumlich kompakte Versorgungssituation (zentraler Versorgungsbereich) geschaffen werden
- die Tourismuswirtschaft soll in die lokale Ökonomie optimal eingebunden werden
- die Bedeutung des Schiffstourismus muss besser genutzt und die positiven Aspekte müssen weiter ausgebaut werden
- der Facheinzelhandel muss weiter qualifiziert werden (Beratungsleistung)

4.3 BILDUNG

- der Schulstandort Marktheidenfeld soll stabilisiert werden
- an der FOS/BOS soll eine ausreichende Anzahl an Internatsplätzen geschaffen werden
- der Schulstandort Marktheidenfeld soll ohne Benachteiligung gegenüber anderen Schulstandorten an das ÖPNV-Netz im Landkreis und in der Region angebunden werden
- an der Mittelschule ist ein ausreichendes Raumangebot zu schaffen
- die Stadtbibliothek soll in die Kernstadt optimal integriert werden

4.4 SOZIALES

- die soziale Teilhabe muss allen Gruppen der Bewohnerinnen und Bewohner möglich sein
- zugezogene Neubürger und Flüchtlinge sollen integriert werden
- für Jugendliche und für Senioren sind Treffpunkte und Ruhezonen zu schaffen
- für benachteiligte Bewohnerinnen und Bewohner soll eine ausreichende Mobilität (bezahlbares ÖPNV-Angebot) sichergestellt werden
- der Stadtraum soll verkehrssicher und barrierefrei ausgestattet und gestaltet sein
- es soll ein gerechtes Zuweisungssystem von bezahlbarem Wohnraum an bedürftige Senioren und Alleinerziehende geben
- es sollen auch mittel- und langfristig ausreichend Kinderbetreuungsplätze angeboten werden
- der demografische Wandel (zunehmend weniger Kinder, zunehmend mehr Betagte und Hochbetagte) soll mit all seinen Folgen für die Daseinsvorsorge in der Kommunalpolitik integriert werden

4.5 WOHNEN

- es sollen ausreichend bezahlbare Bauplätze und Eigentumswohnungen aktiviert/geschaffen werden
- es sollen ausreichend bezahlbare Mietwohnungen geschaffen und bereitgestellt werden
- der aufgelaufene Sanierungsstau am Gebäudebestand der Wohnbaugenossenschaften/-gesellschaften soll überwunden werden
- ungenutzte Flächen sollen aktiviert werden (Gebäudeleerstände, unbebaute Grundstücke, Gartenland, Gewerbebrachen, innerörtlich gelegenes Ackerland, Potenzialflächen für Nachverdichtungen im Umfeld der Gebäudebestände der Wohnungsgenossenschaften /-gesellschaften, Nachverdichtung durch Aufstockung an geeigneten Standorten)

4.6 KULTUR

- das Angebot an Kultur- und Freizeiteinrichtungen für alle Bewohnerinnen und Bewohner soll erweitert werden
- das Stadtgärtlein soll eine verbesserte Infrastruktur für die Durchführung von Open-Air-Veranstaltungen erhalten
- der Mainkai soll eine verbesserte technische Ausstattung für die Durchführung von Veranstaltungen und für die Versorgung der Weißen Flotte erhalten

- die vorhandenen innerstädtischen Kultureinrichtungen und kulturellen Angebote sollen eine koordinierte und aufeinander abgestimmte Programmstruktur verfolgen

4.7 VERKEHR

- der innerstädtische Einzelhandel soll dauerhaft erreichbar sein
- der PKW-Verkehr in der Altstadt soll weiter möglich sein; Parkierungsangebote für Altstadtanwohner sollen wohnungsnah geschaffen und konzipiert werden
- es soll in der gesamten Stadt die Verkehrssicherheit angehoben werden
- es soll in der gesamten Stadt Barrierefreiheit hergestellt werden
- es soll für alle Verkehrsteilnehmer der Straßenraum gleichberechtigt ausgestaltet werden
- die Parkraumbewirtschaftung soll vereinheitlicht werden
- das ÖPNV-Angebot soll verbessert werden, tariflich, in der Fahrplantaktung, in der Linienführung und in der Haltestellenanordnung (innerörtlich, zwischen Kernstadt und Ortsteilen, sowie in der Anbindung an die Region)

4.8 STADTGESTALT / INNENSTADT

- der innerstädtische Flair soll erhalten werden
- die erfolgreiche Sanierungstätigkeit in der Altstadt und die Inwerthaltung der Altstadt soll weitergeführt werden; die Förderkulisse hierfür soll weitergeführt werden
- die Innenstadt soll attraktiv erhalten und ausgebaut werden; hierbei spielt die Fußgängerzone mit einer ortsspezifisch angemessenen Länge eine wichtige Rolle
- der öffentliche Raum soll ästhetisch und funktional nachhaltig aufgewertet werden

4.9 LANDSCHAFT

- Inszenierung der Stadt am Wasser, des unverbauten Blicks auf den Fluss und auf die Altstadt, Erhalt und Aufwertung des historischen Stadtbildes / Aufwertung der Frei- und Grünanlagen (Umsetzung des Konzepts von Thomas Struchholz und Auktor Ingenieurgesellschaft GmbH zur abschnittsweisen Umgestaltung des Mainufers)
- Funktionale und gestalterische Aufwertung der Wasserseite von Marktheidenfeld
- Inszenierung des Elements Wasser

5 INTEGRIERTES ENTWICKLUNGSKONZEPT

5.1 ZUKÜNFTIGER ENTWICKLUNGSRAHMEN

Um den zukünftigen Entwicklungsrahmen im Kontext der öffentlichen Beteiligung wie auch im Rahmen der Experteninterviews entwickeln und Maßnahmenvorschläge einer zukünftigen Umsetzung zuführen zu können, wurden vier zentrale Arbeitsfelder vorgegeben und unterschieden:

- Kommunikation und Marke
- Einzelhandel und Stadtentwicklung
- öffentlicher Raum und Verkehr
- Städtebau und Stadtgestalt

Im Laufe des ISEK-Prozess stellte sich das fünfte Arbeitsfeld

- Kultur

als wesentlich und wichtig heraus.

In der Ausarbeitung des Integrierten Stadtentwicklungskonzepts unterscheidet der Bericht die in den vorangegangenen Kapiteln bereits betrachteten neun Handlungsfelder:

- Kommunikation und Marke
- Arbeit, Wirtschaft, Tourismus
- Bildung
- Soziales
- Wohnen
- Kultur und Freizeit
- Verkehr
- Stadtgestalt / Innenstadt
- Landschaft

5.2 INTEGRIERTES STADT-ENTWICKLUNGSKONZEPT

Gemäß der Bearbeitungschronologie werden hier zunächst die wesentlichen Inhalte und Zielrichtungen aus den vorgenannten fünf Arbeitsfeldern beschrieben.

KOMMUNIKATION UND MARKE

In diesem Arbeitsfeld standen Fragen der Verbesserung des Informationsaustauschs, der verstärkten Vernetzung und der gegenseitigen Abstimmung vorhandener Nutzungen und Strukturen zur Optimierung bestehender Potenziale im Vordergrund. Weiter lag der Fokus auf der Frage, wie die positive Außenwahrnehmung mit der teils negativen Innenwahrnehmung besser in Deckung gebracht werden kann.

EINZELHANDEL UND STADTMARKETING

In diesem Arbeitsfeld wurde vorrangig besprochen, wie die vorhandenen Defizite und Optimierungspotenziale des Einzelhandels in Handlungsstrategien für eine tragfähige und stabile zukünftige Entwicklung übersetzt werden können.

ÖFFENTLICHER RAUM UND VERKEHR

In diesem Arbeitsfeld lag das Hauptaugenmerk auf der ästhetischen und funktionalen Aufwertung des Öffentlichen Raums, den langfristigen Entwicklungspotenzialen, die sich mit der Abstufung der Luitpoldstraße zukünftig ergeben können, der Frage, wie sich die mehrjährige Sanierung der Alten Mainbrücke auf die Stadtentwicklung auswirken wird, der Verbesserung der innerstädtischen Orientierung für Einheimische und Gäste wie auf der Optimierung des bestehenden Parkierungsangebots durch ein einheitliches und integriertes Bewirtschaftungskonzept.

STÄDTEBAU UND STADTGESTALT

In diesem Arbeitsfeld standen die Interessen der privaten Eigentümer als Träger der Hauptlast einer erfolgreichen Sanierungstätigkeit im Fokus, wie auch die Überwindung der als Barriere wahrgenommenen Luitpoldstraße.

Ebenso wurden die Interessen der Kommune im Sinne einer langfristigen und nachhaltigen Stadtentwicklung berücksichtigt.

KULTUR

In diesem Arbeitsfeld wurde das große Potenzial des baulich-räumlichen Rahmens der Altstadt-‚Kulisse' und der darin nicht genutzten Potenziale beraten. Insbesondere die signifikante Divergenz zwischen Innen- und Außenwahrnehmung der Stadt und all ihrer kulturellen Werte stand dabei im Mittelpunkt.

Im folgenden werden die Ziele, Anregungen und Ideen wiedergegeben, die aus den Experteninterviews und der Bürgerbeteiligung stammen.

5.2.1 PROJEKTIDEEN KOMMUNIKATION UND MARKE

Marktheidenfeld hat bereits viel zu bieten und kann punkten mit:

- seiner erfolgreichen Förderung der heimischen Wirtschaft,
- der Einbindung seiner Bürgerinnen und Bürger,
- einem hohen Freizeitwert,
- einem starken kulturellen Engagement,
- einer guten Bildungssituation und
- einer lebenswert sanierten Innenstadt.

Diese Stärken sind als Markenelemente zu sichern.

Zu den Markenelementen zählt auch das einzigartige „Gesicht der Stadt zum Main".

Zur Stärkung der Markenelemente sind authentische Projekte und Maßnahmen durchzuführen.

Dies ist eine wesentliche Aufgabe des Stadtmarketing und sollte auch übergeordnetes Ziel eines professionalisierten Citymanagement werden.

Die Erarbeitung einer neuen Dachmarke hat derzeit keine erhöhte Priorität. Dagegen sollten folgende Ansätze angegangen werden:

- vorhandene Qualitäten ausbauen → Brauerei, Main, Wandern, Erholung,
- die schöne Seite von Marktheidenfeld kann noch mehr genutzt werden,
- Initiierung eines institutionalisierten Kulturnetzwerks als gesamtinnerörtliches Projekt zum kulturellen Angebot und zur Vernetzung der Angebotsstandorte Franck-Haus - Marktplatz - VHS - neue Stadtbibliothek.

5.2.2 PROJEKTIDEEN EINZELHANDEL UND STADTMARKETING

Installierung eines professionellen Citymanagements auf Vereinsebene:

- Übernahme der Geschäftsführung bei weiterer Unterstützung durch das Ehrenamt!
- Erhöhung der Frequenz in der Altstadt
- Synchronisierung der Öffnungszeiten
- Aufbau und Pflege eines Leerstands- und Flächenmanagements
- Entwicklung einer Marketingstrategie während der Phase der Brückensanierung
- „Innenstadt online" – Entwicklung einer Strategie des stationären Handels in Zeiten von Amazon&Co.
- Inwerthaltung der sanierten Altstadt

5.2.3 PROJEKTIDEEN ÖFFENTLICHER RAUM UND VERKEHR

ÖFFENTLICHER RAUM

- Aufwertung der Stadteingänge
- Entwicklung Fußgängerzone und verkehrsberuhigte Bereiche / Barriereereduzierung / Option der Ausdehnung
- Verbesserung der Infrastruktur (mehr Sitzbänke in der Innenstadt / öffentliches WC etc.)
- Umgestaltung des ZOB (Aufenthaltsfläche)
- Gestaltung der abgestuften Luitpoldstraße
- Gestaltungsleitbild/-fibel für die zukünftige Entwicklung der Luitpoldstraße
- Gestaltung der Ludwigstraße
- Gestaltung Baumhofstraße
- Gestaltung der Bronnbacher Straße
- Begrünung der Innenstadt (mehr Grün, mehr Bäume, mehr Wasser, Wasserspiele)
- Mainufergestaltung

VERKEHR

- Durchsetzung vorhandener verkehrlicher Befahrungsregelungen im Bereich Altstadt zum Schutz der Anwohner
- Bewusstseinsbildung für das bestehende Angebot an Parkierungsflächen und deren Zugänglichkeit (An- und Abfahrt)

- Initiierung und Einrichtung einer integrierten Parkraumbewirtschaftung unter Berücksichtigung aller vorhandenen Parkierungsflächen
- nachvollziehbare Beschilderung der gesamten Altstadt und Innenstadt für Einheimische und Gäste zur Sicherstellung der Orientierung; Beschilderungssystem
- mehr Raum für den nicht motorisierten Verkehr
- Innenstadt-Shuttle (elektronisch)
- Ausbau des ÖPNV-Angebots

5.2.4 PROJEKTIDEEN STÄDTEBAU UND STADTGESTALT

- Realisierung Neubau Stadtbibliothek
- Umnutzung / Neunutzung / Sanierung vorhandener Leerstände (z. B. Herrngasse 2-12)
- Nachnutzungskonzept Landwirtschaftsschule
- Umgestaltung der Luitpoldpassage (Verbesserung der Zugänge, der Belichtung, der Blickbeziehungen, evtl. Schaffung eines weiteren Zugangs und Einrichtung einer echten Durchgangspassage)
- Nachverdichtung Altstadt auf geeigneten Potenzialflächen
- Entkernung und Neuordnung Altstadt auf zu intensiv genutzen und auf nicht mehr sanierungsfähigen Liegenschaften
- Schaffung von barrierefreiem Wohnraum
- Schaffung von generationengerechtem Wohnraun
- Schaffung von bezahlbarem Wohnraum (sozialer Wohnungsbau)
- Förderung von Bauen und Umbauen im Bestand
- Fortführung von Sanierungstätigkeit, Sanierungsberatung, Sanierungsförderung
- Koordination der Umsetzung von baulichen Maßnahmen zur Ertüchtigung und Attraktivierung altstädtischer Liegenschaften mit mehreren beteiligten Eigentümern (z.B. gemeinsamer rückwärtig angeordneter Aufzug mit gemeinsam nutzbaren Zugängen / koordinierte Ausweisung von Stellplätzen / koordinierte Energieversorgung/koordinierte Neuordnung von potenziellen Frei und Gartenflächen / koordinierte Anordnung von Balkonen / etc.)
- Aktivierung / Entwicklung von Potenzialflächen (z.B. Scheer-Gelände)

5.2.5 PROJEKTIDEEN KULTUR

- Koordination und Vernetzung des reichen Kulturangebots zahlreicher kulturell orientierter institutioneller Angebote
- große Bedeutung der Kultur als weicher Standortfaktor für die Attraktivität und die weitere Attraktivierung der Stadt Marktheidenfeld
- Bedeutung der Kultur für die Innenwahrnehmung und die Außenwahrnehmung
- Bedeutung der Geschichte und deren Vermittlung im Bewusstsein der Bürgerschaft / Stärkung des Historischen Vereins
- Skulpturenbeschilderung der Altstadtgassen
- kulturelle Veranstaltungen im öffentlichen Raum (Open-Air-Kino, Lesungen, ...)
- Installation einer Marktheidenfelder Identifikationsfigur

5.3 RÄUMLICHE TEILBEREICHE UND THEMATISCHE SCHWERPUNKTE MIT HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Bevor die einzelnen Projekte des ISEK en detail beschrieben werden, werden auf den folgenden Seiten die räumlichen Teilbereiche und ihre thematischen Schwerpunkte umrissen.

5.3.1 KULTURNETZWERK INNENSTADT

Der Ansatz eines kulturell ausgerichteten Netzwerks ist in seinem Kern bereits vorhanden. Umso mehr liegt es auf der Hand, die bereits bestehenden Verknüpfungen zwischen Stadtbibliothek, Volkshochschule, Franck-Haus, Musikschulen, Stadtarchiv, historischem Verein, Fischer- und Schifferzunft, lokaler Gastronomie und Hotellerie, privater Galerie, etc. und kommunaler Verwaltung weiter auszubauen, zu intensivieren und sinnvollerweise auch zu institutionalisieren.

Die räumliche Nähe der kulturell ausgerichteten öffentlichen Einrichtungen und der privaten Kulturschaffenden in der Innenstadt Marktheidenfelds zueinander legt es nahe, ein Kulturnetzwerk zu institutionalisieren, dessen erste und oberste Aufgabe es sein muss, das kulturelle Angebot der Stadt zu sichern, zu pflegen, zu erweitern und zu koordinieren. Darüber hinaus müssen die kulturellen Angebote sowohl nach innen wie nach außen wirksam präsentiert und vermarktet werden. Das stärkt das Image der Stadt, steigert die Attraktivität und Wertigkeit Marktheidenfelds, hebt die Lebensqualität und die weichen Standortfaktoren und somit einen bedeutenden Faktor der urbanen Vitalität der Innenstadt.

Das Kulturnetzwerk kann einen wertvollen Beitrag leisten, die Innenstadt in ihrem gesamten funktionalen Gefüge auf lange Sicht zu stabilisieren.

5.3.2 INNENSTADTKOORDINIERUNG

Der Ansatz der Institutionalisierung einer Innenstadtkoordinierung rührt aus der Erkenntnis, dass einerseits die Werbegemeinschaft nicht die notwendigen zeitlichen und finanziellen Mittel zur Verfügung hat oder zur Verfügung stellen kann, eine koordinierte und allseits abgestimmte Strategie zur erfolgreichen und nachhaltigen Entwicklung des eigentümergeführten kleinteiligen dezentralen Einzelhandels zu etablieren und zu führen. Das Amt für Stadtmarketing, Tourismus und Kultur der Stadt Marktheidenfeld kann diese Ressourcen nicht zur Verfügung stellen, da dies außerhalb seiner Zuständigkeit liegt.

Daher erscheint es sinnfällig und dringend angeraten, zur Stabilisierung des Einzelhandels der Innenstadt, eine koordinierende professionelle Kraft damit zu befassen, gemeinsam mit allen Einzelhändlern und allen Dienstleistern sowie mit der Gastronomie und Hotellerie eine Strategie zur nachhaltigen Entwicklung dieser Wirtschaftszweige zu entwickeln und mit den Betroffenen Schritt für Schritt umzusetzen.

Ziel muss es sein, für innerstädtischen Einzelhandel, Dienstleistungsanbieter, Gastronomie und Hotellerie mittelfristig eine tragfähige und nachhaltige wirtschaftliche Standortperspektive zu erzeugen und die Betreiber als entscheidend wichtige Akteure des innerstädtischen urbanen Lebens zu gewinnen, zu halten und mit einer langfristigen Perspektive auszustatten.

5.3.3 INNENSTADT / AUFWERTUNG DER STADTGESTALT

Der Ansatz zur Aufwertung der innerstädtischen Stadtgestalt liegt angesichts zahlreicher offensichtlicher ästehtischer und funktionaler Mängel auf der Hand.

Ob es die Stadteingänge am Stadtrand sind oder im Zentrum die Ausstattung der Fußgängerzone und des verkehrsberuhigten Bereichs, ob es die Ausstattung von Seitenstraßen ist oder eine nicht vorhandene bauliche Raumkante am ZOB, ob es eine nicht vorhandene Begrünung ist oder eine unbefestigte Fläche, in vielerlei Hinsicht lässt sich die Stadtgestalt ästhetisch und funktional nachhaltig aufwerten.

5.3.4 MAINUFERGESTALTUNG

Der Ansatz der Mainufergestaltung ist bereits per Stadtratsbeschluss auf Basis des vorliegenden Konzepts zur Mainufergestaltung als Projekt beschlossen. Das ISEK Marktheidenfeld begrüßt diese Beschlusslage mit Nachdruck und empfiehlt die Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen und Projekte. Es ist wichtig, auf die Bedeutung dieses Konzepts hinzuweisen wie auf die

Bedeutung, die aus der Umsetzung der hierin vorgeschlagenen Maßnahmen und Projekte herrührt.

Das Mainufer und seine Gestalt sind wesentliche Bestandteile der Innenstadt Marktheidenfelds und beinhalten die konstitutionellen Elemente der stadt- und naturräumlichen Identität der Stadt.

Ursprünglich gewachsen als Fischer- und Schiffersiedlung direkt am Main stellt das Mainufer noch heute genau den linearen Stadtraum dar, der die (Alt-) Stadt mit dem Lebensraum des Main verbindet und zu dem sich die Stadt in jahrhundertelanger Geschichte ohne bauliche Zerstörung des Uferprospekts hinwendet. Auch in der anderen Blickrichtung, präsentiert sich die Stadt dem ankommenden Gast von der Wasserseite her mit einer unverbauten Stadtansicht, zu der die Alte Mainbrücke als ein historisch gewachsenes, geradezu natürlich dazugehörendes Zusatzelement erscheint.

Das ISEK behält sich vor, die bereits erstellte Konzeption zur Mainufergstaltung partiell zu ergänzen und zu kommentieren.

5.3.5 VERKEHR UND PARKEN IN DER INNENSTADT

Der Ansatz, das Thema Verkehr und Parken zu einem Projekt innerhalb des ISEK zu machen, leitet sich aus anstehenden Maßnahmen wie aus den Ergebnissen der Bürgerbeteiligung ab.

Die anstehende Sanierung der Alten Mainbrücke, die Diskussion um die Entfernung eines Brückenpfeilers aus der Alten Mainbrücke und die potenzielle Abstufung der Luitpoldstraße von einer Bundes- zu einer Ortsstraße sind die großen und übergeordneten Anlässe. Ausschließlich innerörtlichen Bezug haben die Themen der Notwendigkeit einer guten Orientierung in der Innenstadt sowie die Notwendigkeit eines ausreichend vorhandenen und gut zugänglichen Parkraumangebots in der Innenstadt.

Zusätztlich spielt in der Kleinteiligkeit des Altstadtkontextes im innerstädtischen Gewebe öffentlicher Straßenräume neben den befahrbaren Straßen und den kleineren (teilweise nicht mehr befahrbaren) Seitengassen das Potenzial einer 3. Kategorie eine Rolle, nämlich die eines historisch gewachsenen Fußwegenetzes, das als eine bauliche Eigenart Marktheidenfelds bezeichnet werden muss.

5.3.6 ENTWICKLUNG INNENSTADT

Der Ansatz, die Innenstadt zu entwickeln und nachhaltig zu stabilisieren, entspricht der Intention des Programms ‚Soziale Stadt'. Als wesentliche Entwicklungsschwerpunkte sind zu nennen:

- die funktionale Aufwertung mit Bildungseinrichtungen, mit sozial ausgerichteten Angeboten, mit Orten der Begegnung und Kommunikation, mit einem verbesserten Dienstleistungsangebot, mit einem vielfältigen Gastronomie- und Kulturangebot
- die Bestandssicherung und Fortentwicklung
- der Einzelhandel
- die Versorgung

Die Notwendigkeiten hierzu sind in Marktheidenfeld zahlreich begründet und leiten sich sämtlich aus klassischen Aufgaben der Stadtentwicklung und Stadtplanung ab.

Nach- und Umutzungen von Gebäuden, Neuordnung von Liegenschaften (Abbruch, Auflockerung, Nachverdichtung), Schaffung von Wohnraum, Fortführung der Sanierungstätigkeit, Aufwertung von Bestandsgebäuden, Begrünung, umweltfreundliche und klimaneutrale Sanierung, Modernisierung, Umbau und Neubau sind hierfür die entscheidenen Schlagwörter.

5.3.7 ÜBERGEORDNETE ZIELE DER ZUKÜNFTIGEN EINZELHANDELSENTWICKLUNG

VERSORGUNGSFUNKTION EINES MITTELZENTRUMS SICHERN

Die Einzelhandelsentwicklung in Marktheidenfeld folgt dem landesplanerischen Ziel der Versorgungsfunktion über die Grundbedürfnisse hinaus. Marktheidenfeld bietet im Bereich des Einzelhandels und der Versorgung ein ausdifferenziertes Angebot an Waren und Dienstleistungen des periodischen Bedarfes.

Die Orientierung der Einzelhandelsentwicklung an dem nachfolgend formulierten Standortkonzept trägt zur Sicherung der Versorgungsfunktion Marktheidenfelds bei.

ZENTRENORIENTIERTE ENTWICKLUNG

Vor dem Hintergrund begrenzter bindungsfähiger Umsatzpotenziale, der Herausforderungen des demographischen Wandels und des Erhalts der

Zukunftsfähigkeit der Stadtkernentwicklung, sind die Entwicklungsprioritäten auf die Innenstadt und die bestehenden integrierten Lagen zu legen.

Diese Priorisierung sollte sich in einer entsprechenden Bauleitplanung niederschlagen und damit Verbindlichkeit erlangen.

„STADT DER KURZEN WEGE“

Eine bedarfsorientierte, wohnortnahe Versorgung mit Waren des täglichen und periodischen Bedarfes soll vorgehalten werden, um nahversorgungsinduzierte Versorgungsfahrten zu minimieren.

RESSOURCENSCHONUNG

Ein sparsamer Umgang mit (Gewerbe-)Flächen unter Berücksichtigung der Ansprüche der gewerblichen Wirtschaft (Vorrangfunktion für höherwertige, gewerbliche Nutzungen) sichert eine nachhaltige Flächenentwicklung.

STANDORTKONZEPT

ZENTRENHIERARCHIE - EMPFEHLUNG ZUR ANSIEDLUNGS-PRIORISIERUNG

Die Zentrenhierarchie in Marktheidenfeld wird von der Innenstadt, dem Stadtzentrum als einzigem Zentralen Versorgungsbereich, dominiert. Dieser Bereich wird aufgrund seiner wichtigen gesamtstädtischen Funktion, sowie aufgrund seiner vorhandenen Nutzungsdichte und Funktionsmischung als vorrangig zu entwickelnder Bereich verstanden.

Mögliche Neuansiedlungen oder Verlagerungen innerhalb der Stadt sollten daher den einzelnen Handelslagen mit folgender Priorität zugeordnet werden:

1. Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt,
2. Fachmarktagglomeration Georg-Mayr-Straße
3. Äußerer Ring

Ansiedlungen in Lagen außerhalb der drei bezeichneten Bereiche sollten nur in begründeten Ausnahmefällen - z.B. im Fall nahversorgungsrelevanter Sortimente zur Versorgung der Ortsteile oder für Ansiedlungen nicht zentrenrelevanter Sortimente (ein bestehendes Beispiel hierfür ist die Ansiedlung des Hagebaumarktes) vorgenommen werden.

MASSNAHMEN ZUR VITALISIERUNG DES EINZELHANDELS

Um den Einzelhandelsstandort Marktheidenfeld und insbesondere die Stadtmitte auch für die Zukunft gut aufzustellen, werden im Folgenden Maßnahmen unterschiedlicher Dimension und Verantwortlichkeiten aufgeführt.

BESTANDSORIENTIERTE ENTWICKLUNG – ATTRAKTIVIERUNG DES EINZELHANDELS

Das Maßnahmenpaket umfasst den Ausbau und die qualitative Fortentwicklung der Bestandsbetriebe zur Profilschärfung und Positionierung des Standorts gegenüber den Wettbewerbern in der Region. Der Fokus liegt auf Qualität, Service und Beratung:

- Überprüfung der Sortimente: Mit einer Straffung oder Erweiterung der Sortimente kann aktuellen Trends in der Nachfrage Rechnung getragen werden. Ggf. Sortimentsabsprache mit Kollegen erwogen, um einen Mehrwert für den Kunden zu erzielen
- attraktive Ladengestaltung: Ladenbau, Schaufenstergestaltung, Beleuchtung etc.
- Überprüfung und Qualifizierung des äußeren Erscheinungsbilds: Fassadengestaltung, Werbeanlagen, Sonnenschutz
- Warenpräsentation und Marketingauftritt
- Ausbildung Personal: Schulung und Fortbildungsmöglichkeiten; ggf. betriebsübergreifend organisieren; Lernen von Beispielen aus anderen Kommunen

FLÄCHENMANAGEMENT – LÜCKEN SCHLIESSEN, LEERSTÄNDE AKTIVIEREN

Das Ziel einer Schließung vorhandener Angebotslücken zur Abrundung des Einzelhandelssortiments kann nur mittel- bis langfristig erreicht werden und muss ein dynamisches Verständnis haben, da sich die Bedingungen ändern und sich so neue Bedarfe und Konkurrenzsituationen ergeben.

Die Aufgaben des Flächenmanagements könnten durch ein innerstädtisches Quartiersmanagement oder die Innenstadtkoordination übernommen werden.

NACHFOLGE IM EINZELHANDEL SICHERN

Um frühzeitig die Nachfolge im Einzelhandel zu sichern und somit weitere Leerstände zu vermeiden, ist ein Beratungsangebot für bestehende Einzelhandelsunternehmen sinnvoll.

- Informationsveranstaltungen mit Fachreferenten
- Nutzung der bundesweiten Gründer- und Nachfolgebörse next-change
- persönliche Beratungsgespräche „Unternehmensnachfolge“ bei der IHK bzw. der Handwerkskammer
- Kontaktaufnahme mit möglichen Existenzgründern aus Marktheidenfeld und der Region
- Nutzung der Fördermöglichkeiten bei Beratungen

ANGLEICHUNG DER LADENÖFFNUNGSZEITEN

Im Rahmen der Untersuchung konnte bei den Marktheidenfelder Innenstadtbetrieben eine Vielzahl verschiedener Regelungen bei der Ladenöffnung festgestellt werden.

Auch eine durchgehende Öffnung der Geschäfte zur Mittagszeit an allen Werktagen (Zielgruppe Berufstätige in der Stadt, Arztbesucher, Schüler etc.) wäre im Rahmen einer Kernöffnungszeiten-Regelung anzustreben.

STÄRKERE ORIENTIERUNG ZUM ERLEBNISEINKAUF

Mit der Entwicklung vom Versorgungseinkauf zum Erlebniseinkauf geht auch eine zunehmende Annäherung bzw. Vermischung der Bereiche Einkauf und Freizeit einher.

Durch Erlebnisfaktoren, Attraktionen und Atmosphäre können sich die Geschäfte wie auch die Marktheidenfelder Innenstadt zu Freizeit- und Erlebnisbereichen entwickeln, in denen Einkaufen weniger als Versorgungsvorgang und mehr als Freizeitbeschäftigung betrachtet werden kann.

5.3.8 FLÄCHENMANAGEMENT / -AKTIVIERUNG / -AUFWERTUNG / -NACHVERDICHTUNG & WOHNRAUMOFFENSIVE

Auf der Basis verschiedener Informationsqellen wurde in der Analyse deutlich, dass die Grundstücks- und Wohnungsverfügbarkeit in Marktheidenheld einer großen Knappheit unterliegt.

Bebaubare Grundstücke sind stark nachgefragt. Die Erfahrungen der jüngsten Vergangenheit haben gezeigt, dass die Nachfrage zu neu erschlossenen Flächen die Zahl der angebotenen Grundstücke deutlich übersteigt.

Im Mietwohnungssektor wurde deutlich, dass inbesondere günstiger und bezahlbarer Wohnraum für betagte und hochbetagte alleinstehende Senioren und für Alleinerziehende, aber auch für Familien nicht in ausreichender Zahl angeboten werden können. Die in Marktheidenfeld agierenden Wohnbauunternehmen berichten von einer großen Nachfrage, die nicht gedeckt werden kann.

Folglich ist es sinnvoll, die vorhandenen Potenzialflächen zu aktivieren und für die Funktion des Wohnens verfügbar zu machen. Zu diesem Zweck wird ein Flächenmanagement empfohlen und die Einsetzung eines Koordinators, dessen Aufgabe es ist, alle erkannten Potenzialflächen marktgängig zu entwickeln.

Das Ziel der Maßnahme ist die Schaffung von Baugrundstücken einerseits und die Schaffung von kostengünstigen Mietwohnungen andererseits auf den vorgenannten Potenzialflächen. Weiter muss es das Ziel sein, die in Marktheidenfeld teils nach den Grundsätzen der Gemeinnützigkeit agierenden Wohnbauunternehmen zu unterstützen und zu entlasten. Dies bezieht sich auf Modernisierungs- und Sanierungsmaßnahmen im Bestand, auf Aufwertungsmaßnahmen der Wohnumfelder, auf die Untersuchung der Potenziale zur Aufstockung bestehender Wohngebäude wie auf die Untersuchung der Potenziale zur Nachverdichtung (Neubau, Ergänzungsbau) auf geeigneten Potenzialflächen).

5.3.9 ÖPNV-OFFENSIVE

Auf der Basis mehrerer als mangelhaft erkannter Ausgangsparameter wird deutlich, dass das ÖPNV-Angebot in Marktheidenfeld in vielfacher Hinsicht ausgebaut und weiterentwickelt werden muss.

Es gibt keine seniorengerechte und für mobilitätseingeschränkte Personen adäquate Barrierefreiheit in den Bussen. Der Verlauf der beiden innerörtlichen Buslinien und die Sinnhaftigkeit der Anordnung der aktuell eingerichteten Haltestellen wird in Frage gestellt. Die Fahrplantaktung wird als nicht ausreichend wahrgenommen, dies gilt für den Tagesbetrieb, insbesondere aber in den Abendstunden und am Wochenende. Die Anbindung

der Ortsteile an die Kernstadt Marktheidenfelds ist mangelhaft wie auch die Anbindung an die Region als unzureichend beschrieben wird. Ferner gibt es keinen Bahnanschluss und offensichtlich eine starke Ausrichtung des lokalen Mobilitätsverhaltens auf den Gebrauch des individuellen Kfz. All diejenigen, die über ein eigenes Kfz nicht verfügen oder nicht (mehr) in der Lage sind, ein eigenes Kfz zu steuern, sind auf den ÖPNV angewiesen. Ferner gibt es eine Reihe von Mobilitätsnotwendigkeiten: Marktheidenfeld kann nicht alle Facharztsparten nachweisen, es gibt keine Niederlassung der Agentur für Arbeit und in den Ortsteilen ist die Nahversorgung mit den Gütern des Alltags nicht gegeben. Somit kommt aus Sicht der mobilitätseingeschränkten Bewohnerinnen und Bewohner dem ÖPNV eine große Bedeutung zu. Zusätzlich stellt sich das bestehende ÖPNV-Angebot für etliche Bewohnerinnen und Bewohner angesichts der aktuellen Tarife als nicht bezahlbar dar.

Folglich ist es sinnvoll, die vorgenannten Mängel in ihrer Gesamtheit und Komplexität in einem integrierten Mobilitäts- und ÖPNV-Konzept zu betrachten, zu untersuchen und als Gesamtstrategie zu entwickeln.

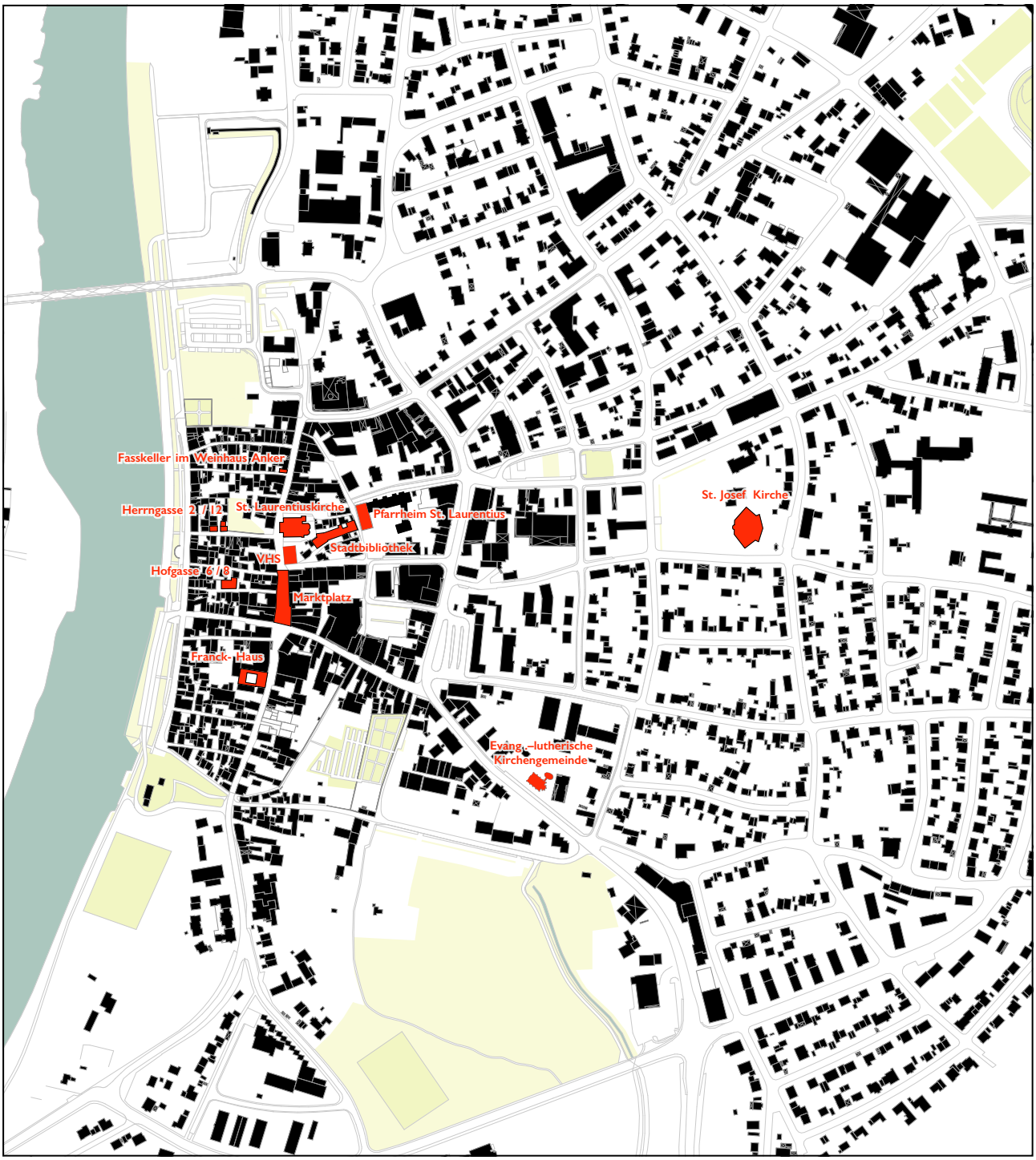
Das Ziel der Maßnahme ist ein flächendeckend vorhandenes bezahlbares ÖPNV-Angebot als Beitrag zur Sicherstellung der Teilhabe am gesellschaftlichen Leben für alle Bewohnerinnen und Bewohner Marktheidenfelds, sowohl in der Kernstadt wie in den Ortsteilen.

5.4 MASSNAHMENKATALOG

Das folgende Kapitel beinhaltet die vorgeschlagenen Einzelmaßnahmenn und Projektvorschläge.

5.4.1 KULTURNETZWERK INNENSTADT

Unter dem Titel *Kulturnetzwerk Innenstadt* werden neun Projekte vorgestellt.



Quelle: UmbauStadt, 2016.

STADTBIBLIOTHEK, siehe S. 88

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
3.800.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
1-3 Jahre

Priorität:
hoch

Projektanlass

- Stärkung der Innenstadt: Stadtbibliothek als Frequenzbringer mit Strahl- und Magnetkraft
- Schaffung einer attraktiven Anlaufstelle für alle Generationen
- außerschulischer Bildungsort mitten in der Stadt
- Nutzung von Synergien mit anderen kulturellen Angeboten
- Schaffung eines Ortes sozialer Integration, gut ausgestatteter Lern- und Kommunikationsort, kostenfrei
- Erhöhung der Angebots- und somit der Lebensqualität der Altstadt
- Schließung einer Baulücke / Verknüpfung von moderner Architektur und historischer Substanz an der Stadtmauer
- Stabilisierung der zentralen und öffentlichen Funktion des Stadtkerns

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Planung: Konkretisierung der Entwurfsplanung, Bauantragsplanung, Werkplanung
- Neubau: Ausschreibung, Vergabe, Bauleitung, Dokumentation

Projektschritte / Einzelprojekte

- Bewerbung des neuen Bibliotheksstandorts nach Fertigstellung und Bezug
- Einbindung in das Kulturnetzwerk
- Verknüpfung mit anderen kulturellen Angeboten

STADTGÄRTCHEN

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
100.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
1-5 Jahre

Priorität:
hoch

Projektanlass

- Aufwertung und Stabilisierung einer vorhandenen Open- Air-Location am Main

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- infrastrukturelle Ausstattungsverbesserung
- Einbindung in das Kulturnetzwerk
- Verknüpfung mit anderen kulturellen Angeboten

Projektschritte / Einzelprojekte

- Integration in das Kulturnetzwerk
- Organisation von Open-Air-Konzerten
- Organisation von Open-Air-Kino (Filmreihe im Sommerhalbjahr)
- Organisation von Open-Air-Kulturveranstaltungen (Lesung, Theater, Kleinkunst)
- Organisation von Winter-Veranstaltungen (Ableger des Weihnachtsmarkts, Ausstattung mit Zelt-Ständen, etc.)
- Verknüpfung mit Brückenparkplatz und Neuer Festplatz (Nutzung als Parkplatzangebot bei Veranstaltungen)
- Ausstattung mit einer fest eingerichteten Toilettenanlage in fußläufig gut erreichbarer Nähe
- Ausstattung mit Wasseranschluss, Abwasseranschluss, Strom- und Wechselstromanschluss

FASSKELLER

Träger der Maßnahme:
privat

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
5.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
1-10 Jahre

Priorität:
mittel

Projektanlass

- Integration privat getragener Kulturangebote in das kulturelle Gesamtangebot Marktheidenfelds

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Einbindung in das Kulturnetzwerk
- Verknüpfung mit anderen kulturellen Angeboten

Projektschritte / Einzelprojekte

- Integration in das Kulturnetzwerk
- Inszenierung als Auftakt zur Fußgängerzone
- Einrichtung einer Informationsstelle für den Bereich Kultur
- Organisation von ‚Sub'-Kultur im Keller (Jazz, Kabarett, Kleinkunst)

HERRNGASSE 2

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
200.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
1-3 Jahre

Priorität:
hoch

Projektanlass

- Schließung einer Baulücke
- Aufwertung der Altstadt

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Konzeption und Projektentwicklung für Nachnutzung, z.B. als Gästehaus der Stadt Marktheidenfeld oder als ‚Stadtschreiberhaus' im Kontext zum Kinderbuchpreis ‚Meefisch' und zum Kunstpreis

Projektschritte / Einzelprojekte

- Zwischenerwerb des Grundstücks durch die Stadt
- Notsicherung zum Erhalt der noch bestehenden baulichen Anlagen
- Erstellung einer Machbarkeitsstudie, inkl. Kostenschätzung und Konzeption für Nachnutzung
- Investorensuche
- Verkauf unter Nutzungsauflagen (kultureller Zweck)
- Förderung von Sanierung, Modernisierung und Umbau
- Einbindung in das Kulturnetzwerk
- Verknüpfung mit anderen kulturellen Angeboten

ST. LAURENTIUS-KIRCHE UND PFARRHEIM ST. LAURENTIUS

Träger der Maßnahme:
Katholische Kirche

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
keine

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
fortlaufend

Priorität:
mittel

Projektanlass

- Integration der institutionellen Kulturangebote in das kulturelle Gesamtangebot Marktheidenfelds

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Integration der katholischen Kirche in das Kulturnetzwerk Marktheidenfeld,
- Verknüpfung der katholischen Kirche mit anderen kulturellen Angeboten

Projektschritte / Einzelprojekte

- Nutzung der vorhandenen Räume für Veranstaltungen (Konzerte, Aufführungen, Lesungen, ...)
- evtl. Angebot von Kinderbetreuung
- evtl. Angebot von Nachmittagsbeschäftigung für Kinder/Jugendliche

FRANCK-HAUS

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
10.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
fortlaufend

Priorität:
hoch

Projektanlass

- Aufwertung und Stabilisierung der Kultur-Einrichtung ‚Franck-Haus' durch Einbindung der etablierten kulturellen Angebote des Franck-Haus in das kulturelle Gesamtangebot Marktheidenfelds

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Einbindung in das Kulturnetzwerk
- Verknüpfung mit anderen kulturellen Angeboten

Projektschritte / Einzelprojekte

- zusätzliche kulturelle Veranstaltungen im Franck-Haus (Musik, Kleinkunst)
- Veranstaltung von Lesungen zu speziellen Themen

HOFGASSE 6 - 8, GALERIE

Träger der Maßnahme:
privat

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
5.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
fortlaufend

Priorität:
mittel

Projektanlass

- Integration privat getragener Kulturangebote in das kulturelle Gesamtangebot Marktheidenfelds

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Integration in das Kulturnetzwerk und Verknüpfung mit anderen kulturellen Angeboten

Projektschritte / Einzelprojekte

- Ausstellungen: Grafik, Malerei, Skulptur, Fotografie, etc.
- künstlerische Auseinandersetzung mit Marktheidenfeld (Geschichte, Ortsbild, Stadt am Fluss, etc.)
- Angebot von Kunst-Workshops → den Bürgern Kunst näher bringen

MARKTPLATZ

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
5.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
fortlaufend

Priorität:
mittel

Projektanlass

- Aufwertung und Stabilisierung des Öffentlichen Raums ‚Marktplatz' durch Einbindung in das kulturelle Gesamtangebot Marktheidenfelds über zusätzliche kulturell ausgerichtete Angebote: Konzert, Open-Air-Kino, Märkte, Feste

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Einbindung in das Kulturnetzwerk und Verknüpfung mit anderen kulturellen Angeboten

Projektschritte / Einzelprojekte

- Kleinkunst im Sommer: Kabarett, Theater, Lesung, Film, Musik, etc.
- Veranstaltung des Wochenmarktes
- Veranstaltung besonderer Märkte (z. B. Weihnachtsmarkt)
- Organisation von Festen und Konzerten
- Koordination des Programms mit Anwohnern (Abendstunden)
- Koordination des Programms mit Einzelhandel und Gastronomie

HISTORISCHER VEREIN

Träger der Maßnahme:
privat

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen,
Kostenansätze/Umsetzung:
5.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
fortlaufend

Priorität:
mittel

Projektanlass

- Integration der institutionellen Kulturangebote in das kulturelle Gesamtangebot Marktheidenfelds

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Einbindung in das Kulturnetzwerk und Verknüpfung mit anderen kulturellen Angeboten

Projektschritte / Einzelprojekte

- Vermittlung der Ortsgeschichte von Marktheidenfeld
- Schaffung von Bewusstsein für die Geschichte der Stadt Marktheidenfeld
- Bezug zu anderen Vereinen und Traditionen mit eigener langer Geschichte (Schiffer- und Fischerzunft) oder historisch relevanten Aufgaben
- Interaktion mit Franck-Haus, Stadtbibliothek, VHS, Marktplatz, Schulen, etc.
- langfristig eventuell verbesserte personelle Ausstattung

5.4.2 INNENSTADT

Das hier vorgeschlagene Projekt der Einrichtung einer Innenstadt-Koordinierungsstelle erfordert eine genaue Abgrenzung der Aufgaben eines Innenstadtkoordinators von den Aufgaben der Abteilung Stadtmarketing, Kultur und Tourismus bei der Stadt.

KOORDINIERUNG

Träger der Maßnahme:
Werbegemeinschaft

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen,
Kostenansätze/Umsetzung:
45.000 Euro/Jahr

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
2 Jahre / weitere 2 Jahre

Priorität:
hoch

Projektanlass

- Entwicklung und Umsetzung einer Marketingstrategie

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Koordination und Steuerung der Innenstadt-Aktivitäten von Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Hotellerie durch eine/n professionelle/n Innenstadtkoordinator/-in

Projektschritte / Einzelprojekte

- Innenstadtkoordinator/-in
- Anschubfinanzierung, 2 Jahre
- Zwischenevaluation
- weitere Förderung für weitere 2 Jahre angestrebt
- Leitung der Geschäftsstelle der Werbegemeinschaft
- Ansprechpartner für Handel, Dientsleistung, Gastronomie, Hotellerie
- Erhöhung der Frequenz in der Innenstadt
- Werbung für die Innenstadt
- Vereinheitlichung der Laden-Öffnungszeiten
- Store Checks
- Veranstaltung von Aktionen
- neues Highlight auf dem Marktplatz
- „Innenstadt - Online“
- Entwicklung einer Strategie des stationären Handels in Zeiten von Amazon & Co.
- Internet, Gutschein & Co. (Ausbau, Weiterentwicklung der Internetseite & App)
- Leerstands- und Flächenmanagement
- Einrichtung einer Datenbank mit allen Leerständen
- Anlegung eines Portfolios der Leerstände zur besseren Vermarktung (Erfassung von Eckdaten)
- Entwicklung von Zwischennutzungen
- Baustellenmanagement (vor allem während der Phase der Sanierung der Alten Mainbrücke)

5.4.3 INNENSTADT UND KERNSTADT: AUFWERTUNG / GESTALTUNG / FUNKTIONALITÄT

Quelle: UmbauStadt, 2016.

AKZENTUIERTE BEGRÜNUNG

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
100.000 €

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
5 Jahre

Priorität:
mittel

Projektanlass

- Schaffung von öffentlichen Kommunikations- und Aufenthaltsorten für alle Generationen

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Aufwertung, Optimierung, Umgestaltung aller innerörtlichen Freiraumareale mit Begrünungspotenzial

Projektschritte / Einzelprojekte

- Verbesserung des Stadtklimas
- Verbesserung der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum
- Begrünung alter Festplatz
- Begrünung Ludwigstraße
- Begrünung Luitpoldstraße
- Begrünung Baumhofstraße
- Begrünung ZOB

FLÄCHENAKTIVIERUNG / NACHVERDICHTUNG

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld, Wohnbaugenossenschaften, Wohnbaugesellschaften, Private Eigentümer

Kosten für Zwischenerwerb, Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
1.000.000 €

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
5 Jahre

Priorität:
hoch

Projektanlass

- Schaffung von Wohnraum

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Aktivierung unbebauter Flächen zur Schaffung neuen Wohnraums
- standortbezogene Konzeption von Wohnungsgebäuden
- Konzeption von Aufstockungen und Nachverdichtungen

Projektschritte / Einzelprojekte

- Einsetzung eines Flächenkoordinators
- Eigentümeransprache
- Flächenbewertung
- Zwischenerwerb
- Aufstellung von Nutzungskonzeptionen (Machbarkeitsstudien Wohnen)
- Schaffung von Baurecht / Aufsetzen städtebaulicher Verträge
- Flächenveräußerung
- Qualitätskontrolle, Produktevaluation
- vornehmlich: Bereich zwischen Mitteltorstraße, Untertorstraße und historischer Stadtmauer

WOHNUMFELDAUFWERTUNG

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld, Wohnbaugenossenschaften, Wohnbaugesellschaften

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
300.000 €

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
5 Jahre

Priorität:
hoch

Projektanlass

- Aufwertung des Wohngebäudebestands der gemeinnützig operierenden Wohnbaugesellschaften und - genossenschaften

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Aufwertung von Zwischengrünflächen
- Aufwertung von Grundstückszugängen und Gebäudeeingängen
- Aufwertung von wohnungsbezogener Infrastruktur: Kfz-Stellplätze, Motorradstellplätze, Fahrrad- und Kinderwagenstellplätze, Müllcontainerstellplätze, Wäschetrockenplätze, Mietergärten, Grillplatz, Kinderspielflächen

Projektschritte / Einzelprojekte

- Aufstellung von Nutzungskonzeptionen
- Aktivierung der Bewohnerinnen und Bewohner
- Konzeption und Koordination von Arbeitsanteilen in Eigenleistung
- Umsetzung unter Beteiligung der Bewohnerinnen und Bewohner

MODERNISIERUNG UND SANIERUNG VON MIETWOHNUNGSBESTANDSGEBÄUDEN

Träger der Maßnahme:
Wohnbaugenossenschaften, Wohnbaugesellschaften

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
500.000 €

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
5 Jahre

Priorität:
hoch

Projektanlass

- Aufwertung des Wohngebäudebestands der gemeinnützig operierenden Wohnbaugesellschaften und - genossenschaften

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

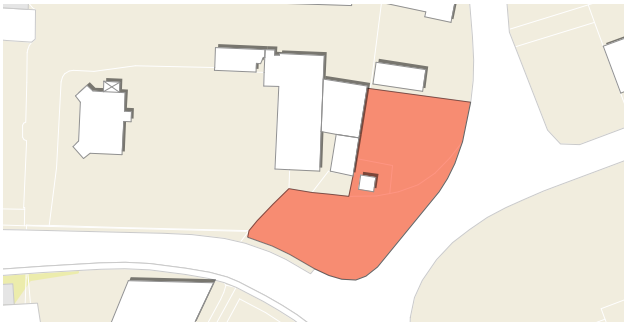
- Aufwertung von Wohnungsbeständen
- zeitgemäße Anpassung des Wohnungsstandards
- Optimierung der Gebäudefunktionen (Auslastungsgrad, Energieeffizienz, Energieverbrauch)

Projektschritte / Einzelprojekte

- Aufstellung von Nutzungskonzeptionen
- sanierungsbezogenes Baustellen- und Umzugsmanagement (Auszug, Baumaßnahme, Wiedereinzug) für Bewohnerinnen und Bewohner
- eventuell Konzeption und Koordination von Arbeitsanteilen in Eigenleistung
- Umsetzung, eventuell unter Beteiligung der Bewohnerinnen und Bewohner

STADTEINGÄNGE UND ZUGÄNGE ZUR STADT

Stadteingang Nord



Qualifizierung des Stadteingangs

Bestandsaufnahme

Visualisierung einer möglichen Umgestaltung

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
50.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
1 Jahr

Priorität:
gering

Projektanlass

- Entwicklung und Unterstützung einer Marktheidenfeld-Identität

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Ausgestaltung und Betonung der Stadteingänge als Auftakt zur Stadt

Projektschritte / Einzelprojekte

- Inszenierung der Stadteingänge in Analogie zum Bild eines Stadttors
- Stadteingang Nord, Höhe Einmündung Eichholzstraße
- Öffnung der zur Luitpoldstraße gerichteten Fläche vor der Martinsbrauerei
- Nutzung der Außenwand der Martinsbrauerei als Projektionsfläche
- Einrichtung eines Info-Screens, digitale Litfaßsäule
- Stadtmobiliar und Parkmöglichkeiten
- Stadteingang Süd, Würzburger Straße B8
- Aufwertung der Seitenbereiche und Schließung von unterbrochenen Raumkanten → akzentuierte Begrünung, Baumpflanzungen

ENTWICKLUNG FUSSGÄNGERZONE / VERKEHRSBERUHIGTER BEREICH

Beispiel einer Bodenbelagsgestaltung I

Beispiel einer Bodenbelagsgestaltung II

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeption,
Feinplanung und Kostenansätze:
500.000 Euro

Zeitl. Umsetzung/Dauer:
5 Jahre

Priorität:
hoch

Projektanlass

- Attraktivierung der Innenstadt im Sinne der sozialen, kulturellen und ökonomischen Teilhabe aller Bewohnerinnen und Bewohner

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Steigerung der Attraktivität
- Prüfung der Option der Ausdehnung
- Definition von Grenzen

Projektschritte / Einzelprojekte

- barrierefreier Ausbau des öffentlichen Raums (Einrichtung eines mit flachen Platten ausgestatteten Bodenbelags, Beispiel Kirchgasse, für Kinderwagen, Rollatoren, Rollstühle, etc.)
- Auswertung / Aktualisierung der Verkehrserhebung von 2009
- evtl. komplette Verkehrsberuhigung von 22-6 Uhr (tagsüber Öffnung der Ober-, Mittel- und Untertorstraße für Verkehr in verkehrsberuhigter Form)
- evtl. Ausbau der Fußgängerzone
- Beschilderungskonzept und Beschilderung der Innenstadt und insbesondere der Altstadtgassen
- Ausarbeitung und Realisierung eines Skulpturenkonzepts zur Altstadtgassenbeschilderung
- Ausarbeitung eines Gestaltungsleitfadens für den öffentlichen Raum (insbesondere der Luitpoldstraße für die Zeit nach deren Abstufung) mit dem Ziel, die beiden Seiten der Innenstadt Marktheidenfelds rechts und links der Luitpoldstraße besser zusammenzuführen.

VERBESSERUNG DER INFRASTRUKTUR / NACHHALTIGE ENTWICKLUNG DER INNENSTADT

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeption,
Feinplanung und Kostenansätze:
200.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
5 Jahre

Priorität:
mittel

Projektanlass

- Attraktivierung der Innenstadt im Sinne der angemessenen modernen Ausstattung des Öffentlichen Raums

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Erstellen eines Gesamtkonzepts und Umsetzung dieses Konzepts zur Ausstattung des öffentlichem Raums mit einheitlichem Stadtmobiliar, Beleuchtungselementen, Beschilderungen, Informationstafeln und -displays

Projektschritte / Einzelprojekte

- Konzepterstellung
- Ausstattung mit Sitzmöglichkeiten, Sanitäranlagen, Beleuchtungen, Wegeführungen
- Beleuchtungskonzept für die Innenstadt und die Altstadt und Beleuchtung von wichtigen Gebäuden und Einrichtungen (z.B. Franck-Haus)
- akzentuierte Begrünungsmaßnahmen
- Vorhaltung von Reserveflächen, z.B. für den Bau zukünftig notwendiger Kita-Plätze, seniorengerechter Wohnungen oder anderer Bedarfe:

  A. Der Alte Festplatz bleibt nach derzeitigem Stand vorerst unbebaut und kann als langfristige Vorhaltefläche für zukünftige städtebauliche oder stadtfunktionale Entwicklungsmaßnahmen herangezogen werden

  B. Am Standort der Grundschule und der bestehenden Stadtbibliothek (Ecke Ludwigstraße / Äußerer Ring) werden die Neubau- und Neuordnungsmaßnahmen der Grundschule und die frei werdenden Flächenpotenziale (nach Fertigstellung der neuen Stadtbibliotehk in der Altstadt) als städtebauliche Reserveflächen für zukünftige Entwicklungsvorhaben vorgehalten

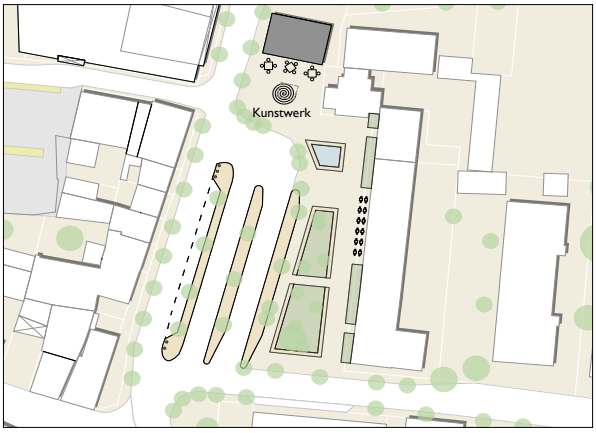
LANGFRISTIG: UMGESTALTUNG DES ZOB

Bestandsfoto

Visualisierung einer möglichen Umgestaltung

Lageplan Bestand

Lageplan Entwurf



Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
1.800.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
10 Jahre

Priorität:
gering

Projektanlass

- Verbesserte Zuordnung und Zusammenlegung vorhandener Flächen im bestehenden Raum

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Durch die Umgestaltung soll der ZOB eine räumliche Fassung bekommen und somit als öffentlicher Kommunikationsraum besser genutzt und besser wahrgenommen werden

Projektschritte / Einzelprojekte

- Schließung von Raumkanten durch Baumpflanzungen
- Neubau eines Cafes anstelle der vorhandenen Info-, Telefon-, Briefkasten-Pavillons
- Verlegung der Busspuren Richtung Luitpoldstraße
- Verbreiterung der Fußgängerseitenbereiche nach Abstufung Luitpoldstraße
- Gestaltung der gewonnenen Fläche auf der Ostseite / Steigerung der Aufenthaltsqualität
- Einrichtung von Außenbereichen für gastronomische Nutzungen, nach Möblierungs- und Außenbestuhlungskonzept
- Verbreiterung des Gehwegs durch Herabstufung der Luitpoldstraße
- Errichtung eines Brunnens oder (Wasser-) Kunstwerks

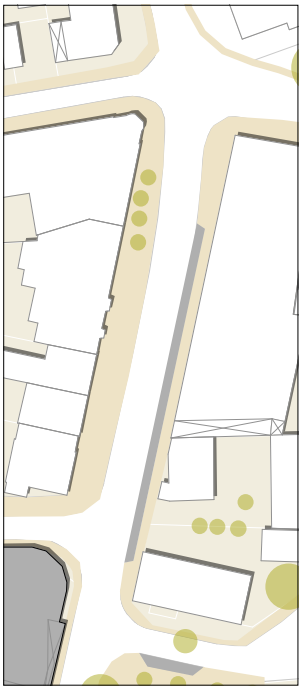
Da bereits im Jahr 2003 eine geförderte Umgestaltung des Adenauerplatzes realisiert wurde, besteht eine Bindefrist für insgesamt 20 Jahre nach Realisierung der vormaligen Planung. Eine erneute Umgestaltung wäre langfristig, in Bauabschnitten, nach Abstufung und in Abhängigkeit der Sanierung der Alten Mainbrücke denkbar und sinnvoll.

GESTALTUNG DER ABGESTUFTEN LUITPOLDSTRASSE

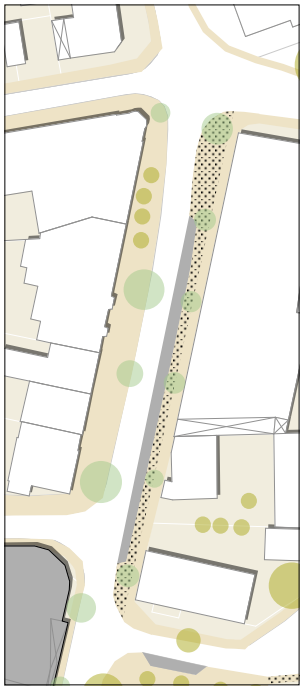
Bestandsfoto

Visualisierung einer möglichen Umgestaltung

Bestand



Entwurf



Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld in Kooperation mit dem Staatlichen Bauamt

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
1.000.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
10 Jahre

Priorität:
mittel

Projektanlass

- Ausschöpfung der Neugestaltungspotenziale nach Abstufung der Luitpoldstraße

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Umgestaltung der Luitpoldstraße nach Abstufung. Nutzung des neu gewonnen Raums als Aufwertungspotenzial des öffentlichen Raums.

Projektschritte / Einzelprojekte

- Fahrbahnreduzierung
- Einbau von Fahrbahnverschwenkungen und Querungshilfen
- Verbreiterung Seitenbereiche für Fußgänger
- Baumbegrünungen, Stadtmobiliar, Straßenbeleuchtung, seitlich angeordnete Längsparker
- Arrondierung von offenen Raumkanten
- Erstellung und Verabschiedung einer Gestaltungssatzung für die Luitpoldstraße zur langfristigen Harmonisierung des sehr heterogenen Erscheinungsbilds
- Zusammenführung der beiden Straßenseiten, Reduzierung der Barrierewirkung zwischen Ostseite und Westseite

GESTALTUNG LUDWIGSTRASSE

Bestandsfoto

Visualisierung einer möglichen Umgestaltung

Lageplan Bestand

Lageplan Entwurf

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
400.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
5 Jahre

Priorität:
mittel

Projektanlass

- Schaffung von verkehrssicheren und gut gestalteten Seitenbereichen

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Umgestaltung der Ludwigstraße zur Aufwertung des öffentlichen Raums

Projektschritte / Einzelprojekte

- räumliche Definition der Einmündung in die Luitpoldstraße
- Schaffung durchgängiger Seitenbereiche (Flächenzukauf)
- Begrünung
- Schließung von Raumkanten (Abstimmung mit Neuordnung Areal Kaufhaus Udo Lermann)
- Straßenbeleuchtung

GESTALTUNG BAUMHOFSTRASSE

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
400.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
5 Jahre

Priorität:
mittel

Projektanlass

- Schaffung von gut gestalteten Grünbereichen neben Straßenraum (Verkehrssicherheit!)

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Umgestaltung der Baumhofstraße zur Aufwertung des öffentlichen Raums

Projektschritte / Einzelprojekte

- Aufwertung der Grünfläche am südlichen Ende der Baumhofstraße
- Koordination zur Optimierung der Parkplatzsituation (Zufahrt und Ausnutzungsgrad) zwischen Baumhofstraße und Heubrunnenstraße
- Begrünung
- Schließung von Raumkanten (Abstimmung mit Neuordnung Areal Kaufhaus Udo Lermann)
- Straßenbeleuchtung
- Brunnensanierung
- Inszenierung des Wasserlaufs des Heubrunnenbachs

GESTALTUNG BRONNBACHERSTRASSE

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
300.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
3 Jahre

Priorität:
mittel

Projektanalss

- Fortführung des Ausbaus der Oberen Bronnbacher Straße

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Fortsetzung und Vollendung der aufwertenden Umgestaltung der Bronnbacher Straße im Bereich zwischen ‚An der Stadtmauer' und ‚Luitpoldstraße' (letztes Teilstück der Straßensanierung)

Projektschritte / Einzelprojekte

- Umgestaltung der Oberflächenbeläge in Analogie zu den bereits umgestalteten Teilstücken der Bronnbacher Straße
- Umgestaltung der Seitenbereiche in Analogie zu den bereits umgestalteten Teilstücken der Bronnbacher Straße
- Ausstattung der Bronnbacher Straße als Zubringerstraße zur Altstadt mit adäquatem Stadtmobiliar

ALTSTADT

Träger der Maßnahme:
Privat, Stadt Marktheidenfeld, Freistaat

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
200.000 Euro/Jahr

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
fortlaufend

Priorität:
hoch

Projektanlass

- Fortführung der Altstadt-Sanierung

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Inwerthaltung der Altstadt und Fortführung der Sanierung der Altstadt

Projektschritte / Einzelprojekte

- Entwicklung des Bestands für zukünftige Nutzergenerationen
- Steigerung der Attraktivität für die Bewohner
- Stärkung des Wechselspiels von Freiraum und Wohnraum
- Erstellung eines Faltblatts/einer Broschüre zu Ergebnissen und Erfolgen der bisherigen Sanierungstätigkeit, mit Benennung von vorbildlichen Referenzbeispielen (eventuell in Verbindung mit QR-Code-System) und Hinweisen auf Fördermöglichkeiten und diesbezügliche Ansprechpartner

ARRONDIERUNG UND NEUORDNUNG AREALE KAUFHAUS LERMANN

Träger der Maßnahme:
Privat, Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
projekt- und konzeptabhängig

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
5 Jahre

Priorität:
mittel

Projektanlass

- Verlegung des Baumarktsortiments an den Äußeren Ring

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

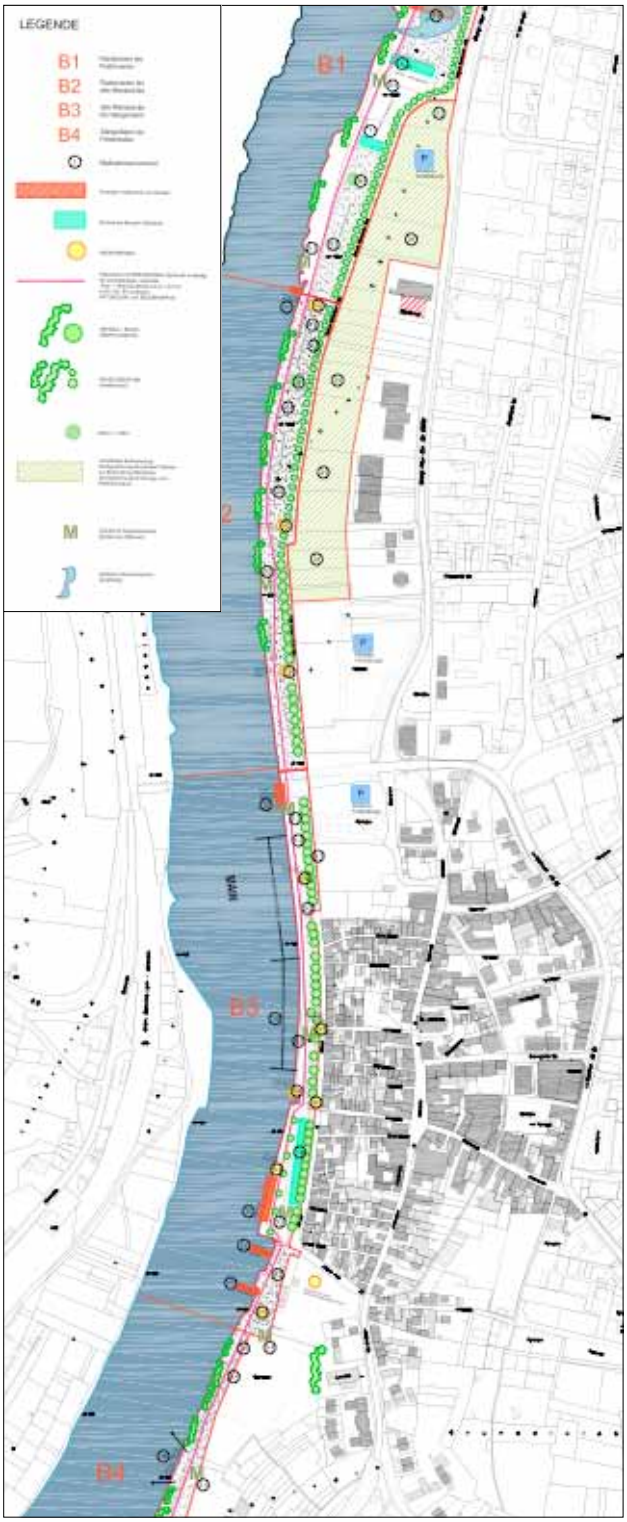
- Aufwertung, Optimierung, Umgestaltung der gesamten Gebäude- und Freiraumstruktur zwischen Luitpoldstraße, Baumhofstraße, Altem Festplatz und Ludwigstraße zur funktionalen und ästhetischen Aufwertung der privaten Liegenschaften und des angrenzenden öffentlichen Raums.

Projektschritte / Einzelprojekte

- Verbesserung der Flächenausnutzung
- Verbesserung der Zugänglichkeit (Eingänge, Ausgänge, Zufahrten, Ausfahrten)
- Schließung und Arrondierung von Raumkanten (Baumstellungen, Neubauten)
- verbesserte funktionale, ästhetische und räumliche Einbindung der Handelsflächen in das städtische Gewerbe

5.4.4 MAINUFERGESTALTUNG / AKZENTUIERTE BEGRÜNUNG INNENSTADT

PROMENADENGESTALTUNG



Quelle: Struchholz und Auktor Ingenieur GmbH

PROMENADENGESTALTUNG PLUS

Quelle: Struchholz und Auktor Ingenieur GmbH

MAINUFERGESTALTUNG

Rahmenplanung / Mainufergestaltung: Büro Thomas Struchholz mit Auktor Ingenieur GmbH.

Nach dem ersten Treffen der Arbeitsgruppe *Mainufergestaltung der Stadt Marktheidenfeld* am 17.09.2010 fanden insgesamt 10 weitere Sitzungen statt. Dabei wurde schnell klar, dass für die Umsetzung der eingebrachten Vorstellungen und Ideen die Einbindung eines Fachbüros erforderlich ist. Am 15.03.2012 wurde ein entsprechender Planungsauftrag erteilt. Die Rahmenplanung Mainufergestaltung wurde am 06.06.2013 dem Stadtrat vorgestellt und erläutert.

Resultierend aus der Stadtratssitzung ging der Rahmenplan Mainufergestaltung als zukunftsorientiertes und langfristig zu realisierendes Konzept unter der Maßgabe einer künftigen Fortschreibung als Beschluss hervor.

Als Leitlinien wurden innerhalb des Konzeptes festgelegt:

- die Öffnung der Stadt hin zum Wasser durch stärkere Verknüpfungen und Nutzungen (Wohnen, Arbeiten, Leben am Fluss)
- die Erhaltung und Aufwertung des historischen Ortsbildes durch Stärkung der Übergangsbereiche zum Main
- die Aufwertung der Grün- und Freianlagen zur nachhaltigen Entwicklung von hochwertigem Erholungsraum

KONZEPT

Das Entwicklungs- und Gestaltungskonzept für die Mainuferentwicklung basiert auf der Schaffung einer Grundstruktur, die sich in allen vier Untersuchungsbereichen wiederfindet und diese untereinander als ein Ganzes verbindet.

Diese Grundstruktur wird von Elementen und Flächen unterschiedlicher Nutzung überlagert und bildet je nach Bereich ein engeres oder weiteres Netz von Anziehungspunkten, Aktivitätsbereichen, Aufenthaltsräumen, Treffpunkten oder erholsamen Naturerlebnissen.

Die bandartige Grundstruktur wird durch das linienhafte Element der Wiederaufnahme des historischen Leinreiterweges gebildet, der alle vier Bereiche durchzieht. Dieser „rote Faden“, der durch eine im Belag immer wiederkehrende Signatur hervorgehoben werden sollte, kann zudem im Bereich B1 und B4 durch einen Naturerlebnis- oder Naturlehrpfad begleitet werden.

Der Leinreiterweg kann besonders an den „Eingangsbereichen“ zum Mainufer mehrmals thematisiert werden, um entlang des gesamten Mainlände als historischer Leitfaden immer wieder aufgegriffen zu werden.

[...] Durch die einzelnen historischen, naturräumlichen, verkehrs- und nutzungsbedingten Bezüge und Verknüpfungen ergeben sich so Spannungsfelder und Erholungsräume.

Das Konzept bereitet all die verschiedenen Themen und Nutzungsoptionen so auf, dass sie eine interessante Abfolge entlang und am Main ergeben. Es werden immer wieder Anziehungspunkte vorgeschlagen, die im Wechsel mit Informationsbereichen, Naturerlebnis- und Landschaftsbezugsoptionen stehen. Im Altstadtbereich B3 ist die Verbindung in die Stadt hinein und aus ihr heraus besonders wichtig, um die Lage am Fluss möglichst spürbar zu machen.

Zahlreiche historische Entwicklungen der Stadt, der Nutzung des Flusses und des Alltagslebens früherer Zeiten bieten einen weiteren Themenstrang, der mit einzubinden ist.

Im Konzept werden die Bereiche mit Potenzial für Maßnahmen mit direktem Bezug zum Wasser sowie für Maßnahmen im Mainländebereich dargestellt.
Die verschiedenen Nutzungsoptionen und wichtigen Bezugspunkte werden durch punktuelle Inszenierungen herausgestellt und können unterschiedlich vertieft werden.

In schützenswerten bestehenden und weiterzuentwickelnden Grünbereichen ist darauf zu achten, dass die Nutzungen durch den Menschen gebündelt werden und demgegenüber Bereiche der Natur verbleiben, die frei von Belastungen und Eingriffen sind.

Für alle Bereiche ist ein Beschilderungskonzept mit Zeit- und Entfernungsangaben zu erstellen. Alle Inszenierungen und wichtigen Maßnahmen sollten durch ein differenziertes Beleuchtungskonzept unterstützt werden.

PROMENADENGESTALTUNG I

Mainufer Bestandsfoto

Mainufer Promenadengestaltung

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten:
1.400.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
5 Jahre

Priorität:
hoch

Projektanlass

- Inszenierung und Ausstattung Marktheidenfelds als Stadt am Wasser

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Die Stadt am Wasser / der unverbaute Blick auf den Fluss und auf die Stadt / Erhaltung und Aufwertung des historischen Ortsbildes / Aufwertung der Grün- und Freianlagen

Projektschritte / Einzelprojekte

- Wiederaufnahme des historischen „ Leinreiterweg“ als Verbindungselement und roter Faden, möglichst nah am Wasser, als Gehweg (2 m breit) und als Radweg (2,5 m breit)
- Bestandspflege der Alleebäume und Neuanlage von Baumreihen
- Konzeption, Beschaffung und Aufstellung von drei Pflanzen- oder Steinfiguren zur Stärkung der Stadtidentität (markantes Ortssymbol)
- Inszenierung von Informationspunkten (mögliche Punkte könnten die Schifffahrt, der Bereich Stadtmauer-Boulevard, Furt und Fähre, historische Bachmündung sein
- Errichtung einer Wasser- und Anlegertreppe zur Mainbrücke hin (Anlage ist so zu gestalten, dass sowohl die Anladung für Kleinstboote als auch das Verweilen und Genießen am Main für Passanten möglich ist)
- Stadtbalkon mit integrierter Parktasche (* siehe „Hinweis zum Stadtbalkon“ auf der Folgeseite)
- Errichtung und Inszenierung eines Bürgerstegs
- Konzipierung eines Feuerwehr- und Fischereistegs / evtl. Integration eines Freizeitbootestegs

Quelle: Thomas Struchholz und Auktor Ingenieur GmbH

PROMENADENGESTALTUNG II

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
1.400.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
5 Jahre

Priorität:
hoch

Projektanlass

- Verbesserung der funktionalen Ausstattung des Mainkais

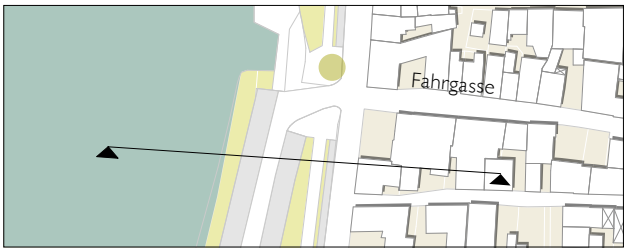
Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Funktionale und gestalterische Attraktivierung der Wasserseite von Marktheidenfeld

Projektschritte / Einzelprojekte

- Umgestaltung der Mainuferpromenade und Ergänzung um sinnvolle und notwendige Funktionseinheiten (z.B. öffentliches WC, Fahrrad-Station, Touristeninformation, Gepäck-Station)
- Stärkung des Bereichs zwischen Fluss und Stadt (Nutzung als Veranstaltungsort, Beschilderungs- und Beleuchtungskonzept, Skulpturenweg)
- Koordination und Konzeption von Veranstaltungen am Main (z.B. Verkaufsstände, Märkte, Sport- und Freizeitveranstaltungen, Jugendveranstaltungen, etc.)
- Umgestaltung und Erweiterung des alten Sportplatzes (Bouleplatz, Beachvolleyballplatz)
- Einrichtung einer Servicestation (Starkstrom, Wechselstrom) zur temporären Energieversorgung der weißen Schifffahrtsflotte, zur Vermeidung von Generatorenlärm und -abgasen, in hochwasserrelevanter sicherer Mindestentfernung zur kritischen Wasserlinie (ausrollbares Kabel → Maßnahme sehr teuer und moderne Schiffe sind zunehmend mit gekapselten Generatoren ausgestattet)

*HINWEIS ZUM STADTBALKON



Das im Mainuferkonzept vorgestellte Projekt eines Stadtbalkons fokussiert auf zwei Punkten:

- *Inszenierung des Blicks auf den Main*
- *Kaschierung der „Blechlawine“ (Mainuferparkplatz)*

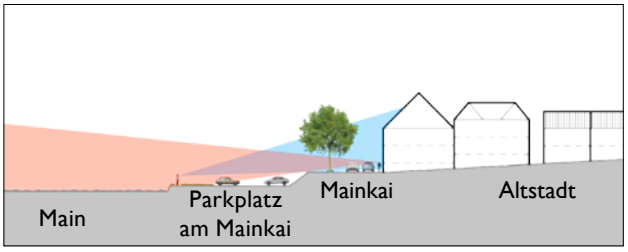
Als Autoren des ISEK Marktheidenfeld erlauben wir uns an dieser Stelle den Hinweis, dass mit der Errichtung eines Stadtbalkons schwerwiegende Eingriffe in die Substanz des bislang unbebauten Mainufers verbunden sind, funktional und ästhetisch.

Wir haben daher die Sichtbeziehungen einmal dargestellt, wie sie sind und wie sie sein würden, wenn der Stadtbalkon realisiert würde.

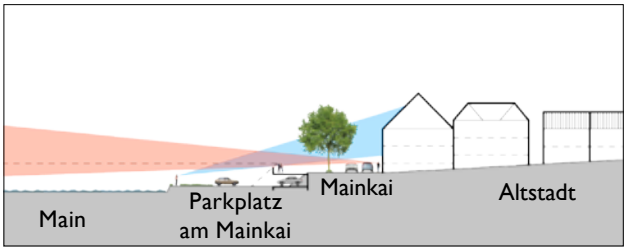
Es lässt sich trefflich darüber streiten, ob der Anblick von parkenden Autos den Blick auf den Fluss eintrübt. Geichwohl ist es auch unzweifelhaft eine Einschränkung der Blickbeziehung, wenn der Betrachter vom Wasser zur Stadt blickt und dabei durch einen gebauten Stadtbalkon nicht hindurchschauen kann.

Es bleibt abzuwägen, ob man das eine oder das andere will.

BESTAND

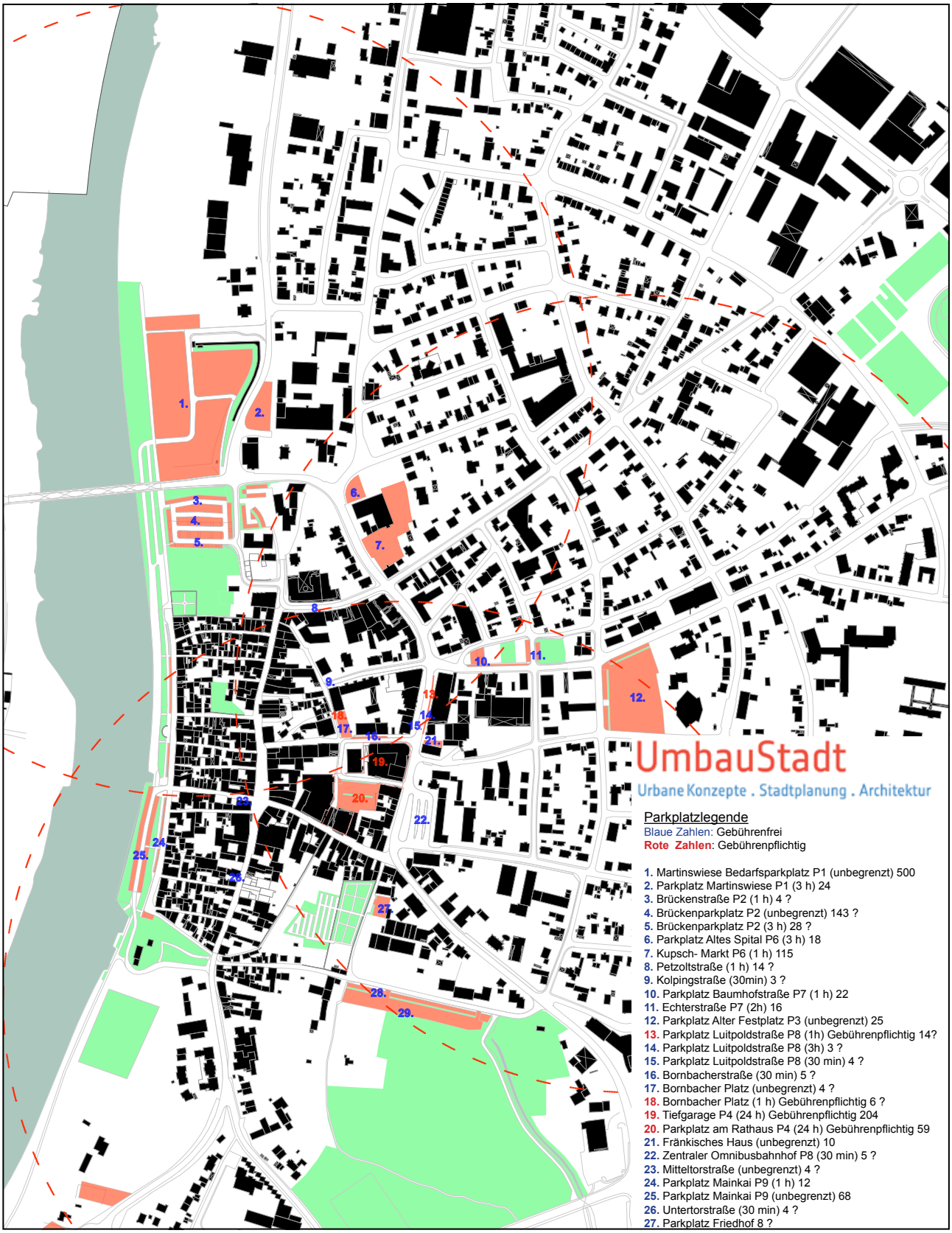


ENTWURF STADTBALKON



5.4.5 VERKEHR UND PARKEN IN DER INNENSTADT

Parkierungsflächen in Marktheidenfeld



Quelle: UmbauStadt, 2014.

BEWIRTSCHAFTUNGSSYSTEM ZUR PARKIERUNG

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
100.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
5 Jahre

Priorität:
mittel

Projektanlass

- Verbesserung des Auslastungsgrades und Ausgleich verschieden stark nachgefragter innerstädtischer Parkierungsstandorte, generell und vor dem Hintergrund der neuen Innenstadtfunktion Stadtbibliothek

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Werbemaßnahme zur Steigerung der Kenntnis und Akzeptanz für das bestehende Angebot an Parkierungsflächen und deren Zugänglichkeit (An- und Abfahrt) und integriertes Bewirtschaftungskonzept für den Betrieb aller vorhandenen Parkierungsflächen

Projektschritte / Einzelprojekte

- abgestimmtes Bewirtschaftungskonzept
- Ermittlung von Bedarf und Bedarfsdeckung
- intergriertes und koordiniertes Vorgehen der Stadt Marktheidenfeld, des Einzelhandels, der Dienstleistung, der Gastronomie und Hotellerie
- einheitliches und transparentes Tarifsystem
- evtl. Erweiterung des Parkplatzes am Lohgraben
- evtl. Ausbau des Alten Festplatzes als Dauerparkplatz
- dem nicht motorisierten Verkehr mehr Raum geben
- Innenstadt Shuttle (elektronisch)

BESCHILDERUNG INNENSTADT

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld, Werbegemeinschaft, Dienstleister, Gastronomie und Hotellerie

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
100.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
5 Jahre

Priorität:
mittel

Projektanlass

- Verbesserung der Orientierung für Einheimische und Gäste

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Stärkung der Orientierung in der kleinteilig strukturierten Altstadt und Optimierung der Verkehrsführungen in Altstadt und Innenstadt unter Berücksichtigung der notwendigen Hinweise auf Parkplatzangebote

Projektschritte / Einzelprojekte

- Einführung eines optimierten Verkehrsführungskonzepts
- Einrichtung eines nachvollziehbaren Beschilderungskonzepts für die Altstadt, die Innenstadt, die Gastronomie und die Hotellerie
- mehr Raum für den nicht motorisierten Verkehr
- Optimierung bestehender Verkehrsführungen in der Altstadt

FUSSWEGENETZ ALTSTADT UND ZUGÄNGE ZUR INNENSTADT

Öffnung des Stadtmauerwegs

Aktuell verschlossen

Entwurf als Durchgang

Bestand Verschlossen

Vorschlag einer neuen Querungsmöglichkeit

Träger	Stadt Marktheidenfeld
Kosten	50.000 Euro
Umsetzungsdauer	2 Jahre
Priorität	mittel

Projektanlass

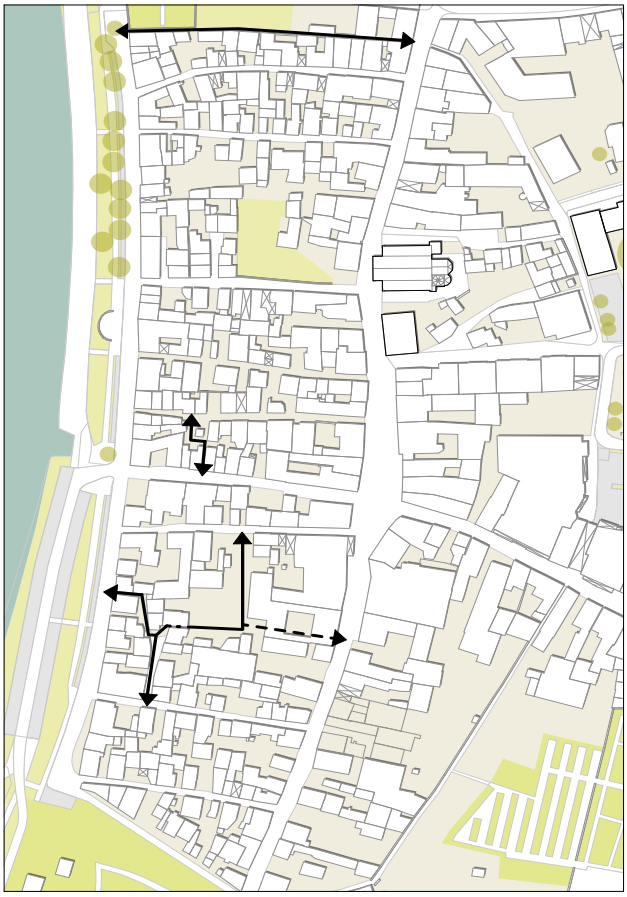
- Herausstellung einer städtebaulichen Marktheidenfelder Eigenart

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Nutzung und Öffnung aller vorhandenen altstädtischen Fußwegeverbindungen zur Inszenierung und Attraktivierung der Altstadt als ein Marktheidenfelder Spezifikum

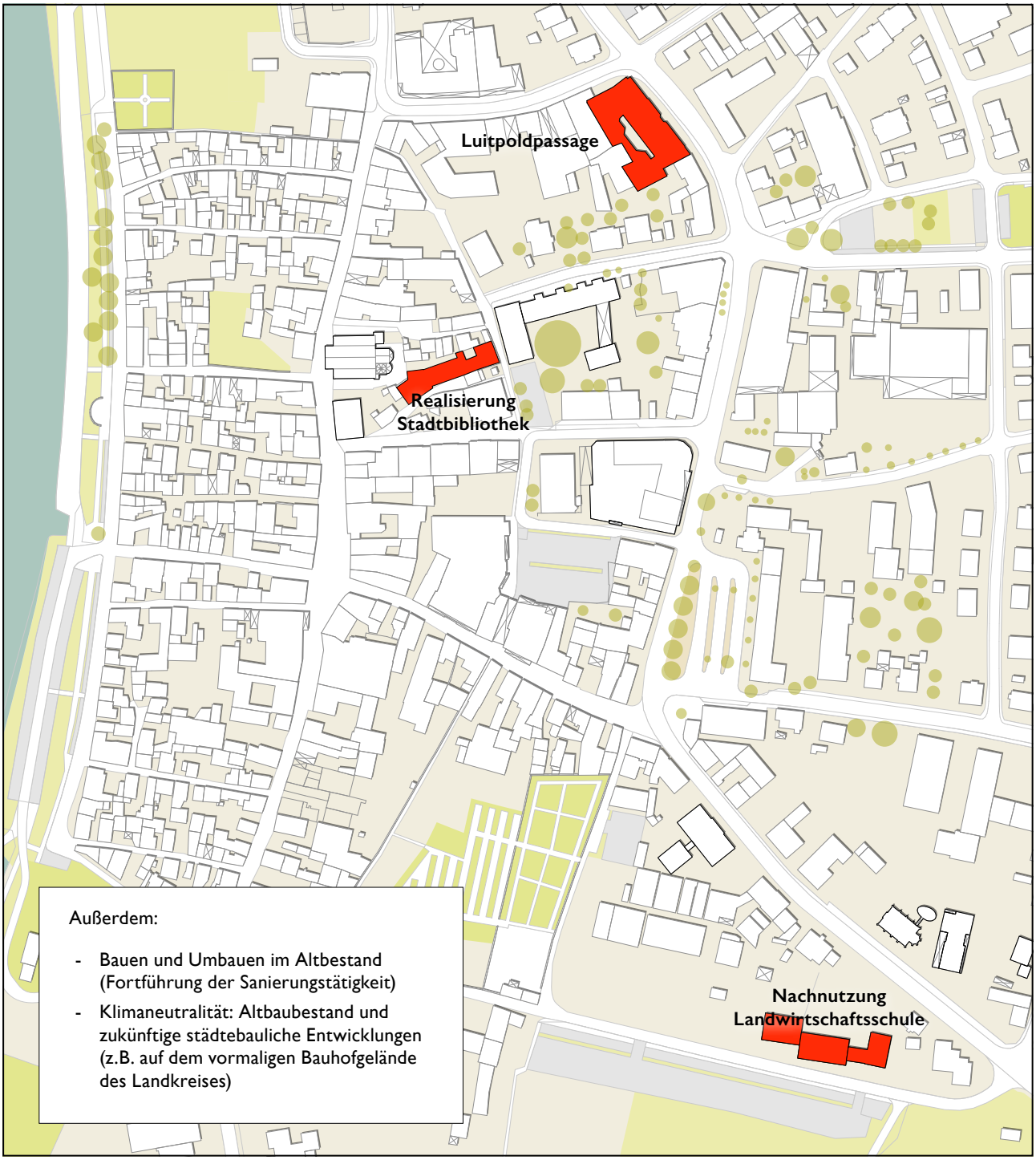
Projektschritte / Einzelprojekte

- Wiederbelebung von Quergässchen
- Öffnung des vorhandenen Stadtmauerwegs
- Beleuchtung
- Pflege (evtl. temporärer Verschluss bei großen Stadtfesten zur Vermeidung von ‚Pinkelecken'
- Ausbau von Themenführungen, z.B. entlang des Stadtmauerwegs



5.4.6 ENTWICKLUNG INNENSTADT

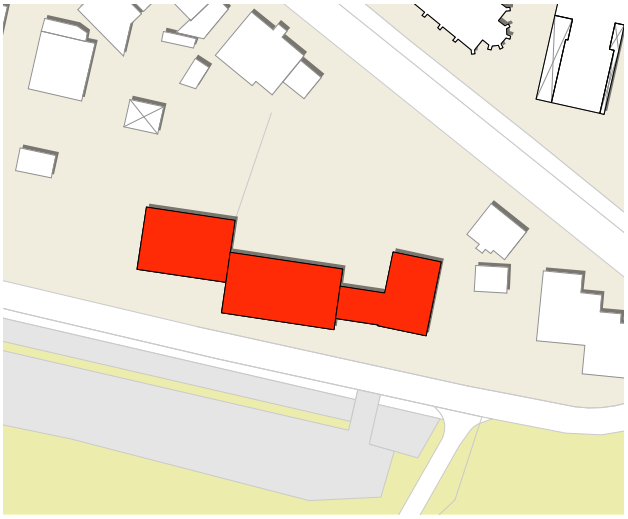
Funktionale Aufwertung, Bestandssicherung und Fortentwicklung, Einzelhandel und Versorgung



Quelle: UmbauStadt, 2014.

NACHNUTZUNG LANDWIRTSCHAFTSSCHULE

Lageplan



Ansichten der Landwirtschaftsschule

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld, privater Träger

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
3.000.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
3-5 Jahre

Priorität:
mittel

Projektanlass

- Konzeption zukünftiger Nutzungsszenarien
- vorausschauende Planung (mittel- und langfristig) zur Bewältigung eventuell steigender Kitaplatznachfrage und steigender Nachfrage für betreutes Seniorenwohnen

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Konzeption und Projektentwicklung für Nachnutzung der bestehenden Nutzung (evtl. Seniorenwohnen, Mehrgenerationenwohnen, Projekt für Integratives Wohnen, Ärztehaus mit angeschlossenen Medizin-Services)

Projektschritte / Einzelprojekte

- Bedarfserhebung
- Erstellung einer Machbarkeitsstudie zur vorhandenen Baustruktur und zum vorhandenen Freiflächenpotenzial der Liegenschaft für mögliche Umnutzungen
- Variantenvergleich verschiedener Nutzungen / Entwürfe
- Kosten- und Finanzübersicht erstellen
- Realisierung

STADTBIBLIOTHEK (SIEHE S. 61)

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen und Kostenansätze:
3.800.000 Euro

Erdgeschossgrundriss der neuen Stadtbibliothek

Ansicht Ost

Ansicht Süd

Zeitl. Umsetzung / Dauer:
3 Jahre

Priorität:
hoch

Projektanlass

- Stärkung der Innenstadt: Stadtbibliothek als Frequenzbringer mit Strahl- und Magnetkraft
- Schaffung einer attraktiven Anlaufstelle für alle Generationen
- außerschulischer Bildungsort mitten in der Stadt
- Nutzung von Synergien mit anderen kulturellen Angeboten
- Schaffung eines Ortes sozialer Integration, gut ausgestatteter Lern- und Kommunikationsort, kostenfrei
- Erhöhung der Angebots- und somit der Lebensqualität der Altstadt
- Schließung einer Baulücke / Verknüpfung von moderner Architektur und historischer Substanz an der Stadtmauer
- Stabilisierung der zentralen und öffentlichen Funktion des Stadtkerns

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Planung: Konkretisierung der Entwurfsplanung, Bauantragsplanung, Werkplanung
- Neubau: Ausschreibung, Vergabe, Bauleitung, Dokumentation

Projektschritte / Einzelprojekte

- Bewerbung des neuen Bibliotheksstandorts nach Fertigstellung und Bezug
- Einbindung in das Kulturnetzwerk
- Verknüpfung mit anderen kulturellen Angeboten

(Planung + Darstellungen: Ritter Bauer Architekten GmbH)

LUITPOLDPASSAGE

Eingang der Passage

Innenbereich

Träger der Maßnahme:
privat

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
konzeptabhängig

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
3 Jahre

Priorität:
mittel

Projektanlass

- untergenutzte Auslastung
- nicht vorhandene Einsehbarkeit

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Aufwertung und Umgestaltung des Bestandes

Projektschritte / Einzelprojekte

- Situationsanalyse und Benennung der Defizite und Lösungsansätze
- Umgestaltung der Zugänge / evtl. Umbau und Verbreiterung der Zugangsquerschnitte
- Verbesserung der Sichtbeziehungen (Einblick / Durchblick / Ausblick)
- Verbesserung der Zugänglichkeit zu den Vertikalerschließungen
- Aufwertung der Passagengestaltung: evtl. Begrünung, evtl. Entfernung Glasdach, evtl. Zonierung der Passagenflächen (Lauf- und Ausstellungsfläche)
- Einbeziehung leerstehender Ladenflächen in Leerstands- und Flächenmanagement (Innenstadtkoordinierung)
- evtl. Schaffung eines zusätzlichen Zugangs von/ nach Süden in Abstimmung mit angrenzenden Eigentümern

BAUEN UND UMBAUEN IM ALTBESTAND, MITTELTORSTRASSE UND LOHGRABEN (FORTFÜHRUNG SANIERUNGSTÄTIGKEIT)

Träger der Maßnahme:
Privat, Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
300.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
10 Jahre

Priorität:
hoch

Projektanlass

- Fortführung der Altstadtsanierung

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Förderung von Bau- und Umbautätigkeiten
- Koordinierung von Umbau- und Ertüchtigungsmaßnahmen im Kontext von Nachbarschaften
- Optimierung des Altbestands

Projektschritte / Einzelprojekte

- Einrichtung einer Beratungsstelle für Bau- und Umbauinteressierte zur Beratung und Hilfe bei der Umsetzung
- zur Koordination von Konzeptions-, Planungs- und Bauabsichten zusammenhängender Nachbarschaften und Quartiere mit mehreren Eigentümern gleicher Interessenlage → gemeinsamer Nutzen für alle Beteiligten bei gleichzeitiger Kostenreduktion und in Würdigung der altstadtspezifischen Charakteristika (Kleinteiligkeit, wenig Platz, enge Straßen- und Gassenquerschnitte)
- Erstellung eines Best-Practice-Kataloges zur Orientierung

KLIMANEUTRALITÄT: ALTBAUBESTAND UND ZUKÜNFTIGE (STÄDTE-) BAULICHE ENTWICKLUNG (BEISPIEL: EHEMALIGER BAUHOF DES LANDKREIS)

Träger der Maßnahme:
privat

Kosten für Konzeptionen, Feinplanungen, Kostenansätze/Umsetzung:
200.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
10 Jahre

Priorität:
hoch

Projektanlass

- Anpassung des Gebäudebestands an klimaschutzrelevante zeitgemäße Standards

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

- Unterstützung und Beratung von energiebewussten Projekt- und Planungsansätzen
- Reduktion des Energieeintrags und -verbrauchs bei Erstellung, bei Betrieb und beim Unterhalt neuer oder umgebauter Gebäude
- möglichst weitreichende Klimaneutralität
- Ausnutzung und Berücksichtigung von energiebilanz- und klimabilanzoptimierenden Systemen (Nahwärmenetz, dezentrale Energieversorgung über Blockheizkraftwerk, etc.)

Projektschritte / Einzelprojekte

- Beratungsangebot
- kommunale Unterstützung bei Umsetzung
- Zwischenerwerb von geeigneten Liegenschaften zur langfristig-nachhaltigen Entwicklung

5.4.7 MANAGEMENT, AKTIVIERUNG, AUFWERTUNG UND NACHVERDICHTUNG VON FLÄCHEN / WOHNRAUMOFFENSIVE

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für Flächenmanagement, Grundstückserwerb und Konzeptionen:
1.000.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
10 Jahre

Priorität:
hoch

Projektanlass

- Schaffung von Wohnraum
- Aufwertung von Wohnumfeldflächen

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

Um der großen Nachfrage nach Baugrund und nach bezahlbarem Mietwohnraum nachzukommen, wird empfohlen, die in Marktheidenfeld vorhandenen Potenzialflächen zu aktivieren und zu entwickeln.

Hierzu ist die Ansprache der Eigentümer eine wesentliche Voraussetzung.

Gleichermaßen bedarf es der Bereitschaft der Kommune, über das Instrument des Zwischenerwerbs von Grund und Boden, die der Kommune zugeordnete Verpflichtung zur Steuerung der Stadtentwicklung aktiv zu betreiben.

Förderlich für das hier vorgeschlagene Projekt einer Wohnraumoffensive ist die Installierung eines ‚Kümmerers', eines Fächenmanagements.

Die Aufgabe des Flächenmanagements besteht in der Ansprache von Grundstückseigentümern und der Anbahnung von Grundstückserwerb und dem tatsächlichen Zwischenerwerb von Grundstücken durch die Kommune.

Auch die in Marktheidenfeld gemeinnützig tätigen Wohnbaugesellschaften /-genossenschaften sollen beim Erwerb und der Entwicklung von Baugrund unterstützt werden.

5.4.8 ÖPNV-OFFENSIVE

Träger der Maßnahme:
Stadt Marktheidenfeld

Kosten für ÖPNV-Bestandsfeinuntersuchungen und -neukonzeptionen :
50.000 Euro

Zeitliche Umsetzung/Dauer:
10 Jahre

Priorität:
hoch

Projektanlass

- Steigerung des ÖPNV-Anteils im Modalsplit
- Attraktivierung des ÖPNV zur Verbesserung der sozialen und gesellschaftlichen Teilhabe und zur Verbesserung der kommunalen Klimabilanz

Maßnahmenbeschreibung / Zielsetzung

Um den erkannten ÖPNV-Defiziten in Marktheidenfeld wirksam begegnen zu können, bedarf es verschiedener Bestandsfeinuntersuchungen zum bestehenden ÖPNV-Angebot:

- ÖPNV in der Kernstadt (Linienführungen, Haltestellenanordnung, Fahrplantaktung, Tarife)
- ÖPNV zwischen der Kernstadt und den Ortsteilen (Linienführungen, Haltestellenanordnung, Fahrplantaktung, Tarife)
- ÖPNV-Anbindung zur Region (Fahrplantaktung, Tarife)

Auf allen drei Ebenen sollen die vorgeschlagenen Feinuntersuchungen die konkreten Defizite aufdecken und möglichkeiten zur Deckung der bestehenden Versorgungslücken aufzeigen.

Der Projektansatz verfolgt nicht nur das Ziel der Verbesserung der Teilhabe-Chancen am gesamtgsellschaftlichen Austausch (Gesundheitsvorsorge und -versorgung, Arbeit, Schule, Freizeit, Kultur).

Langfristig zielt die Stärkung des ÖPNV vor allem auf die unabdingbar notwendige Verbesserung der CO2-Bilanz. Es ist ein essentieller Beitrag der Kommune zur Verbesserung der lokalen, regionalen und nationalen Klimaschutzziele, im Zusammenwirken mit den lokalen und regionalen Verkehrsträgern, dem ÖPNV zukünftig eine vorrangige Rolle zuzumessen und die Rahmenbedingungen für eine größere Akzeptanz des ÖPNV-Angebots zu stärken.

5.5 DER VERFÜGUNGSFONDS

Die Voraussetzung für eine positive Entwicklung von Innenstädten sind gemeinsame Anstrengungen von öffentlicher Hand und Privaten (Bürger, Gewerbetreibende, Immobilieneigentümer etc.). Aus diesem Grund wurde der öffentlich-privat finanzierte Verfügungsfonds als Instrument in die Städtebauförderung integriert. Dieser zielt darauf ab, privates Engagement sowie private Gelder zur Stärkung der Innenstädte zu aktivieren.

Die Einrichtung eines Verfügungsfonds ist keine zwingende Voraussetzung zur Umsetzung der im ISEK formulierten Maßnahmen. Insofern sei er als Instrument genannt, das zu einem beliebigen Zeitpunkt im Verlauf des Umsetzungsprozesses im Rahmen des Städtebauförderungsprogrammes in Anspruch genommen werden kann.

Der Verfügungsfonds finanziert sich mindestens zu 50% von privater Seite und wird zu gleichen Teilen aus Mitteln der Städtebauförderung kofinanziert. Somit wird jeder Euro von privater Seite um den gleichen Betrag aus der Städtebauförderung (Bund, Land, Kommune) aufgestockt.

Gemäß dem Gedanken der Nachhaltigkeit ist es das Ziel, während der Programmlaufzeit eine dauerhafte Zusammenarbeit der lokalen Akteure aufzubauen und eine stabile private Mitfinanzierung für lokale Projekte über die Programmlaufzeit hinaus sicherzustellen. Die Mittel aus dem Verfügungsfonds können entsprechend den Zielen des ISEKs für Maßnahmen zur strukturellen Verbesserung des Programmgebiets eingesetzt werden. Dabei sind investive, investitionsvorbereitende sowie nicht investive Maßnahmen zu unterscheiden. Bei der Projektauswahl ist darauf zu achten, dass die nicht investiven Projekte maximal 50 % der Kosten verursachen dürfen.

Die Programmgemeinde kann den Gesamtetat des Verfügungsfonds jährlich festlegen und ist in der Regel auch für dessen operationelle Verwaltung zuständig. Die Entscheidung über die Mittelvergabe obliegt einem öffentlich-privat besetzten Gremium (Lenkungsgruppe). Dieses sollte, im Sinne der nötigen Transparenz, bei der Mittelvergabe örtliche Richtlinien (Vergaberichtlinien) aufstellen. Die Förderung erfolgt auf Basis der jeweils gültigen Städtebauförderungsrichtlinien.

BEGRÜNDUNG

Zur Umsetzung von Stadtentwicklungszielen der Stadt Marktheidenfeld, wie sie in den Projektsteckbriefen auf den vorangehenden Seiten 60 bis 91 des ISEK beschrieben wurden, wird die Erweiterung der bestehenden Sanierungsgebiete vorgeschlagen.

Insbesondere das Mainufer stellt für Marktheidenfeld eine herausragende Chance dar, ein Image zu bewahren und weiter zu entwickeln: die Stadt am Fluss.

Das in diesem Zusammenhang bereits beschlossene Konzept zur Mainufergestaltung und die Umsetzung der darin entwickelten Projekte und Maßnahmen kann einen wertvollen Beitrag zur weiteren positiven Entwicklung Marktheidenfelds liefern. Die in vier räumliche Abschnitte gegliederte Konzeption erstreckt sich auf der Ostuferseite des Mains von der Neuen Mainbrücke im Norden bis zum Felsenkellergelände im Süden.

Eine Erweiterung des Sanierungsgebiets um den östlichen Uferbereich (von der Alten Mainbrücke nach Süden) erscheint angemessen, da sich mit diesem Bereich ein wesentliches Entwicklungspotenzial der Stadt Marktheidenfeld verbindet.

Darüber hinaus wird die Erweiterung des Sanierungsgebiets nach Osten empfohlen, um den gesamten Bereich der Areale des Kaufhaus Udo Lermann zwischen Luitpoldstraße, Baumhofstraße, Friedenstraße (inkl. Alter Festplatz) und Ludwigstraße nachhaltig entwickeln zu können.

Ebenso beinhaltet das Quartier zwischen Ludwigstraße, Friedenstraße und Lohgraben Entwicklungspotenziale zur nachhaltigen Stadtentwicklung (Beispiel: ehemalige Landwirtschaftsschule, Würzburger

Straße), die eine Erweiterung des Sanierungsgebiets begründen.

Die nebenstehende Plandarstellung zeigt den Abgrenzungsvorschlag für eine Erweiterung des Sanierungsgebiets in Marktheidenfeld.

Der Verfügungsfonds
Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2014. Bearbeitung: CIMA, 2014.

Markierung Sanierungsgebiet

Quelle: UmbauStadt, 2016.

5.6 VORSCHLAG UND BEGRÜNDUNG ZUR ABGRENZUNG DES FÖRMLICHEN SANIERUNGSGEBIETES

Die in der Analyse aufgezeigten stadtstrukturellen Mängel im Kernbereich Marktheidenfelds – in städtebaulicher, verkehrlicher, grünräumlicher, freiräumlicher, funktionaler, kultureller, ökonomischer und sozialer Hinsicht – geben Anlass, die innerörtliche Kulisse der bestehenden Sanierungsgebiete zu erweitern (siehe die magentafarbene Abgrenzungslinie), um die aufgezeigten Mängel und Defizite nachhaltig angehen zu können.

6 MASSNAHMEN-DURCHFÜHRUNGS-FINANZIERUNGSKONZEPT

			Projekt		Projekttitel	Kurzbeschreibung	Beteiligte
5	4	1	Kulturnetzwerk Innenstadt	1	Stadtbibliothek	Neubau und Einbindung in das Kulturnetzwerk	Stadt
				2	Stadtgärtchen	Schaffung einer Open- Air-Location am Main	Stadt
				3	Fasskeller	Einbindung in das Kulturnetzwerk	privat
				4	Herrngasse 2	Konzeption und Projektentwicklung für kulturelle Nachnutzung	Stadt
				5	St. Laurentius	Einbindung in das Kulturnetzwerk	Kirche
				6	Franck-Haus	Einbindung in das Kulturnetzwerk	Stadt
				7	Galerie Hofgasse 6-8	Einbindung in das Kulturnetzwerk	privat
				8	Marktplatz	Einbindung in das Kulturnetzwerk	Stadt, privat
				9	Historischer Verein	Einbindung in das Kulturnetzwerk	privat
5	4	2	Innenstadtkoordinierung	1	professionelle Geschäftsführungstätigkeit	Koordination und Steuerung der Innenstadt-Aktivitäten von Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Hotellerie	privat
5	4	3	Innenstadt - Aufwertung Stadtgestalt	1	Akzentuierte Begrünung Innenstadt	Aufwertung des öffentlichen Raums	Stadt
				2	Flächenaktivierung/ Nachverdichtung	Aktivierung unbebauter Flächen zur Schaffung neuen Wohnraums	Stadt
				3	Wohnumfeld-aufwertung	Aufwertung von Wohnumfeldarealen	Wohnungsbaugenossenschaften/-gesellschaften
				4	Modernisierung und Sanierung Mietwohnungsbau	Modernisierung und Sanierung von Mietwohnungsbestandsgebäuden	Wohnungsbaugenossenschaften/-gesellschaften
				5	Stadteingänge	Ausgestaltung und Betonung der Stadteingänge als Auftakt zur Stadt	Stadt
				6	Fußgängerzone/ Verkehrsberuhigter Bereich	Steigerung der Attraktivität, Prüfung der Option der Ausdehung, Definition von Grenzen, Barrierefreier Ausbau	Stadt
				7	Verbesserung d. Infrastruktur / nachhaltige Entwicklung der Innenstadt / barrierefreie Wege i.d. Altstadt	Erstellen eines Gesamtkonzepts und Umsetzung dieses Konzepts zur Ausstattung des öffentlichen Raums mit einheitlichem Stadtmobiliar, Beleuchtungselementen, Beschilderungen, Informationstafeln und -displays, Ausbau von Gehbahnen für Mobilitätseingeschränkte, Entwicklungsstrategie der langfristig nachhaltigen Flächenvorhaltung	Stadt, privat
				8	Umgestaltung des ZOB	Durch die Umgestaltung soll der ZOB eine räumliche Fassung bekommen und so als öffentlicher Kommunikationsraum besser genutzt und besser wahrgenommen werden. Mitteleinsatz ab 2020	Stadt, langfristig bis 2025
				9	Umgestaltung Luitpoldstraße	Umgestaltung der Luitpoildstraße nach Abstufung. Nutzung des neu gewonnenen Raums als Aufwertungspotenzial des öffentlichen Raums. Mitteleinsatz ab 2019	Stadt u. Staatl. Bauamt

			geschätzte Gesamtkosten	2016	2017	2018	2019	2020	Priorisierung
5	4	1	3.800.000,00 €	100.000,00 €	2.000.000,00 €	900.000,00 €	0,00 €	0,00 €	hoch
			100.000,00 €	0,00 €	20.000,00 €	40.000,00 €	20.000,00 €	20.000,00 €	hoch
			5.000,00 €	0,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	mittel
			200.000,00 €	0,00 €	40.000,00 €	100.000,00 €	60.000,00 €	0,00 €	hoch
			5.000,00 €	0,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	mittel
			10.000,00 €	0,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	hoch
			5.000,00 €	0,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	mittel
			5.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	mittel
			5.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	mittel
5	4	2	180.000,00 €	0,00 €	45.000,00 €	45.000,00 €	45.000,00 €	45.000,00 €	hoch
5	4	3	100.000,00 €	20.000,00 €	20.000,00 €	40.000,00 €	20.000,00 €	0,00 €	mittel
			1.000.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €	hoch
			300.000,00 €	100.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	hoch
			500.000,00 €	200.000,00 €	75.000,00 €	75.000,00 €	75.000,00 €	75.000,00 €	hoch
			50.000,00 €	0,00 €	10.000,00 €	30.000,00 €	10.000,00 €	0,00 €	gering
			500.000,00 €	50.000,00 €	100.000,00 €	100.000,00 €	100.000,00 €	100.000,00 €	hoch
			1.100.000,00 €	40.000,00 €	290.000,00 €	290.000,00 €	240.000,00 €	240.000,00 €	mittel
			1.800.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	gering
			1.000.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	50.000,00 €	mittel

			Projekt		Projekttitel	Kurzbeschreibung	Beteiligte
				10	Umgestaltung Ludwigstraße	Umgestaltung der Ludwigstraße zur Aufwertung des öffentlichen Raums	Stadt
				11	Umgestaltung Baumhofstraße	Umgestaltung der Baumhofstraße zur Aufwertung des öffentlichen Raums	Stadt
				12	Umgestaltung Bronnbacher Str.	Umgestaltung der Bronnbacher Straße zur Aufwertung des öffentlichen Raums	Stadt
				13	Altstadt	Inwerthaltung der Altstadt und Fortführung der Sanierung der Altstadt, Mitteleinsatz fortlaufend	Stadt
				14	Arrondierung u. Neuordnung Areale Kaufhaus Lermann	Aufwertung, Optimierung, Umgestaltung der gesamten Gebäude- und Freiraumstruktur zwischen Luitpoldstraße, Baumhofstraße, Altem Festplatz und Ludwigstraße zur funktionalen und ästhetischen Aufwertung der privaten Liegenschaften und des angrenzenden öffentlichen Raums.	privat
5	4	4	Mainufergestaltung	12	Promenadengestaltung I	Die Stadt am Wasser / der unverbaute Blick auf den Fluss und auf die Stadt / Erhaltung und Aufwertung des historischen Ortsbildes / Aufwertung der Grün- und Freianlagen	Stadt
					Promenadengestaltung II	Funktionale und gestalterische Attraktivierung der Wasserseite von Marktheidenfeld	Stadt
5	4	5	Verkehr und Parken in der Innenstadt	1	Bewirtschaftungssystem zur Parkierung	Werbemaßnahme zur Steigerung der Kenntnis und Akzeptanz für das bestehende Angebot an Parkierungsflächen und deren Zugänglichkeit (An- und Abfahrt) und integriertes Bewirtschaftungskonzept für den Betrieb aller vorhandenen Parkierungsflächen	Stadt
				2	Beschilderung Innenstadt	Stärkung der Orientierung in der kleinteilig strukturierten Altstadt und Optimierung der Verkehrsführungen in der Altstadt und Innenstadt unter Berücksichtigung der notwendigen Hinweise auf Parkierungsangebote	Stadt
				3	Fußwegenetz und Zugänge zur Innenstadt	Nutzung und Öffnung aller vorhandenen altstädtischen Fußwegeverbindungen zur Inszenierung und Attraktivierung der Altstadt als ein Marktheidenfelder Spezifikum	Stadt
5	4	6	Entwicklung Innenstadt	1	Landwirtschaftsschule	Konzeption und Projektentwicklung für Nachnutzung der bestehenden Nutzung (evtl. Seniorenwohnen, Mehrgenerationen-wohnen, Ärtzehaus mit angeschlossenen Medizin-Service)	Stadt und privater Träger
				2	Stadtbibliothek	Neuordnung von Schmieds Ecke, siehe Projekt S. 61 und 88	Stadt
				3	Luitpoldpassage	Aufwertung und Umgestaltung des Bestandes	privat
				4	Bauen und Umbau Altbaubestand	Fortsetzung Altstadt-Sanierung: Neuordnung (Zwischenerwerb, Nachverdichtung, Entflechtung, Begrünung, Ergänzung von Stellplätzen, Freimachung von altstädtischen Gartenflächen, Ergänzung von Balkonanlagen, etc.), nach Notwendigkeit und Eignung der Liegenschaften, zur Verbesserung und Attraktivierung der bestehenden räumlichen Verhältnisse, zur Schaffung von zusätzlichem barrierefreiem Wohnraum auf Brachflächen, in Leerständen	Stadt

			geschätzte Gesamtkosten	2016	2017	2018	2019	2020	Priorisierung
			400.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	200.000,00 €	mittel
			400.000,00 €	0,00 €	0,00 €	250.000,00 €	250.000,00 €	0,00 €	mittel
			300.000,00 €	40.000,00 €	260.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	mittel
			jährlich 200.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €	hoch
			projekt- und konzept-abhängig						mittel
5	4	4	1.400.000,00 €	50.000,00 €	500.000,00 €	500.000,00 €	250.000,00 €	50.000,00 €	hoch
			1.400.000,00 €	50.000,00 €	350.000,00 €	400.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €	hoch
5	4	5	100.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	100.000,00 €	mittel
			100.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	100.000,00 €	mittel
			50.000,00 €	20.000,00 €	30.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	mittel
5	4	6	3.000.000,00 €	50.000,00 €	250.000,00 €	500.000,00 €	500.000,00 €	1.000.000,00 €	mittel
			3.000.000,00 €	100.000,00 €	2.000.000,00 €	900.000,00 €	0,00 €	0,00 €	hoch
			projekt- und konzept-abhängig						mittel
			300.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	hoch

			Projekt		Projekttitel	Kurzbeschreibung	Beteiligte
				5	Klimaneutralität	Unterstützung und Beratung von energiebewussten Projekt- und Planungsansätzen mit dem Ziel der Reduktion des Energieeintrags und -verbrauchs bei Erstellung, bei Betrieb und beim Unterhalt neuer oder umgebauter Gebäude und mit dem Ziel möglichst weitreichender Klimaneutralität sowie unter Ausnutzung und Berücksichtigung von energiebilanz- und klimabilanzoptimierenden Systemen (Nahwärmenetz, dezentrale Energieversorgung über Blockheizkraftwerk, etc.	Stadt
5	4	7	Flächenmanagement		Flächenmanagement	Schaffung der Stelle eines Kümmerers/Flächenmanagements zur Aktivierung und Entwicklung von Potenzialflächen zur Schaffung von Wohnraum / Zwischenerwerb von geeigneten Liegenschaften	Stadt
5	4	8	ÖPNV-Offensive		ÖPNV-Offensive	Feinuntersuchungen zur Ermittlung von Optimierungspotenzialen des ÖPNV-Angebots zur Steigerung der gesamtgesellschaftlichen Teilhabe und zur Optimierung der kommunalen Klimabilanz	Stadt

			geschätzte Gesamtkosten	2016	2017	2018	2019	2020	Priorisierung
			200.000,00 €	0,00 €	40.000,00 €	40.000,00 €	40.000,00 €	40.000,00 €	hoch
5	4	7	1.000.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €	200.000,00 €	hoch
5	4	8	50.000,00 €	20.000,00 €	20.000,00 €	10.000,00 €	0,00 €	0,00 €	hoch

7 ANHANG

A QUELLEN

Basis OSM

Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2014

BBE!CIMA!mb Research 2013

Beiträge zur Statistik Bayerns, Mai 2011: S.4 Bevölkerungsentwicklung in den kreisfreien Städten und Landkreisen Bayerns – Veränderung 2029 gegenüber 2009 in Prozent URL: https://www.statistik.bayern.de/statistik/kreise/ Stand: 13.06.2014

Büro Thomas Struchholz und Auktor Ingenieur GmbH, Mainuferkonzept

Eigene Berechnungen, 2014, MS MapPoint 2013

Eigene Darstellung der CIMA Beratung + Management GmbH, 2014

Eigene Erhebung, CIMA Beratung + Management GmbH, 2014

Eigene Erhebung, Kartengrundlage: Stadt Marktheidenfeld

Google Earth, 2009

http://stadt-marktheidenfeld.de/page2/leben/altstadtsanierung

http://stadt-marktheidenfeld.de/page2/leben/einkaufen/parkplatze (13.06.2014)

http://static1.mainpost.de/storage/pic/mpnlneu/mar/4985421_1_1E2MEP.jpg (13.06.2014)

http://www.baysis.bayern.de/download.ashx?i=ee2419c4-4b2f-431f-98d8-908b3fc03f74 (15.04.2014),

http://www.liebliches-tauber-tal.de/showpage.php?RADELN/Main_Tauber_Fr_nkischer_Rad_Achter&SiteID=111 (13.06.2014)

http://www.vvm-in-fo.de/vvm/media/files/msp_erweiterung_/Wabenplan_Web_14062013.pdf (13.06.2014

Kartengrundlage: OSM 2014

LEP Bayern 2013

Mainecho, Presseartikel

Mainpost, Presseartikel

MS MapPoint 2014

OpenStreetMap, 2014

Regionalplan Region Würzburg (2), 14. Mai 2013

Ritter Bauer Architekten GmbH, Darstellungen zur Neuen Stadtbibliothek

Stadt Marktheidenfeld, Stand 31.12.2013

B BETEILIGUNGSPROZESS

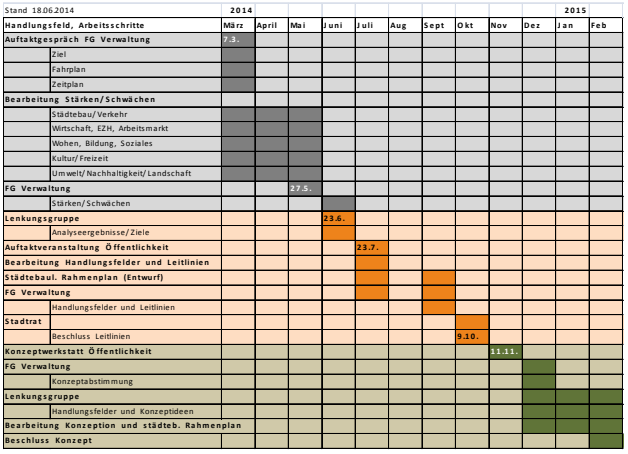
ZEITPLAN

Der Zeitplan des ISEK Marktheidenfeld 2030 sieht einen Bearbeitungszeitraum von etwa einem Jahr vor. Auf die erste Phase der Analyse folgt eine Konzeptionsphase, welche dann in eine Berichtsphase übergeht. Somit ist für jede der drei Bearbeitungsphasen ein Intervall von vier Monaten veranschlagt. Als sehr wichtiger und stetiger Bestandteil gilt die Kommunikation und Kooperation an der Schnittstelle zwischen öffentlicher Hand, privater Wirtschaft und den aktiven Teilen der Stadtgesellschaft.

TERMINÜBERSICHT UND VERANSTALTUNGEN

Bei der Entwicklung des ISEK waren verschiedene Termine und Veranstaltungen notwendig, um die beabsichtigten Ergebnisse zu gewinnen.

Ablauf von Terminen und Veranstaltungen



Quelle: eigene Darstellung der CIMA Beratung + Management GmbH, 2014. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014.

LENKUNGSGRUPPE

Zentrales Abstimmungsgremium des ISEK war die Lenkungsgruppe, die sich aus Vertretern der lokalen Wirtschaft, des Bildungswesens, der Fraktionen des Stadtrates, der stellvertretenden Bürgermeister und der 1. Bürgermeisterin, der Verwaltung der Stadt (Hauptamt, Bauamt, Öffentlichkeitsarbeit Stadtmarketing Tourismus Kultur) sowie CIMA Beratung + Management GmbH und dem Büro UmbauStadt zusammensetzte. Im Zeitraum zwischen März 2014 und Januar 2015 fanden zwei Sitzungen der Lenkungsgruppe statt. Die Sitzungen und deren Ergebnisse wurden protokolliert.

DATUM	VERANSTALTUNG
07.03.2014	Kick-Off-Gespräch mit der Verwaltungsspitze zum Auftakt des ISEK-Prozesses
27.05.2014	Abstimmung mit der Verwaltung
03.06.2014	Abstimmung mit der Verwaltung
23.06.2014	Sitzung der Lenkungsgruppe
09.07.2014	Präsentation der Zwischenergebnisse im Stadtrat
30.09.2014	Öffentliche Auftaktveranstaltung
13.11.2014	Öffentliche Konzeptwerkstatt
20.01.2015	Sitzung der Lenkungsgruppe
29.01.2015	Abstimmung mit der Regierung von Unterfranken
29.01.2015	Leitlinienbeschluss des Stadtrats
04.02.2016	Expertengespräche
16.03.2016	Begehungen
07.04.2016	Sitzung der Lenkungsgruppe und Vorstellung des ISEK-Entwurfs im Kreis der Fraktionsvorsitzenden

BÜRGERFOREN

Im September und November 2014 fanden mit dem Ziel der Bürgerinformation und Bürgerbeteiligung zwei öffentliche Bürgerforen statt, welche die interessierte Öffentlichkeit zum einen über den aktuellen Arbeitsstand am ISEK informierten und zum anderen Vorschläge, Anregungen, Ergänzungen, Korrekturen und Kritik aus der Bürgerschaft aufnahmen. Die Bürgerforen und deren Ergebnisse wurden protokolliert.

AUFTAKTVERANSTALTUNG AM 30.09.14

Wie der Terminübersicht zu entnehmen ist, wurden verschiedene Veranstaltungen organisiert, um die Bürgerbeteiligung zu gewährleisten. Die Bürgerinnen und Bürger wurden per Aushang, Zeitungsanzeige und via Internet auf die Veranstaltungen aufmerksam gemacht und eingeladen.

Bilder der Auftaktveranstaltung

Einladung zur öffentlichen Auftaktveranstaltung am 30.09.2014

„Auftaktveranstaltung für Bürgerinnen und Bürger am Dienstag, den 30.09., 19.30 Uhr

Sehr geehrte Mitbürgerinnen und Mitbürger,

die Stadt Marktheidenfeld will sich in den kommenden Jahren und Jahrzehnten gezielt weiterentwickeln. Dazu werden derzeit zahlreiche Planungen und Untersuchungen durchgeführt, die die Grundlage für eine fortschrittliche Stadtentwicklung bilden.

Mit dem Integrierten Stadtentwicklungskonzept - kurz ISEK genannt - wird der Fokus auf die Entwicklung der Innenstadt gelegt. Dieses ISEK ist nach Ablauf des Bund-Länder-Städtebauförderungsprogrammes Voraussetzung für die Aufnahme in das Nachfolgeprogramm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“. Viele ineinandergreifende Funktionen machen eine lebendige Innenstadt aus. Hierzu zählen unter anderem die Versorgung durch einen intakten Einzelhandel, die Bildung, die Kultur, die Verwaltung, aber auch die Gastronomie und Hotellerie. Mit dem ISEK werden Maßnahmen zu baulichen und ökonomischen Fragestellungen identifiziert, mit denen die Funktionsvielfalt der Innenstadt für die Zukunft gestärkt werden kann.

Mit der Begleitung hin zu einem aussagekräftigen ISEK hat die Stadt Marktheidenfeld im März diesen Jahres eine Arbeitsgemeinschaft aus dem Beratungsunternehmen CIMA Beratung + Management GmbH und dem Architekturbüro UmbauStadt beauftragt, die in einem ersten Schritt die Grundlagendaten der weiteren Arbeit ermittelt hat. Ein wesentlicher Bestandteil des ISEK ist die Einbindung der Bürgerschaft in den Erstellungsprozess.

Ihre Ideen sind gefragt!

Wir laden Sie deshalb herzlich am Dienstag, den 30.09.2014, 19.30 Uhr zur Auftaktveranstaltung in das Pfarrheim St. Laurentius, Kolpingstraße 12, ein.

Christian Bitter von der CIMA und Martin Fladt von UmbauStadt werden Sie über den aktuellen Stand der Arbeiten informieren und mit Ihnen gemeinsam Maßnahmen zur Stärkung der Marktheidenfelder Innenstadt entwickeln.

Über Ihr zahlreiches Kommen freue ich mich sehr!

Ihre Helga Schmidt-Neder, erste Bürgermeisterin“

Quelle: http://stadt-marktheidenfeld.de/page2/politik-soziales/stadtentwicklung

Ablauf der Auftaktveranstaltung:

Begrüßung

Einführung in das Projekt – Ablauf und Vorstellung der Analyseergebnisse

Die vier Handlungsfelder – Stärken und Schwächen

1. Kommunikation und Marke
2. Einzelhandel, Stadtmarketing
3. Öffentlicher Raum und Verkehr
4. Städtebau und Stadtgestalt

Moderation – Ihre Meinung ist gefragt.....

- Gruppeneinteilung
- Betreute Ecken
- Priorisierung

Zusammenfassung und Abschluss des Bürgerworkshops

Übersicht der Veranstaltungsphasen

Phase	Inhalt	Beginn	Ende
Begrüßung	Begrüßung durch die Bürgermeisterin Frau Schmidt-Neder	19:30	19:40
Einführung	Ablauf und Ziele der Veranstaltung Vorstellung Analyse (Stärken/Schwächen)	19:40	20:10
Einbindung der Bürgerschaft/ Arbeitsphase	Bürger schreiben ihre Anregungen auf Karten und werfen die beschrifteten Karten in themenbezogene „Briefkästen“ (Städtebau/Stadtgestalt/Grün, Verkehr, Wohnen, Einzelhandel/Versorgung, lokale Ökonomie und sonstiges)	20:10	20:30
Pause	Bürger haben Gelegenheit zum Austausch und weiterer Beschriftung von Karten, cima/UmbauStadt stehen für Fragen zur Verfügung	20:30	20:45
Auswertung der Karten, Clustern	Die Karten werden aus den Kästen genommen und unter Moderation an einer Pinnwänden geclustert	20:45	21:30
Priorisierung	Jeder Bürger erhält vorrangig je 3 Punkte, mit denen die Maßnahmenvorschläge der vier Themenfelder nach Wichtigkeit bepunktet werden sollen (max. 3 Punkte je Maßnahme)	21:30	21:40
Ergebnispräsentation	Kurze Zusammenfassung der Ergebnisse im Plenum	21:40	21:50
Ausblick	Wie geht es weiter?	21:50	21:55
Verabschiedung	Schlusswort	21:55	22:00

Quelle: eigene Darstellung der CIMA Beratung + Management GmbH, 2014. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014.

Ergebnis der öffentlichen Auftaktveranstaltung am 30.09.2014

Ergebnisse der Arbeit in den Handlungsfeldern

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden gebeten, in den vier Handlungsfeldern ihre Meinung zu Stärken, Schwächen und der zukünftigen Entwicklung zu äußern. Meinungen und Vorschläge werden auf Karten festgehalten und an die entsprechenden Themenplakate gepinnt. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gehen im Rotationsprinzip von Handlungsfeld zu Handlungsfeld. Danach werden pro Teilnehmer/in jeweils vier Mal fünf Punkte verteilt, mit denen die einzelnen Maßnahmenvorschläge der vier Themenfelder priorisiert werden.

Im Folgenden werden die Maßnahmenvorschläge, deren Bewertung sowie die zuvor herausgearbeiteten Stärken und Schwächen nach den einzelnen Handlungsfeldern tabellarisch vorgestellt.

KOMMUNIKATION UND MARKE

Stärken (nach Punkten):

7 Mainkaigestaltung v. Seiten der Stadt
5 Die schöne Seite von MHF noch mehr nutzen!
2 Es dürfen noch Autos in die Innenstadt!
1 Qualitäten ausbauen → Brauerei, Main, Wandern, Erholung
1 Nähe zu Würzburg und Wertheim etc. nutzen
0 Alleinstellungsmerkmale ausarbeiten

Schwächen:

6 Mitteltorstraße Durchgangsverkehr drosseln
5 Am einzigen grünen Platz keine Bibliothek!
2 Aus Leerständen Grünflächen machen
2 Marktplatz! Brunnen sollte restauriert werden! Er tröpfelt nur noch.
2 Mehr Angebote für 40-50 jährige. Nicht nur für Senioren.
1 Touristenbusse, Durchfahrt zum Main besser regeln
1 Mehr Freiräume für Hundeliebhaber
0 Keine Identifikation (Symbolfigur)
0 Adressbildung
0 Kein Fokus auf den Nutzer!
0 Auslagerung von Handel kein „Segen“ sondern „Fluch“
0 Öffentlicher Raum nicht attraktiv
0 Kein integrativer Konsens zw. Handel, Tourismus, Kultur, Gastronomie

Vorschläge für die zukünftige Entwicklung:

7 Stadthalle
2 Die weiße, öde Lermannwand in einem Wettbewerb gestalten als Bildfläche, nicht noch mehr Werbung
2 Anreize für Niederlassung (gewerbl./privat) schaffen!
2 Noch viel mehr Bäume/Pflanzen
1 Einkaufskompass mit Blick auf unsere Vielfalt
1 Rathausplatz kreativer gestalten (Parkplatz weg) Bestuhlung? Sonnenschirme
1 Stadteingänge = Straßen, Radwege freundlich, typisch gestalten
1 Leerstandsmanagement!
0 Leerstände inhaltlich besser nutzen
0 Adressbildung?
0 Werbeflächen „außen“ für Innenstadtwerbung nutzen - Finanzierung?
0 Mikrostandort, Analyse, Potenziale
0 SWOT-Analyse von mehreren Blickpunkten
0 Positionierung Einkaufsstadt bei Online-Shoppern
0 MHF ist international – nach außen auch zeigen!
0 Räumliche Struktur und Wegeführung „begehbar“ machen

STÄDTEBAU UND STADTGESTALT

Stärken:

12 Fußgängerzone ausreichend, keine Erweiterung notwendig!
0 Marktplatz (+ Gassen)
0 Mainkai
0 Flair des Marktplatzes

Schwächen:
2 Toilettenhäuschen steht auf attraktivem Platz vor Rathaus
1 Sauberkeit öffentlicher Toiletten
1 Erscheinungsbild Stadteingang
1 Stadtnahe Parkplätze für Handel/Kunden schaffen
0 Verkehrsfluss Luitpold-Straße
0 Deutliche Kennzeichnung von Parkflächen
0 Plakatwände Ortseingänge + zu wenig Grün
0 Gehwegbereich von Rathaus bis Kreissparkasse neue Gestaltung
0 Begrünung Busbahnhof erweiterungsfähig
0 Fehlende Stadthalle
0 Zu wenig Innenstadt-Begrünung auch bei neu entstehenden Gebäuden
0 Keine Stadthalle (Konzerte usw., junge Menschen, ...)
0 Zu wenig pflanzliche Gestaltung
0 Kein Erlebnis am Main
0 Grünflächen, Meeting-Points für Jugend und Senioren
0 Fehlendes Leerstandsmanagement
0 Fahrradwege in der Stadt

Vorschläge für die zukünftige Entwicklung:
13 Mehr Grün, mehr Bäume, mehr Wasser → Wasserspiele, Brunnen
8 Mehr sozialer Wohnungsbau
6 Bauen und Umbauen im Altbestand fördern
4 Nahwärmenetze und klimafreundliche Siedlung Scheer-Gelände
4 Erweiterung der Fußgängerzone
4 Neugestaltung Luitpoldstraße mit Baum-Allee
3 Badebucht am Main nähe neuer Festplatz
3 Integration alte B8 ins Innenstadtkonzept fußläufig – mehr Querverbünde
2 Ausbau Mainufer bis zur „neuen Brücke“ bis zum „Sängerheim“
1 Anlegestelle für Flußkreuzfahrtschiffe (Tagesgäste)
1 Der Main muss „in“ die Stadt
1 Stadtgarten oben, Tiefgarage unten, Alter Festplatz
1 Ebenerdige Wasserspiele für Kinder (siehe Karlstadt)
1 Nach Umgestaltung Radwege integrieren
1 Mehr Angebote für Jugendliche bis 30 Jahre schaffen (Freizeit, Kneipen, Veranstaltungen)
0 Stadtstrand, Mainzugangsmöglichkeiten
0 Mehr Grünflächen, grüne Lunge
0 Brunnen vor dem Rathaus
0 Bereich Luitpoldstraße noch besser an die Innenstadt heranführen
0 Einbeziehen des geplanten Südparks in die Stadtentwicklung
0 Keine Möglichkeit eine größere Veranstaltung < 500 Personen in der Stadt abzuhalten
0 Stadthalle bei St. Josef
0 Leerstehende Häuser in der Altstadt als Ferienwohnungen ausbauen oder für Firmenneugründungen sehr preiswert zur Verfügung stellen
0 Gelände Eichholzstraße Mischung von Miet- und Eigentumseinheiten
0 Dach- und Wintergärten in den Gassen erlauben

Presseecho zur Auftaktveranstaltung am 30.09.2014

In der lokalen Presse wurde über das ISEK und den Erstellungsprozess berichtet.

02.10.14:

MARKTHEIDENFELD

Aus einer Kette ein Schmuckstück schmieden

Tiersegnung in Kartause Grünau

230 Liter Traubensaft

KTHEIDENFELD

DONNERSTAG, 2

Fußgängerzone und Hagebaumarkt

Stadtentwicklung: Zur Auftaktveranstaltung für das Konzept kommen fast 100 Interessierte ins Marktheidenfeld

Genug Gesprächsstoff für die Zukunft vorhanden

Offenen Auges durch die Innenstadt gehen

Marktheidenfelder: Beteiligt euch!

EINLADUNG ZUR ÖFFENTLICHEN KONZEPTWERKSTATT AM 13.11.2014

„Konzeptwerkstatt am Donnerstag, 13.11.2014, 19 Uhr.

Sehr geehrte Mitbürgerinnen und Mitbürger,

viele ineinandergreifende Funktionen machen eine lebendige Innenstadt aus. Hierzu zählen unter anderem die Versorgung durch einen intakten Einzelhandel, die Bildung, die Kultur, die Verwaltung, aber auch die Gastronomie und Hotellerie. Ein Integriertes Stadtentwicklungskonzept - kurz ISEK genannt - soll als Handlungsleitfaden für die Stärkung der Funktionsvielfalt der Innenstadt für die Zukunft dienen.

Ende September hat die Auftaktveranstaltung für interessierte Bürgerinnen und Bürger stattgefunden, bei der die Referenten der beiden beauftragten Fachbüros, Christian Bitter von der CIMA und Martin Fladt von UmbauStadt, gemeinsam mit den anwesenden Bürgerinnen und Bürgern eine Vielzahl von Themen zur Stärkung der Marktheidenfelder Innenstadt erarbeitet haben.

Nun erfolgt der zweite Schritt und wir laden Sie herzlich zur Konzeptwerkstatt am 13. November 2014, 19.00 Uhr, Pfarrheim St. Laurentius, Kolpingstraße, ein. Bei dieser Konzeptwerkstatt werden die Ergebnisse aus der Auftaktveranstaltung vorgestellt und vertieft, sowie gemeinsam Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt entwickelt. Auf Ihr Kommen und Ihre Beiträge freue ich mich!

Mit freundlichen Grüßen, Helga Schmidt-Neder, Erste Bürgermeisterin“

Quelle: http://stadt-marktheidenfeld.de/page2/politik-soziales/stadtentwicklung

Ablauf zur öffentlichen Konzeptwerkstatt am 13.11.2014

Begrüßung

Einführungsvortrag und Vorstellung der Ergebnisse der Auftaktveranstaltung mit der Öffentlichkeit

Maßnahmenergänzungen zu den Themen

1. Kommunikation und Marke/Kultur
2. Einzelhandel, Stadtmarketing
3. Öffentlicher Raum und Verkehr
4. Städtebau und Stadtgestalt

Moderation – Ihre Meinung ist gefragt...

- Gruppeneinteilung
- Betreute Ecken

Zusammenfassung und Abschluss des Bürgerworkshops

Quelle: eigene Darstellung der CIMA Beratung + Management GmbH, 2014. Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2014.

Ergebnis der öffentlichen Konzeptwerkstatt am 13.11.2014

ERGEBNISSE DER ARBEIT AN THEMENTISCHEN

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bilden Thementische und ergänzen die auf Plakaten bereits vorbereiteten Ergebnisse aus der Auftaktveranstaltung mit der Öffentlichkeit mit Hilfe eigens beschriebener Karten. Es ist aber auch möglich direkt auf die Plakate zu schreiben oder vielleicht auch Skizzen zu machen.

Nach Beendigung der Arbeitsphase werden die Ergebnisse von einem Mitglied des Thementisches vorgestellt. Im Plenum entsteht dann eine rege Diskussion.

Das Plenum ist sich einig, dass weitere Vertiefungen des Themenfelds Kommunikation und Marke von keiner erhöhten Priorität sind. Vielmehr sollen hier noch einmal Gedanken zum Themenfeld Kultur die bisherigen Ergebnisse unterstützen.

ERGÄNZUNGEN INSBESONDERE ZUM THEMENFELD KULTUR

- Öffentliche Bekanntmachung des Hotspot von Kabel-Deutschland
- Infrastruktur Stadtgärtchen
- „Kunst“ den Bürgern näher bringen
- „Illuminationsfestival“ am Main (den Main ins rechte Licht setzen)
- Skulpturen und Grün in die Stadt
- Regelmäßige Kulturtage
- Kleinkunst im Sommer auch auf den öffentlichen Plätzen (Lesungen, Theater)
- Markante, optische ansprechende Kurzvorstellungen historischer und kultureller Bauten (auch mit QR-Code)
- Zusätzliche kulturelle Veranstaltungen im Franck-Haus (Musik, Kleinkunst)
- Ausbau von Themenführungen, z.B. entlang der Mauer(n), in Kellern und auf Höhen)
- Identifikationsfigur: Lohr hat Schneewittchen, Marktheidenfeld den „Franck“

ERGÄNZUNGEN ZUM THEMENFELD EINZELHANDEL, STADTMARKETING

- Mehr Werbung für Werbegemeinschaftsgutscheine
- 29 Parkierungsflächen als absolute Zahl sagen nichts aus → es geht um Verfügbarkeit von freien (kostenlosen) Parkplätzen
- Parkleitsystem vom Äußeren Ring Richtung Innenstadt (während Brückensanierung + danach)

- Werbegemeinschaft stärken durch gemeinsame Aktionen aller Einzelhändler + Gastronomen
- Positive PR für Marktheidenfeld als Einkaufsstadt
- Geschäfte in der Stadt halten
- Keine weiteren Discounter
- Keine Erweiterung der Fußgängerzone!
- Mehr Zusammenhalt unter den Einzelhändlern
- Neues Highlight für den Marktplatz

ERGÄNZUNGEN ZUM THEMA ÖFFENTLICHER RAUM UND VERKEHR

- Verkehrssituation
- Fußgängerzone ausreichend → keine Veränderung, evtl. komplette Verkehrsberuhigung 22h-6h sonst muss Ober-, Mittel- und Untertor tagsüber für Verkehr in verkehrsberuhigter Form geöffnet sein [Kommentar dazu: Welche Fußgängerzone?]
- Parkplatzsituation:
  Kostenlose Parkplätze nahe des Altstadtbereiches nicht ausreichend vorhanden. Brückenparkplatz, Mainkai-Parkplatz ab 9.00 Uhr besetzt.
- Alternative:
  Evtl. Erweiterung Lohgraben
  Festplatz als Dauerparkplatz ausbauen [Kommentar dazu: Das stimmt so nicht!]
- Auto raus! Grün rein!
- Fußgängerzone erweitern
- Mehr Gemütlichkeit in der Innenstadt
- Nach Abstufung Luitpoldstraße wird Altstadt noch weiter verlieren
- Ruhebank (Sitzbank) stand an Eingang Obertor/ Brückentor → Warum abmontiert?
- Verkehrsmoral wir bemängelt (niemand hält sich an die Regelungen)
- Weiterer Frequenzverlust für die Altstadt aufgrund der Abstufung der Luitpoldstraße und der Brückensanierung
- Unterschiedliche Meinungen über:
  Parkplätze sind ausreichend vorhanden
  Ausweitung der Fußgängerzone
- Zu viel Verkehr in der Fußgängerzone → es ist keine Fußgängerzone im eigentliche Sinne
- Zuwegung der Stadtbücherei problematisch (auch für Fußgänger)

ERGÄNZUNGEN ZUM THEMA STÄDTEBAU UND STADTGESTALT

- Kann man Problem/Lösung Herrngasse 12 durch ISEK-Zuschuss voranbringen?
- Mainkai (Alter Sportplatz):
  Bouleplatz
  Beachvolleyballplatz
- Mehr Blumenschmuck am Mainufer
- Flußschiffanlegestelle
- Wohnraum in der Kernstadt:
  Altstadt funktioniert nur mit Bewohnern
  Steigerung der Attraktivität für die Bewohner
  Wechselspiel von Freiraum + Wohnraum
- Schließen von Raumkanten (Luitpold- + Ludwigstraße)
- Definition von Räumen
- Bebauung in der Ludwigstraße fördern + Verbindung zur Bahnhofstraße
- Treffpunkt, Kaffee, Grünfläche, Brunnen anstatt WC am Busbahnhof! Busbahnhof kann/muss schöner werden (Steinwüste weg!)
- Zwischenbesitz der verfügbaren Flächen im Kernbereich von der Stadt soll erreicht werden
- Zu viele Regelungen beim Bauen in der Altstadt (kein Parkplatz vor dem Haus, kein Garten, kein Balkon)
- Stadteingang formulieren
- Schließen von Raumkanten in der Luitpold- und Ludwigstraße durch Baumreihen und Neubauten
- Bauliche Beruhigung der Luitpoldstraße
- Busbahnhof wird als undefinierte Fläche wahrgenommen
- Einfahrt Ludwigstraße dadurch nicht definiert
- Gedanken darüber machen, wie man diese Fläche näher an den Markt bringen kann, um Investoren zur Entwicklung neuer Projekte anzulocken
- Viele Leerstände im Bereich der Ludwigstraße
- Thema Raumbilden: Mainkai → Aufgabenstellung formulieren (Städtebaulicher Wettbewerb):
  Raumkanten in der Herrngasse schließen
  Zwischenerwerb der Liegenschaften durch die Stadt
  Zusammenführen der Grundstücke
- Beispiel Projekt Galerie
- Quartier zwischen Ludwigstraße/Friedenstraße/ Baumhofstraße/Echterstraße – Hütten weg

Presse

In der lokalen Presse wurde über das ISEK und den Erstellungsprozess berichtet.

Pressebericht am 15.11.2014

Viel Klein-Klein

ISEK-Werkstatt leidet unter geringer Beteiligung – Wenige Fortschritte beim zweiten Treffen

MARKTHEIDENFELD 17

Werkstatt ohne Bürger

Marktheidenfeld hofft auf Zuschüsse für die Innenstadt

Förderung durch ISEK erscheint noch in diesem Jahr möglich

Standpunkt

Geldregen ISEK

Die im Anhang au den Seiten 111-113 wiedergegebenen Leitlinien zur ISEK-Erstellung wurden am 29. Januar 2015 im Stadtrat der Stadt Marktheidenfeld vorgestellt und einstimmig angenommen.

C LEITLINIEN

LEITLINIENENTWICKLUNG

Nach der Analysephase, in welcher Expertengespräche geführt, Grundlagendaten erhoben und potenzielle Entwicklungsflächen identifiziert wurden, und nach einer öffentlichen Auftaktveranstaltung, in der ein Stimmungsbild aufgenommen wurde, wurden für das ISEK Leitlinien beschrieben, die aufzeigen, unter welchen Themenfeldern sich Marktheidenfeld in Zukunft entwickeln kann. Die Leitlinien wurden am 29.01.15 vom Stadtrat beschlossen und bilden damit die Grundlage für die Erarbeitung von konkreten Maßnahmen und Projekten. Die Leitlinien haben

- einen allgemeinen Charakter,
- stellen die Zielidee der weiteren Stadtentwicklung dar,
- sind durch konkrete Projekte mit Leben zu füllen,
- sind thematisch in sechs Themenfelder unterteilt und
- haben räumlich den Schwerpunkt Innenstadt.

Präambel

Die Stadt Marktheidenfeld hat sich in den vergangenen Jahren weiter erfolgreich entwickelt. Auch in Zukunft ist von einer dynamischen und positiven Entwicklung auszugehen. Marktheidenfeld ist ein attraktiver Wirtschafts- und Wohnstandort, dessen Attraktivität nicht nur auf der Lage im Raum und der verkehrlichen Anbindung beruht, sondern wesentlich von der Lebensqualität geprägt wird. Die Stadtentwicklungsziele richten ihren Blick auf eine mittel- bis langfristig angelegte Planung unserer Stadt und zeigen einen strategischen Orientierungsrahmen auf. Grundgedanke der integrierten Stadtentwicklung ist die Vernetzung und Abstimmung verschiedener Handlungsfelder, die von Arbeit und Wirtschaft, Bildung, Soziales und Wohnen über Verkehr und Städtebau und Stadtgestalt bis hin zur Kultur und Freizeit und Tourismus reichen, sowie die Aktivierung und Kooperation lokaler Akteure auf den verschiedensten Ebenen.

Das ISEK richtet seinen Fokus auf die Innenstadt.
Eine vitale und multifunktionale Innenstadt bildet das Herz und den Motor für die weitere Stadtentwicklung. Ebenso unterliegt die Innenstadt Marktheidenfelds den gesamtstädtischen Einflüssen, die in ihrer Wirkungsweise zu beobachten sind.

Leitlinien – 6 Themenfelder

Die Leitlinien fokussieren die folgenden 6 Themenfelder.

LEITLINIE ARBEIT UND WIRTSCHAFT

Stärken:

- die herausragende Stellung als wichtiger Arbeitsstandort in der Region
- die große Zahl an Beschäftigten und Einpendlern
- die multifunktionale Innenstadt
- die stabile Kaufkraftsituation durch hochwertige Arbeitsplätze
- die starke Stellung der Stadt in der Region und ihre hohe Anziehungskraft

Bereits heute stellt Marktheidenfeld einen wichtigen regionalen Wirtschaftsstandort dar. Die Bedeutung als aktives und attraktives Mittelzentrum soll gestärkt werden. Hierzu zählen die Schaffung von geeigneten Rahmenbedingungen zur aktiven Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung sowie die Unterstützung einer Diversifizierung der Wirtschaftszweige.

Die bestehenden Unternehmen und Betriebe sind von hoher Bedeutung. Das gilt für große Industriebetriebe genauso wie für die kleinteiligen Betriebe der Innenstadt. Insbesondere in der Innenstadt sorgen sie für Individualität und Unverwechselbarkeit. Mit einer aktiven Bestandspflege sollen die innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe gestärkt und somit mögliche Nachteile gegenüber Flächen „auf der grünen Wiese“ oder dem E-Commerce gemildert werden.

Das vorhandene Angebot an Waren und Dienstleistungen stellt für die Bevölkerung ein hohes Maß an Lebensqualität dar. Daher soll die Versorgungsstruktur im Zentrum und den Ortsteilen gesichert und – wo angebracht – ausgebaut, sowie gegenteilige Entwicklungen verhindern werden.

LEITLINIE BILDUNG, SOZIALES UND WOHNEN

Stärken:

- ein umfangreiches (Aus-)Bildungsangebot
- eine engagierte Bürgerschaft und lebendige Vereinsstruktur
- die Einrichtungen für Kinder, Jugendliche und Senioren
- eine gute gesundheitliche Versorgung

Das vorhandene umfassende Bildungsangebot in Marktheidenfeld ist zentraler Standortfaktor. Im Bereich der Schul- und Berufsbildung, der kulturellen Bildung sowie der Erwachsenenbildung besteht ein breites Angebot. Die Bedeutung als zentraler Bildungsstandort in der Region soll auch zukünftig beibehalten und gestärkt werden.

Eine Auswirkung des demographischen Wandels spiegelt sich in der Nachfrage nach speziellem Wohnraum wieder. Insbesondere die Innenstadt hat ein Potenzial, das zur Errichtung attraktiven Wohnraums für unterschiedliche Lebensbereiche genutzt werden kann.

Marktheidenfeld soll als Wohnstandort für Jung und Alt (Stadt für alle Generationen) gestärkt werden. Familien- und seniorengerechte Strukturen sollen auch weiterhin genauso gefördert werden, wie die Vernetzung der in diesem Bereich tätigen Stellen, Verbände und Initiativen vorangetrieben wird.

Die Bürgerinnen und Bürger Marktheidenfelds sind bereits heute in einem hohen Maß zu ehrenamtlichem Engagement bereit. Ihren Leistungen soll auch in Zukunft mit Respekt und Förderung begegnet werden.

LEITLINIE KULTUR, FREIZEIT UND TOURISMUS

Stärken:

- die landschaftliche und naturräumliche Lage
- ein im Kern historisches Stadtbild, eingebettet ins Mainufer
- die vielfältigen Sport- und Freizeitmöglichkeiten
- eine bunte und qualitativ hochwertige Kulturszene
- die guten Gastgeberqualitäten in Hotellerie und Gastronomie

Der Freizeitwert Marktheidenfelds trägt bedeutend zur Lebensqualität bei. Eine Realisierbarkeit weiterer Freizeitangebote soll geprüft werden. Dabei stellt die Erreichung von Synergieeffekten für bestehende Angebote („Pakete“) ein zentrales Ziel dar.

Gäste spielen für die Wirtschaftskraft Marktheidenfelds eine wichtige Rolle und sichern zahlreiche Arbeitsplätze im Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebereich. Eine enge Vernetzung und Zusammenarbeit der Übernachtungsbetriebe, der Gastronomie, des Handels sowie der mit diesen Aufgaben betrauten öffentlichen Stellen soll gesichert und gesteigert werden.

Marktheidenfeld verfügt über eine vielfältige Kunst- und Kulturszene. Diese soll aktiv unterstützt werden, wozu die Vorhaltung geeigneter Räumlichkeiten und Flächen für unterschiedliche kulturelle Angebote zählen kann.

LEITLINIE VERKEHR

Stärken:

- eine kompakte Innenstadt mit kurzen Wegen und einer guten Anbindung an periphere Lagen
- die Herabstufung und der Umbau der Luitpoldstraße (B8) als Chance begreifen
- das Stadtbussystem
- eine bestehende Fußgängerzone

LEITLINIE STÄDTEBAU UND STADTGESTALT

Stärken:

- das historische Stadtbild
- die erfolgreiche Altstadtsanierung
- die Mischung öffentlicher und privater Nutzungen in der Altstadt
- in der Innenstadt und innenstadtnah gelegene Potenzialflächen

In den vergangenen Jahrzehnten wurde die Sanierung der Altstadt mit vielfältigen hoch- und tiefbaulichen Maßnahmen erfolgreich durchgeführt. Die erfolgreiche Strategie der Altstadtsanierung soll fortgesetzt werden. Dabei steht die Inwerthaltung des öffentlichen Raums, die Sanierung und ggf. die Verbesserung der Funktionalität von Gebäuden im Fokus.

Die Innenstadt Marktheidenfelds umfasst unterschiedliche funktionale und räumliche Qualitäten. Mit der Nutzung vorhandener Flächenpotenziale sollen die Qualitäten weiterentwickelt und Ergänzungen bestehender Funktionen geprüft werden.

Das Stadtbild definiert sich u.a. über einzelne prägende Gebäude mit Fernwirkung oder Alleinstellungsmerkmalen. Sie machen die Innenstadt einzigartig und stiften Identität sowie Wiedererkennungswert bei Bewohnern und Gästen. Bedeutende und stadtbildprägende Gebäude sollen auch in Zukunft aufgewertet werden.

LEITLINIE LANDSCHAFT UND ÖKOLOGIE

Stärken:

- die kompakte Innenstadtstruktur
- die vielfältigen Grün- und Freiflächen
- die unmitelbare Einbindung des Landschaftsraumes Main
- die Nähe zum Naturraum Spessart

Marktheidenfeld verfügt durch die direkte Lage an Spessart und Main über hohe naturräumliche Potenziale. Diese sollen verstärkt für einen nachhaltigen Tourismus und Naherholungswert genutzt und Verbindungen zu den bestehenden innerstädtischen Angeboten geschaffen werden.

Möglichkeiten zur Energieeinsparung im Haushalt besitzen neben der ökologischen auch eine große ökonomische Bedeutung. Aus diesem Grund soll eine energetische Sanierung der bestehenden Bausubstanz gestärkt werden, die insbesondere im Innenstadtbereich durch bestehende Auflagen und denkmalschützende Grundsätze vor größeren Herausforderungen steht. Die Nutzung regenerativer Energien soll vorangetrieben werden.

Marktheidenfeld bemüht sich grundsätzlich um einen sparsamen Flächenverbrauch. Nachverdichtungspotenziale sollen aktiv geprüft werden. In der Innenstadt wird die Innenentwicklung gezielt dahingehend gesteuert, dass vorhandene Flächenpotenziale und Leerstände einer geeigneten Nutzung zugeführt werden.

D ANHANG ZUR EINZELHANDELS-ANALYSE

Bestimmung des Einzugsgebietes und des Umsatzpotenzials

Das Marktgebiet für den Einzelhandel Marktheidenfelds wurde mit dem computergestützten Simulationsmodell HUFF berechnet.

Einflussgrößen für die Berechnung des Marktgebietes sind:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen am Einzelhandelsumsatz
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindices der verschiedenen Bedarfsbereiche

Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial leitet sich ab aus:

- der Attraktivität der Konkurrenzorte,
- der geographischen Lage der Konkurrenzorte
- der Einwohnerzahl im Einzugsbereich
- den Kaufkraftverhältnissen im Einzugsbereich und
- den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf und Jahr

In das Simulationsmodell wurden neben Marktheidenfeld weitere 38 Gemeinden einbezogen. Das tatsächliche Einzugsgebiet umfasst jedoch nur diejenigen Standorte, aus denen ein nennenswerter Anteil der verfügbaren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft realistischerweise nach Marktheidenfeld fließen kann.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer wird nach der folgenden Formel berechnet:
*KK(Marktheidenfeld) / E(Marktheidenfeld) * 100*

Dabei sind:
KK(Marktheidenfeld) = Einzelhandelsrelevante Kaufkraft Marktheidenfelds in ‰ der einzelhandelsrelevanten Gesamtkaufkraft in Deutschland.
E(Marktheidenfeld) = Einwohnerzahl Marktheidenfelds in ‰ der Einwohnerzahl Deutschlands.

Durch diese Berechnung wird, unabhängig von der Größe des Ortes, das für Ausgaben im Einzelhandel verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Vergleich zum Bundesdurchschnitt bestimmt. Dabei ist der Bundesdurchschnitt stets 100 %[1]. Geht man zur Anschauung von einem Bundesdurchschnitt von 6.000 Euro aus, so würde einem Ort mit einem einzelhandelsrelevanten Ausgabepotenzial von 6.600 Euro die Kaufkraftkennziffer 110,0 zugewiesen, einem Ort mit 5.400 Euro entsprechend die Kennziffer 90,0.

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor, die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse.

Charakteristisch für den kurzfristigen Bedarf (v.a. Lebensmittel) ist, dass vergleichsweise häufig kleine Mengen eingekauft werden und ein dichtes Netz von Verkaufseinrichtungen auch in kleineren Ortschaften die Erledigung zahlreicher Einkäufe ermöglicht. Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich (Textilien, Elektrogeräte, Möbel usw.) befinden sich Versorgungseinrichtungen in der Regel in den größeren zentralen Orten. Einkäufe werden häufig mit dem Auto durchgeführt und sind seltener als im kurzfristigen Bereich. Dem Einkauf geht in der Regel auch ein intensiverer Auswahl- und Vergleichsprozess voraus. Die ausgegebenen Beträge pro Einkauf sind dabei erheblich höher.

Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben. Unter der Berücksichtigung branchenspezifischer Verkaufsflächenproduktivitäten lassen sich schließlich aus den Umsatzpotenzialen die erforderlichen Verkaufsflächen ableiten.

1 Die aktuellen Zahlen basieren auf einem Durchschnittswert (gleich 100%) von genau 5.668 €.

ERHEBUNG DES BESTEHENDEN EINZELHANDELSANGEBOTES UND ANALYSE DER ÖRTLICHEN SITUATION

Im Rahmen der Untersuchung wurde in Marktheidenfeld eine Bestandsaufnahme aller projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt.

Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebes ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes (Innenstadt, integrierte Lage, nicht integrierte Lage)
- Branche und Betriebstyp
- Verkaufsfläche und Sortimentsniveau

Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Handelt es sich um Betriebe mit mehreren Sortimentsbereichen (z.B. SB-Warenhäuser), so wird für die Bestimmung der gesamten Verkaufsfläche je Branche im betreffenden Untersuchungsort eine Aufspaltung in alle wesentlichen Warengruppen vorgenommen.

Nicht zum Einzelhandel werden der Handel mit Kraftfahrzeugen und der Brennstoffhandel gezählt. Tankstellen-Shops werden jedoch aufgenommen. Reinigungen, Reisebüros, Videotheken und Autovermietungen zählen nicht zum Einzelhandel, ebenso wie Friseure, Schneidereien und Schuhmacher. Apotheken, Optiker, Bäcker und Metzger werden dagegen zum Einzelhandel gezählt, da hier die Handelsfunktion im Vordergrund steht.

Insgesamt unterscheidet die CIMA folgende 32 Branchen:

Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien:

- Bedienungsform
- Preisniveau
- Sortimentstiefe und -breite
- Verkaufsfläche

Wir unterscheiden zwischen folgenden Einzelhandels-Betriebstypen:

Fachgeschäft

Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice (als Filialisten sind z.B. Benetton oder Fielmann zu nennen).

Fachmarkt

Meist großflächiges Nonfood-Fachgeschäft (Ausnahme: Getränkemärkte) mit bestimmtem Branchenschwerpunkt, mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, oft knappe Personalbesetzung (z.B. Obi, Vögele, Media-Markt, Deichmann, ARO-Teppichwelt). Fachmarktzentren vereinen zahlreiche unterschiedliche Fachmarktkonzeptionen unter einem Dach oder auch in offener Bauweise.

Shopping-Center

Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe meist unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung. Errichtung häufig aufgrund zentraler Planung. Oft werden bestehende Einkaufszentren auch weiterentwickelt und vergrößert, mit der Folge, dass sich eine gravierende Veränderung der Wettbewerbssituation ergeben kann (z.B. Olympia-Einkaufszentrum in München).

Supermarkt

Ca. 400 bis 3.000 m² Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² Verkaufsfläche bereits höherer Nonfood-Anteil: Umsatzanteil ca. 10 - 15 %, Flächenanteil ca. 20 - 30 % (z.B. Rewe, Edeka, Tengelmann).

Lebensmittel-Discounter

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 700 und 1.200 m² Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen, preisaggressiv, weiter zunehmender Nonfood-Umsatzanteil (Aldi, Lidl, Norma).

Verbrauchermarkt

Verkaufsfläche ca. 3.000 bis 5.000 m², Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Nonfood-Abteilungen (Gebrauchsgüter), Nonfood-Umsatzanteil ca. 20 - 40 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 30 - 60 % (Kaufland).

SB-Warenhaus

Verkaufsfläche über 5.000 m², neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Nonfood-Abteilungen: Nonfood-Umsatzanteil ca. 35 - 50 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 60 - 75 %. Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen (Globus, Real).

Warenhaus

In der Regel Verkaufsfläche über 3.000 m², in zentraler Lage, meist mit Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment, hier überwiegend Vorwahlsystem und Bedienung (Karstadt, Galeria Kaufhof).

Kaufhaus

In der Regel Verkaufsfläche über 1.000 m², in zentraler Lage, breites, tiefes Nonfood-Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt, oft Textil (C&A, H&M).

BEGRIFFSDEFINITIONEN

Abschöpfungsquote

Bedeutung: Die Abschöpfungsquote (auch Bindungsquote oder Umsatzbindungsfaktor) bezeichnet denjenigen Umsatzanteil am gesamten bindungsfähigen Umsatzpotenzial, der zu einem Zeitpunkt x tatsächlich erzielt wird.

Berechnung: Die Berechnung kann branchenbezogen oder branchenübergreifend erfolgen. Berechnungsbasis ist der tatsächlich erzielte Umsatz einer Branche/eines Ortes dividiert durch das (bindungsfähige) Umsatzpotenzial dieser Branche/des Ortes.

Einzugsgebiet

Bedeutung: Die Größe des Einzugsgebiets eines Ortes bestimmt zu einem wesentlichen Anteil die Höhe seines bindungsfähigen Umsatzpotenzials.

Berechnung und Abgrenzung: Einflussgrößen zur Bestimmung des Einzugsgebiets sind v.a.

- die Zeitdistanzen von den Wohnorten der Konsumenten zu den zentralen Einkaufsorten in der Region;
- die Marktpotenziale der Gemeinden des potentiellen Einzugsgebiets;
- die Attraktivitätsgrade der konkurrierenden Einkaufsorte;
- die unterschiedliche Distanzempfindlichkeit und Ausgabebereitschaft für Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs.

Die Abgrenzung erfolgt i.d.R. nach Bedarfsbereichen für Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bereichs. Zum Einzugsgebiet zählen alle Gemeinden, aus denen mindestens 10 % der verfügbaren Kaufkraft in den Untersuchungsort fließen. Dabei ist zu beachten, dass v.a. in Verdichtungsräumen eine unter 10 % liegende Kaufkraftbindung in €-Werten einen erheblichen Umfang erreichen kann.

Kaufkraft (nominal/real)

Bedeutung: Die nominale Kaufkraft bezeichnet diejenige Geldmenge, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraumes zur Verfügung steht. Sie setzt sich zusammen aus dem verfügbaren Netto-Einkommen zuzüglich der Entnahmen aus Ersparnissen und aufgenommener Kredite, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Die reale Kaufkraft berücksichtigt das regional sehr unterschiedliche Niveau von Löhnen/Gehältern und Lebenshaltungskosten.

Kaufkraftkennziffer (KKZ)

Bedeutung: Die KKZ bezeichnet die allgemeine Kaufkraft einer Gemeinde pro Einwohner im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (unabhängig von der Größe der Gemeinde).

Berechnung: Aus der Einkommensteuer-Statistik der Städte und Gemeinden wird das gesamte im Ort verfügbare Netto-Einkommen aufsummiert und durch die Zahl der Einwohner geteilt. Daraus ergibt sich ein bestimmtes ortsspezifisches Pro-Kopf-Einkommen. Der Bundesdurchschnitt dieses Pro-Kopf-Einkommens wird gleich 100 gesetzt. Bei den aktuellen 19.221 € würde einem Ort mit einem Pro-Kopf-Einkommen von 21.143 € die KKZ 110,0 zugewiesen, einem Ort mit € 17.299 entsprechend die KKZ 90,0.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Bundesdurchschnitt 5.668 €) bezieht sich nur auf Ausgaben im Einzelhandel.

Marktpotenzial

Bedeutung: Das Marktpotenzial bezeichnet das potenzielle Ausgabevolumen eines Ortes im Einzelhandel auf Basis seiner Einwohnerzahl (ohne Kaufkraftzu- und -abflüsse aus dem Einzugsgebiet).

Berechnung: Berechnungsbasis sind die jährlich neu ermittelten durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf in Deutschland, multipliziert mit der Einwohnerzahl des Ortes und der ortsspezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Prozent.

Umsatzpotenzial (bindungsfähiges)

Bedeutung: Das bindungsfähige Umsatzpotenzial bezeichnet den Umfang des Umsatzes, den ein Ort auf Basis seinen eigenen, lokalen Marktpotenzials, abzüglich der Kaufkraftabflüsse der eigenen Bevölkerung und zuzüglich der Kaufkraftzuflüsse der Bewohner des Einzugsgebiets, rechnerisch erreichen kann.

Berechnung: Vom ermittelten lokalen Marktpotenzial wird der zu erwartende Kaufkraftabfluss der örtlichen Bevölkerung abgezogen und der zu erwartende Kaufkraftzufluss aus dem Einzugsgebiet hinzugerechnet (Ermittlung des zu erwartenden Kaufkraftzu- bzw. -abflusses über Einfluss von Entfernung und Attraktivität der Konkurrenzzentren = Distanz-Matrix-Modell nach HUFF).

Umsatzkennziffer (UKZ)

Bedeutung: Die UKZ bezeichnet die Umsatzkraft einer Gemeinde pro Einwohner (also nicht den Umsatz pro Einwohner!).

Da am Umsatz eines Ortes zu beträchtlichen Teilen auch die Bewohner des Umlandes beteiligt sind, ist der Umsatz bzw. die Umsatzkennziffer Ausdruck der Zentralität eines Ortes und ein Kriterium für die Beurteilung seiner Standortattraktivität.

Berechnungsbasis: Berechnungsbasis ist der (von MB-Research jährlich geschätzte) örtliche Einzelhandelsumsatz (ohne Kfz/Mineralöl, aber mit Einzelhandels-Nahrungsmittelhandwerk wie Bäcker/Metzger). Wie bei der KKZ wird der ortspezifische Wert mit dem Bundesdurchschnitt verglichen und auf die Einwohnerzahl des Ortes bezogen.

Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von über 100 % einnimmt, so fließt Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100 %, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können. Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z.B. durch die Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.

Verkaufsfläche

Bedeutung: Die Verkaufsfläche bezeichnet den Teil eines Einzelhandelsbetriebes, der für den Kunden begehbar ist und dem Ziel dient, Verkaufsabschlüsse zu tätigen. Dazu gehören der Eingangsbereich, die Standfläche von Einrichtungsgegenständen, Ausstellungsflächen und Schaufenster, die Fläche von Bedientheken mit der dahinter liegenden, für den Kunden sichtbaren Fläche, Umkleidekabinen, Gänge, Kassenzonen, Pack- und

Entsorgungszonen, Windfänge und Freiflächen, die nicht nur temporär genutzt werden. Nicht zur Verkaufsfläche gehören demnach z.B. Lager-, Anlieferungs-, Sozial- und Büroräume. Diese bilden gemeinsam mit der Verkaufsfläche die Nutzfläche eines Betriebs, die auch als Gesamtmietfläche oder GLA Gross Leasable Area bezeichnet wird. Verkehrsflächen in Passagen oder Einkaufszentren werden ebenso nicht zur Verkaufsfläche gezählt.

GRAVITATIONSMODELL DER CIMA

Zur Prognose der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden Veränderungen von Kaufkraftströmen und den daraus resultierenden Umsatzverlagerungen haben sich in der Einzelhandelsforschung und -begutachtung mathematisch-statistische Modelle bewährt, die entsprechend der Methodik zur Abgrenzung von Markt- und Einzugsgebieten auf gravitationstheoretischen Ansätzen basieren. Die CIMA hat auf der Basis des ursprünglich von D. L. Huff entwickelten Modells ein eigenes, rechnergestütztes Simulationsmodell entwickelt, bei dem verschiedene, für den Untersuchungsraum relevante Kennwerte berücksichtigt werden können.

Dieses differenzierte Modell berücksichtigt folgende Einflussgrößen:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen am Einzelhandelsumsatz,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindices der verschiedenen Bedarfsbereiche.

E ANHANG ZU DEN ÜBERGEORDNETEN ZIELEN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG

VERSORGUNGSFUNKTION EINES MITTELZENTRUMS SICHERN

Die Einzelhandelsentwicklung in Marktheidenfeld folgt dem landesplanerischen Ziel der Versorgungsfunktion über die Grundbedürfnisse hinaus. Marktheidenfeld bietet im Bereich des Einzelhandels und der Versorgung ein ausdifferenziertes Angebot an Waren und Dienstleistungen des periodischen Bedarfes.

Die Orientierung der Einzelhandelsentwicklung an dem nachfolgend formulierten Standortkonzept trägt zur Sicherung der Versorgungsfunktion Marktheidenfelds bei.

ZENTRENORIENTIERTE ENTWICKLUNG

Vor dem Hintergrund begrenzter bindungsfähiger Umsatzpotenziale, der Herausforderungen des demographischen Wandels und des Erhalts der Zukunftsfähigkeit der Stadtkernentwicklung, sind die Entwicklungsprioritäten auf die Innenstadt und die bestehenden integrierten Lagen (vgl. nachfolgendes Standortkonzept) zu legen.

Diese Priorisierung sollte sich in einer entsprechenden Bauleitplanung niederschlagen und damit Verbindlichkeit erlangen.

„STADT DER KURZEN WEGE“

Eine bedarfsorientierte, wohnortnahe Versorgung mit Waren des täglichen und periodischen Bedarfes soll vorgehalten werden, um nahversorgungsinduzierte Versorgungsfahrten zu minimieren.

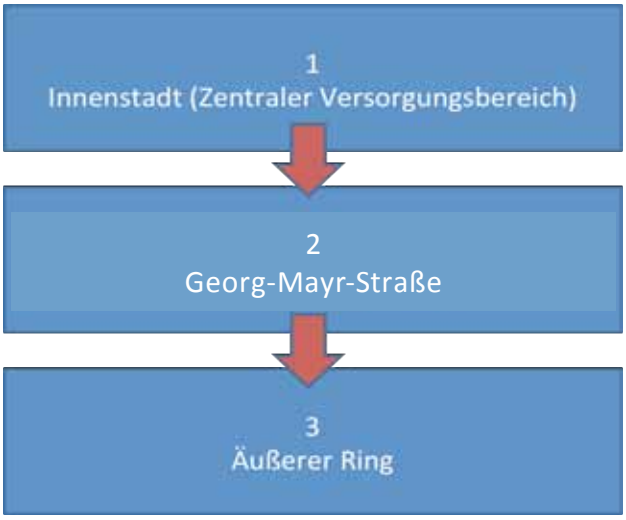
RESSOURCENSCHONUNG

Ein sparsamer Umgang mit (Gewerbe-)Flächen unter Berücksichtigung der Ansprüche der gewerblichen Wirtschaft (Vorrangfunktion für höherwertige, gewerbliche Nutzungen) sichert eine nachhaltige Flächenentwicklung.

STANDORTE

Zentrenhierarchie - Empfehlung zur Ansiedlungs-Priorisierung

Die Zentrenhierarchie in Marktheidenfeld wird von der Innenstadt, als Stadtzentrum und einzigem Zentralen Versorgungsbereich, dominiert. Dieser Bereich wurde aufgrund seiner wichtigen gesamtstädtischen Funktion, der vorhandenen Nutzungsdichte sowie Funktionsmischung in Kapitel 2.7.2.2 (siehe S. 32) als vorrangig zu entwickelnder Einzelhandelsbereich abgegrenzt.



Mögliche Neuansiedlungen oder Verlagerungen innerhalb der Stadt sollten daher den einzelnen Handelslagen mit folgender Priorität zugeordnet werden:

1. Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt
2. Fachmarktagglomeration Georg-Mayr-Straße
3. Äußerer Ring

Ansiedlungen in Lagen außerhalb der drei bezeichneten Bereiche sollten nur in begründeten Ausnahmefällen - z.B. im Fall nahversorgungsrelevanter Sortimente zur Versorgung der Ortsteile oder für Ansiedlungen nicht zentrenrelevanter Sortimente - ein bestehendes Beispiel ist hier die Ansiedlung des Hagebaumarktes - vorgenommen werden.

Dabei stellt die Flächenverfügbarkeit eine wesentliche Einschränkung dar. Sollte für ein Ansiedlungsbestreben eine ausreichend bemessene Fläche im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zur Verfügung stehen, ist diese Fläche priorisiert anzubieten. Sollte diese Prüfung der Realisierbarkeit im Zentralen Versorgungsbereich zu einem negativen Ergebnis kommen, hat sich eine Neuansiedlung außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches der Prüfung auf ihre Zentrenverträglichkeit zu unterziehen. Im Falle von Einzelhandelsgroßprojekten ist auch bei Ansiedlungen innerhalb des ZV die Verträglichkeit gemäß LEP 2013 zu prüfen.

MASSNAHMEN ZUR VITALISIERUNG DES EINZELHANDELS

Um den Einzelhandelsstandort Marktheidenfeld und insbesondere die Stadtmitte auch für die Zukunft gut aufzustellen, werden im Folgenden Maßnahmen unterschiedlicher Dimensionen und Verantwortlichkeiten aufgeführt.

LEBENSMITTEL

Marktheidenfeld ist im periodischen Bedarf sehr gut aufgestellt. Ein Beweis hierfür ist vor allem die hohe Bindung von 97% im periodischen Bedarfsbereich. Auch außerhalb der nicht-integrierten Lagen sind leistungsstarke Betriebe anzufinden. Der zentrale Versorgungsbereich ist mit dem modern aufgestellten Kupsch Markt und dem Müller-Drogisten, sowie diversen Lebensmittelhandwerksbetrieben im Bereich Nahversorgung sehr gut ausgestattet. Auch die integrierten Lagen sind beispielsweise über das E-Center sehr gut mit Waren des täglichen Bedarfs versorgt. Generell gilt es, den vorhandenen Bestand weiter zu fördern, um auch weiterhin die überdurchschnittlich hohe Kaufkraftbindung in den nahversorgungsrelevanten Segmenten, speziell in den integrierten Lagen, zu gewährleisten.

DROGERIE- UND PARFÜMERIEARTIKEL

Der Sortimentsbereich Drogerien und Parfümerien wird in Marktheidenfeld durch die im Ort vorhandenen Betriebe sehr gut abgedeckt. Der dm-Drogeriefachmarkt ist zwar mehrheitlich Autokunden-orientiert, aber modern aufgestellt und optimiert die gesamtörtliche Versorgung Marktheidenfelds. Der im zentralen Versorgungsbereich situierte Müller-Markt ist für die fußläufige Versorgung der Innenstadt eine wichtige Ergänzung im Bereich Nahversorgung.

Desweiteren decken die übrigen Lebensmittelanbieter den weiteren Bedarf über die Randsortimente im Bereich Drogeriewaren ab. Auch in diesem Segment ist die Ausstattung als überdurchschnittlich zu bewerten. Für die Zukunft würde sich in diesem Segment der Schutz des momentanen Bestandes, speziell des innerstädtischen Müller-Drogisten, sowie eine Erweiterung im vorhandenen Bestand empfehlen.

BEKLEIDUNG

In den Sortimentsbereichen (Oberbekleidung, Wäsche) sind in Marktheidenfeld rd. 90% der Kaufkraft gebunden, sowie Umsatzpotenziale in Höhe von rd. 1,4 Mio. Euro vorhanden. In diesem Sortimentsbereich bestände demnach noch ein Flächenpotenzial von 496 m². Auch in diesem Segment besitzt die Kommune eine überdurchschnittliche Ausstattung. Aus diesem Grund ist hier dem Bestandsschutz und Pflege vor Neuansiedlungen Priorität einzuräumen.

SPORTARTIKEL

Vor allem das Kaufhaus Udo Lermann bietet auf über 1000 m² Sportartikel an. Darüber hinaus bieten die örtlichen Discounter Sportartikel in den Randsortimenten an. Aufgrund dieses umfangreichen Angebotes besitzt Marktheidenfeld eine Bindungsquote von 104%. Das bedeutet, dass Kaufkraft im Bereich Sport auch überörtlich gebunden wird.

Aus diesem Grund wird u.E. von weiteren Ansiedlungsvorhaben in diesem Segment abgeraten.

SCHUHE

Im Bereich Schuhe sind ebenfalls, aufgrund des umfassenden Bestandes vor Ort, sehr hohe Bindungsquoten, von rd. 136% zu verzeichnen. In diesem Segment wären demzufolge auch keine weiteren Umsatzpotenziale vorhanden.

ELEKTRO, EDV UND FOTO (CONSUMER ELECTRONICS)

Der größte Teil dieses Sortimentsbereiches wird im Kaufhaus Udo Lermann angeboten. Besonders im Bereich Haushaltselektronik entstehen so Bindungsquoten von über 182%, die aber durch das geringere Angebot in den Segmenten Unterhaltungselektronik (57%), Computer/EDV (44%) und Foto (46%) wieder nivelliert wird. Insgesamt wird im gesamten Bedarfsbereich so eine Bindungsquote von 78% generiert. Über den gesamten Bedarfsbereich wäre ein offenes Umsatzpotenzial von 6,2 Mio. € vorhanden, bzw. eine Verkaufsfläche von rd. 1300 m² vertretbar. Eine solche Fläche wäre bei Neuansiedlung innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches nur bei Aufgabe eines bestehenden Betriebes zu realisieren.

MÖBEL

Im Kernsortiment Möbel sind in Marktheidenfeld noch durchaus Potenziale vorhanden. Momentan werden nur rd. 52% des möglichen Umsatzpotenzials innerhalb des Ortes gebunden. Dies könnte auf einer maximalen Verkaufsfläche von zusätzlichen 3400 m² gebunden werden.

GLAS, KERAMIK, HAUSRAT

Im Segment Einrichtungsgegenstände weist Marktheidenfeld deutliche Überkapazitäten auf. Dies beweist die Bindungsquote von rd. 250% in diesem Sortimentsbereich. Ein großer Teil des örtlichen Angebotes wird im Kaufhaus Udo Lermann offeriert. Aufgrund dessen empfehlen wir keine weiteren Ansiedlungen oder Erweiterungen in diesem Bereich.

BAUMARKT, GARTENBEDARF

In diesem Segment werden trotz des guten, örtlichen Angebotes nur rd. 68% des vorhandenen Umsatzpotenzials gebunden. Dementsprechend könnten noch rd. 3100 m² Fläche mit einem potenziellen Umsatz von rd. 6,3 Mio. € in diesem Segment entwickelt werden. Da diese Fläche aber in der Regel zu klein für filialisierte Baumarktbetreiber ist, wäre eine Erweiterung bestehender Anbieter zu empfehlen.

MASSNAHMEN ZUR EINZELHANDELSOPTIMIERUNG

Die mit der Branchenoptimierung verbundenen Aufgaben gehören zu den typischen Aufgaben einer kommunalen Wirtschaftsförderung bzw. könnten durch ein innerstädtisches Quartiersmanagement in engem Dialog mit Stadt und Immobilienbesitzern erfolgen:

- individuelle Beratung von interessierten Unternehmen aus Marktheidenfeld und von außerhalb
- Bereitstellung von Informationen über den Einzelhandelsstandort Marktheidenfeld
- aktive Ansprache von in Frage kommenden Unternehmen (regionale Handelsunternehmen, überregionale Filialisten)
- Vermittlung von Kontakten zu Hauseigentümern
- finanzielle Förderung von Investitionen

BESTANDSORIENTIERTE ENTWICKLUNG – ATTRAKTIVIERUNG DES EINZELHANDELS

Das Maßnahmenpaket umfasst den Ausbau und die qualitative Fortentwicklung der Bestandsbetriebe zur Profilschärfung und Positionierung des Standorts gegenüber den Wettbewerbern in der Region. Der Fokus liegt auf Qualität, Service und Beratung:

- Überprüfung der Sortimente: Mit einer Straffung oder Erweiterung der Sortimente kann aktuellen Trends in der Nachfrage Rechnung getragen werden. Ggf. Sortimentsabsprache mit Kollegen anstreben, um einen Mehrwert für den Kunden zu erzielen.
- attraktive Ladengestaltung: Ladenbau, Schaufenstergestaltung, Beleuchtung etc.
- Überprüfung und Qualifizierung des äußeren Erscheinungsbilds: Fassadengestaltung, Werbeanlagen, Sonnenschutz
- Warenpräsentation und Marketingauftritt
- Ausbildung Personal: Schulung und Fortbildungsmöglichkeiten; ggf. betriebsübergreifend organisieren; Lernen von Beispielen aus anderen Kommunen

MINDESTBETRIEBSGRÖSSEN / MASSNAHMEN ZUR VERKAUFSFLÄCHENERWEITERUNG

Bei der Einzelhandelserhebung konnte festgestellt werden, dass zahlreiche Ladenlokale Verkaufsflächen von unter 100 m² aufweisen. Mit dieser unterdurchschnittlichen Verkaufsflächengröße können erhebliche Probleme für die Geschäfte verbunden sein. Die Größe der Verkaufsfläche steht im direkten Zusammenhang mit der Sortimentskompetenz des Geschäfts und somit auch mit der Höhe der Umsatzleistung je Quadratmeter Verkaufsfläche. Kleinflächige Facheinzelhandelsgeschäfte können nur eine geringe Sortimentstiefe und -breite bieten. Diese mangelnde Präsenz führt dazu, dass bestimmte Kundenwünsche nicht oder nur mit erheblichem Zeitverzug erfüllt werden können. Die Folge ist eine Umsatzstagnation bzw. ein Rückgang der Umsätze aufgrund der abgewiesenen Kunden.

Die meisten Sortimente erfordern eine Mindestverkaufsfläche, die in den seltensten Fällen unter 100 m² liegt. Lediglich Apotheken, Lebensmittel-Spezialgeschäfte, Bäcker, Metzger sowie Anbieter von Uhren/Schmuck, Tabakwaren oder Zeitschriften bilden eine Ausnahme. Hier sollte versucht werden, soweit die baulichen Rahmenbedingungen dies zulassen, durch Erweiterung oder Zusammenschluss der Verkaufsflächen die Attraktivität und Konkurrenzfähigkeit der betreffenden Betriebe zu verbessern. Hier stellt die Umwandlung

nicht mehr benötigter Lager- und Abstellflächen eine Möglichkeit dar, die Verkaufsfläche zu erweitern.

Da gerade bei Neugründungen i. d. R. nur Mindestbetriebsgrößen von mehr als 100 m² Verkaufsfläche konkurrenzfähig sind, besteht auch die Gefahr einer erschwerten Vermietbarkeit der Kleinflächen. Eher unattraktive Nutzungen aus dem Einzelhandel (1-Euro-Laden) oder dem Dienstleistungsbereich (Tattoo-Studio) bis hin zu Dauerleerständen können die Folge sein.

Als strategische Entscheidungshilfe, welche Nach- bzw. Umnutzungen für kleinflächige Handelsflächen möglich sind, sollen nachstehende Auflistungen dienen, welche jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben.

Typische Nachnutzungen (Einzelhandel) von kleinflächigen Handelsflächen:

- SB-Bäckereien
- Feinkostgeschäfte
- Modeschmuck
- Individualisten (Schmuck, Geschenke, Antiquitäten, Second Hand)
- Handy-Shops

Typische Umnutzungen (abseits des Einzelhandels) von kleinflächigen Handelsflächen:

- Kindertagesstätte, Kinderhort
- Versicherungen
- Pizzadienst, Döner, Imbiss
- Nähstuben, Änderungsschneidereien
- Reisebüros
- Beratung (Arbeitsvermittlung, Makler, Notar, Unternehmensberatung)
- Schönheitspflege (Friseur, Kosmetik, Sonnenstudio)
- Cafés

FLÄCHENMANAGEMENT – LÜCKEN SCHLIESSEN, LEERSTÄNDE AKTIVIEREN

Das Ziel einer Schließung vorhandener Angebotslücken zur Abrundung des Einzelhandelssortiments kann nur mittel- bis langfristig erreicht werden und muss ein dynamisches Verständnis haben, da sich die Bedingungen ändern und sich so neue Bedarfe und Konkurrenzsituationen ergeben.

Darüber hinaus spielt oft der Zufall eine wichtige Rolle, wenn bei der Betreibersuche im Falle einer Neuvermietung eine passende Ergänzung zum Branchen- und Angebotsmix des gesamten Einzelhandelsbestands gefunden werden kann. Zusätzlich kommt erschwerend hinzu, dass aufgrund der Ortsgröße wenig standardisierte Konzeptbetreiber und Filialisten Interesse zeigen werden, sondern oftmals der lokale oder regionale Betreiber im Fokus stehen muss, der jedoch weniger organisiert und schwerer zu identifizieren ist.

Die Aufgaben des Flächenmanagements könnten durch ein innerstädtisches Quartiersmanagement übernommen werden.

NACHFOLGE IM EINZELHANDEL SICHERN

Um frühzeitig die Nachfolge im Einzelhandel zu sichern und somit weitere Leerstände zu vermeiden, ist ein Beratungsangebot für bestehende Einzelhandelsunternehmen sinnvoll.

- Informationsveranstaltungen mit Fachreferenten
- Nutzung der bundesweiten Gründer- und Nachfolgebörse next-change
- persönliche Beratungsgespräche „Unternehmensnachfolge“ bei der IHK bzw. der Handwerkskammer
- Kontaktaufnahme mit möglichen Existenzgründern aus Marktheidenfeld und der Region
- Nutzung der Fördermöglichkeiten bei Beratungen

ANGLEICHUNG DER LADENÖFFNUNGSZEITEN

Im Rahmen der Untersuchung konnte bei den Marktheidenfelder Innenstadtbetrieben eine Vielzahl verschiedener Regelungen bei der Ladenöffnung festgestellt werden. Diese Regelungsvielfalt führt dazu, dass Kunden verunsichert sind und ggf. ganz von einem Einkauf in Marktheidenfeld absehen. Zudem konzentriert sich die Kundenfrequenz auf wenige Stunden des Tages, an dem die Wahrscheinlichkeit, alle gewünschten Betriebe geöffnet anzutreffen, am größten ist, was auch eine nicht optimale Auslastung der verfügbaren Parkplatzkapazitäten nach sich zieht.

Gegenüber den einheitlichen und im Rahmen der gegenwärtigen Möglichkeiten fast vollständig ausgenutzten Öffnungszeiten des wesentlichsten Konkurrenzstandortes Würzburg, ist dies ein Standortnachteil für die Marktheidenfelder Innenstadt und kann zumindest als Mit-Ursache für gegenwärtige Kaufkraftabflüsse angesehen werden.

Angesichts der Struktur des kleinflächigen Einzelhandels sind maximale Öffnungszeiten aus Kostengründen allerdings oft nur schwer zu realisieren. Zur Profilierung des Einzelhandels sollten aber als Mindestanforderung an eine stärkere Serviceorientierung zumindest

Kernöffnungszeiten eingerichtet werden, zu denen der Kunde sicher sein kann, alle gewünschten Erledigungen durchführen zu können.

Auch eine durchgehende Öffnung der Geschäfte zur Mittagszeit an allen Werktagen (Zielgruppe Berufstätige in der Stadt, Arztbesucher, Schüler etc.) wäre im Rahmen einer Kernöffnungszeiten-Regelung anzustreben.

GEMEINSCHAFTLICHE SERVICEORIENTIERUNG DER BETRIEBE

In Kleinstädten wie Marktheidenfeld zeichnet sich der innerstädtische Einzelhandel durch inhabergeführte Betriebe aus, welche mittels hoher Serviceorientierung Wettbewerbsvorteile gegenüber dem fachmarktlastigen Einzelhandel an anderen Standorten nutzen können. Daher sollten die Betriebe diese Serviceorientierung durch ein möglichst geschlossenes, serviceorientiertes Auftreten nach außen zeigen.

Eine „Serviceoffensive" des Einzelhandels in Zusammenwirkung mit den ansässigen Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben, mit der einheitlichen Definition von Mindest-Servicestandards, kann in Verbindung mit einer entsprechenden Marketingstrategie neue Impulse zum Besuch der Marktheidenfelder Innenstadt setzen. Wichtiger Träger einer Profilierungsstrategie im Rahmen des Innenstadt-Marketings ist die Werbegemeinschaft, die im Verbund das geschlossene Auftreten nach außen durch ihre Aktionen und Maßnahmen weiter fördern sollte. Neben branchenspezifischen Serviceleistungen sind Freundlichkeit, Warenkenntnis und Beratungsqualität durch das Personal wesentliche Kriterien der Serviceorientierung.

Aber auch gemeinsam initiierte und getragene Service-Angebote können dazu beitragen, das Image einer kundenfreundlichen Einkaufsstadt weiter auszubauen und zu festigen. So lassen sich Serviceangebote ebenso zur Zielgruppenorientierung nutzen (z.B. durch das Herausstellen eines seniorenfreundlichen Lieferservices) wie zur Verbesserung der Kundenwahrnehmung (z.B. durch moderne Warendisplays), zur Kundenentlastung (z.B. durch das Angebot einer Gepäckaufbewahrung) sowie auch als geldwerter Kundenvorteil (z.B. durch Parkgebührenrückerstattungen).

STÄRKERE ORIENTIERUNG ZUM ERLEBNISEINKAUF

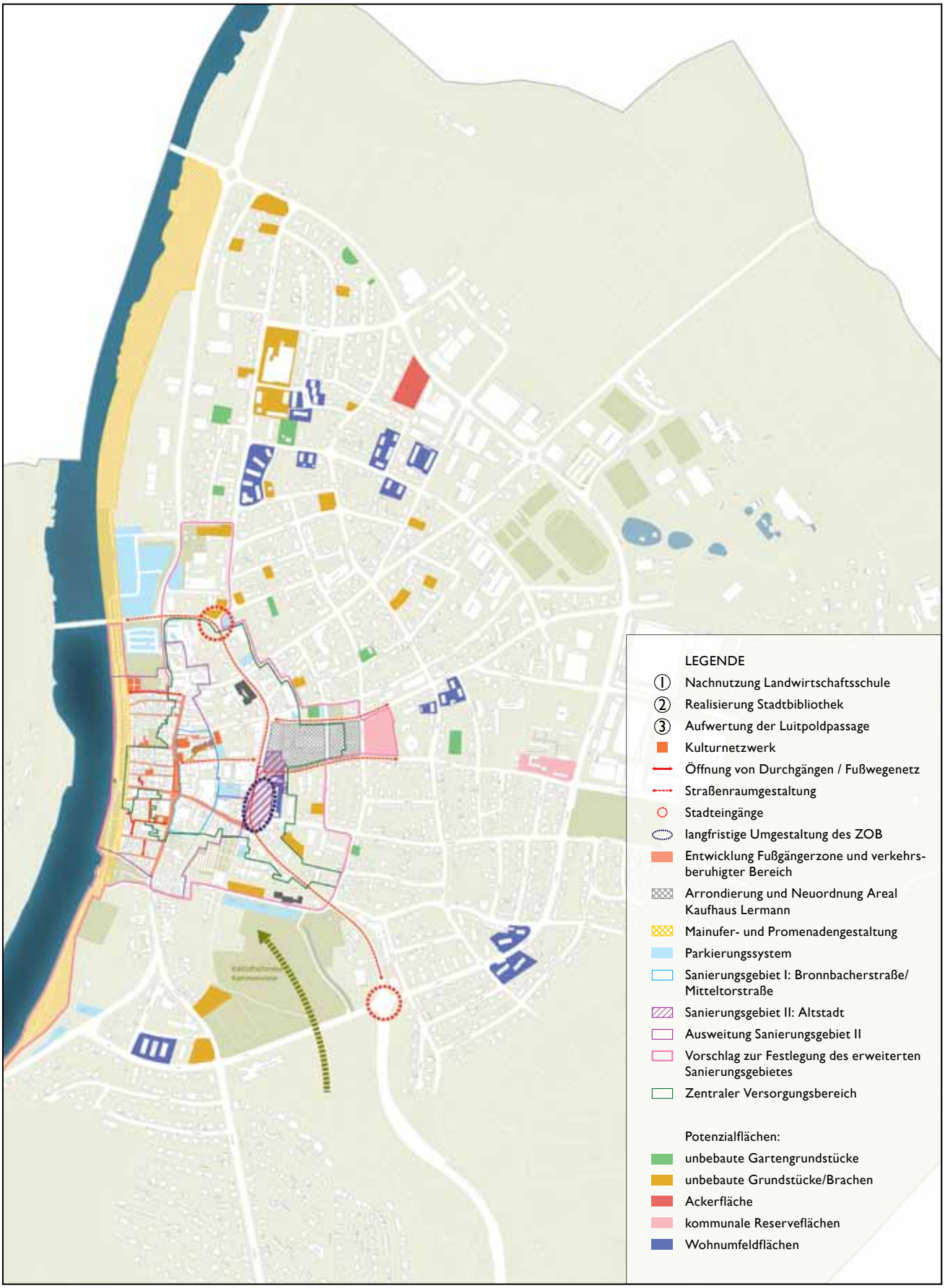
Mit der Entwicklung vom Versorgungseinkauf zum Erlebniseinkauf geht auch eine zunehmende Annäherung bzw. Vermischung der Bereiche Einkauf und Freizeit einher.

Durch Erlebnisfaktoren, Attraktionen und Atmosphäre können sich die Geschäfte wie auch die Marktheidenfelder Innenstadt zu Freizeit- und Erlebnisbereichen entwickeln, in denen Einkaufen weniger als Versorgungsvorgang und mehr als Freizeitbeschäftigung betrachtet werden kann.

Dabei ist die Förderung des Erlebniseinkaufs auf verschiedenen Ebenen möglich:

- der städtischen oder Makroebene z.B. durch die verkaufsoffenen Sonntage, die in Marktheidenfeld mit viermaliger Ausrichtung sehr gut ausgeschöpft werden
- der Mehrbetriebsebene z.B. durch Themenwochen, die innerhalb einer Branchengruppe wie z.B. dem modischen Sektor (Geschäfte aus den Bereichen Bekleidung, Schuhe und Optik zeigen z.B. die Trends der Modemesse) durchgeführt werden
- auf einzelbetrieblicher Ebene (Ergänzung des Sortimentes durch Erlebniskomponenten: außergewöhnlicher Ladenbau, Spielecken für Kinder, Angebot von Getränken, Test- und Probierzonen, sortimentsfremde Angebotsbestandteile etc.)

Während die Makroebene durch die Werbegemeinschaft und Aktionen, wie z.B. den Kulinarischen Abend „White Night" oder den Weihnachtsmarkt bereits ausgebaut ist, sollten sich mehr Einzelbetriebe erlebnisorientiert zeigen. Durch die Erlebnisorientierung können diese Betriebe zu einer „Besonderheit" und so zu Magneten für ganz Marktheidenfeld werden.

Gleichzeitig können sich die Betriebe von ihren Mitbewerbern abheben, positiv profilieren und so den Verkauf des Kernsortimentes stützen. Ergänzend ist eine geeignete, d.h. auf bestimmten Besonderheiten (Spezialisierung aus den Bereichen Sortiment, Personal, Service, Ladenbau, Betriebs-Historie etc.) beruhende Profilierung sinnvoll, um eine spezifizierte und gezielte Kundenansprache vorzunehmen.

8 RAHMENPLAN