

Quartiers- Werkstatt

Strategieprozess für die Bayreuther Innenstadt

Präsentation | 14. September 2023

Stadt Bayreuth | Stadt + Handel

STADT+HANDEL

Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

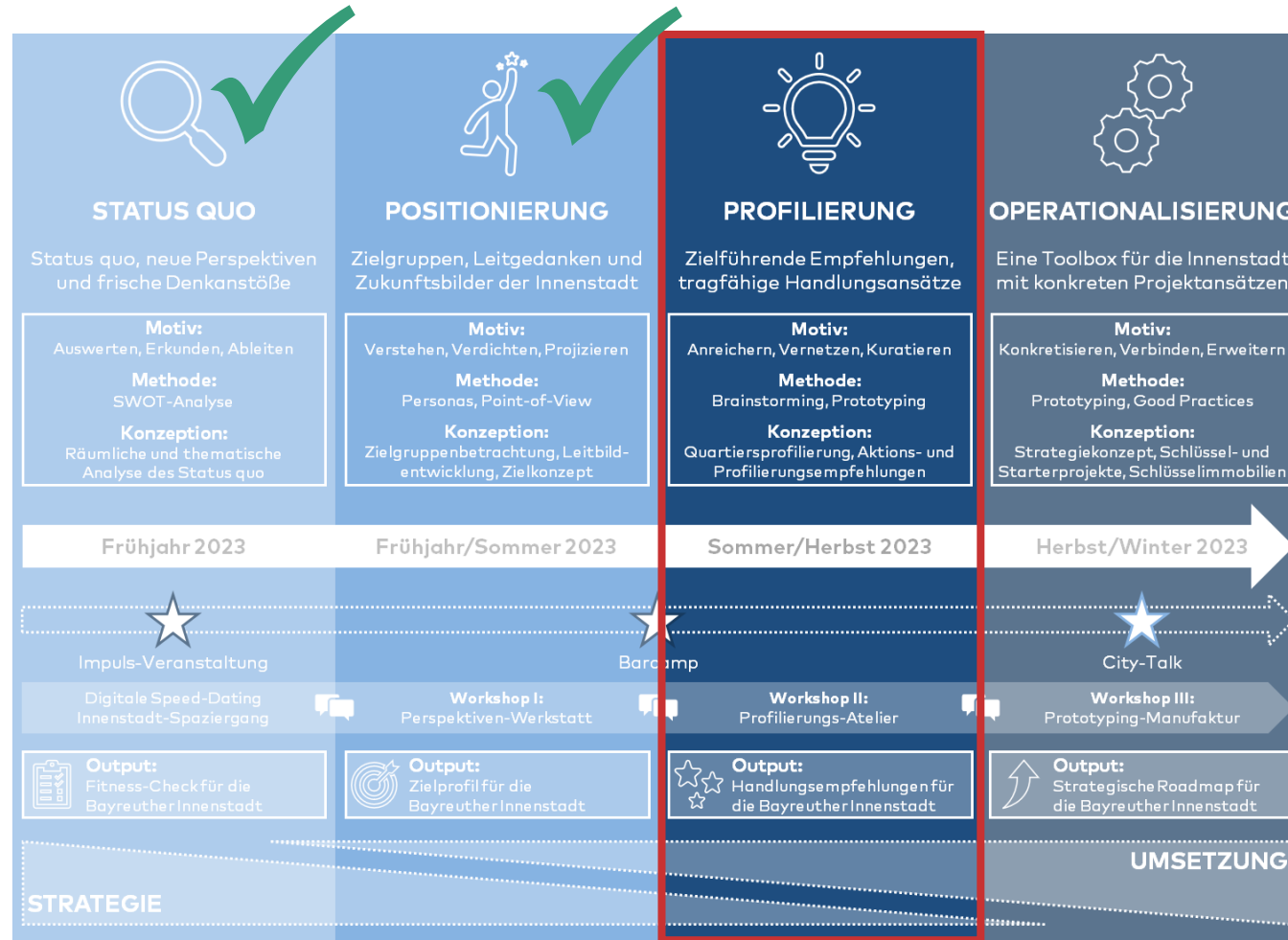
Veröffentlichungshinweis

Es werden Grafiken und Bildausschnitte zur besseren Darstellung von Kernaussagen verwendet. Eine öffentliche Nutzung bzw. Weitergabe, Vervielfältigung oder gar allgemeine Veröffentlichung kann jedoch Ansprüche der Rechteinhaber:innen auslösen. Wer diese Unterlagen deshalb, in welcher Form auch immer, weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhaber:innen der Rechte. Stadt + Handel Beckmann und Föhrer Stadtplaner GmbH wird mit der Verletzung dieser Untersagung zur Weitergabe und Veröffentlichung von allen Ansprüchen Dritter freigestellt. Der/Die Verursacher:in dieser Verletzung oder heranzuziehende Verantwortliche hierfür tragen die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen.

Was bisher geschah...

Beteiligungsformate | Zielgruppenbetrachtung | Innenstadtleitbild

Aktueller Prozessstand





Beteiligungsformate

Erste Schritte zur Erarbeitung einer gemeinsamen Zukunftsstrategie!



Perspektiven-Werkstatt



Barcamp

Zielgruppenbetrachtung

Welche Fokuszielgruppen soll die Bayreuther Innenstadt besonders ansprechen?



Jugendliche



Studierende &
Berufseinsteiger:innen



Junge Familien



Tourist:innen

BAYREUTHS INNENSTADT

Zwischen
Wagner und
Wundertüte



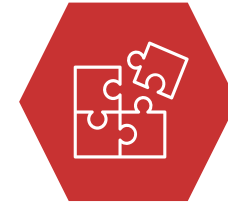
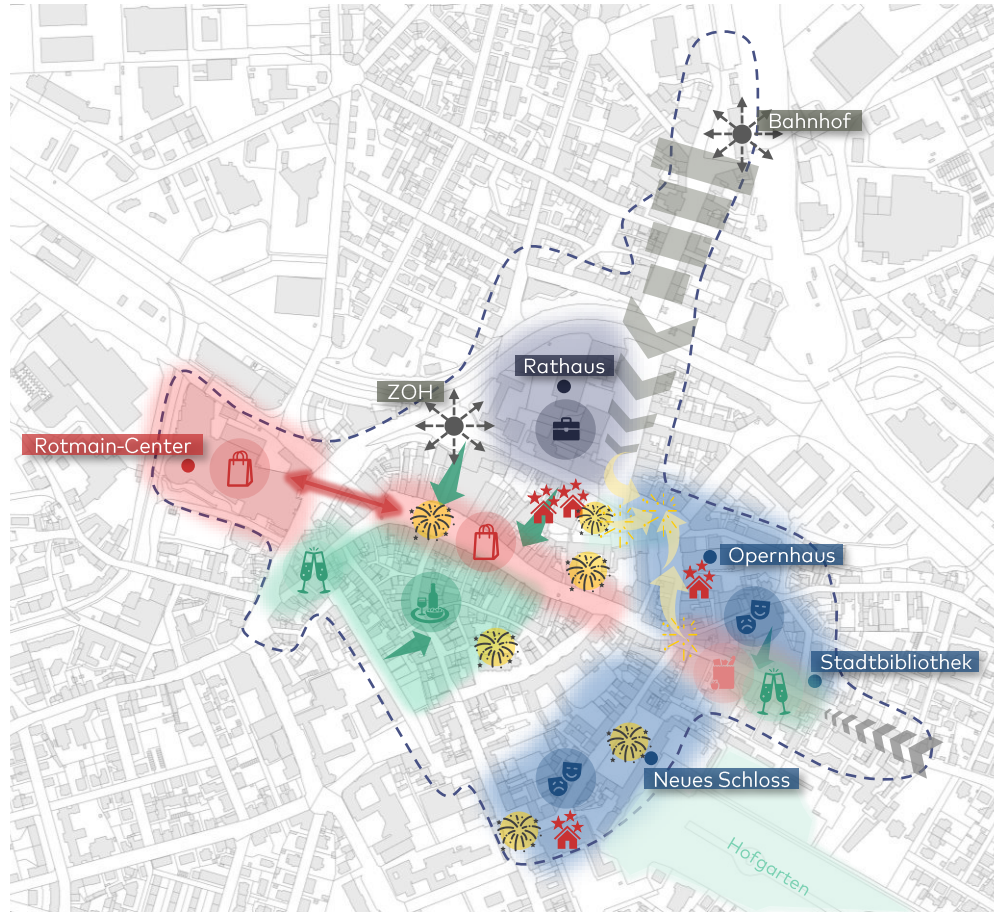
Innenstadtleitbild

„Bayreuths Innenstadt – Zwischen Wagner und Wundertüte.“

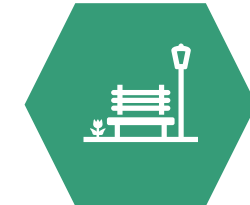
Legende

- Untersuchungsraum
- zentrale Eingangssituation
- Transitzone
- Mobilitätsschwerpunkt
- sichtbare Wegeverbindung
- kooperative Verbindung
- Treffpunkt & Veranstaltungsort
- Schlüsselimmobilien
- Fokusbereich Kultur & Historie
- Fokusbereich Arbeiten & Verwaltung
- Fokusbereich Genuss & Ausgehen
- Fokusbereich Nachtleben
- Fokusbereich Shopping
- Fokusbereich Versorgung & Alternatives
- Sogwirkung des „Scharniers“

100 m



FOKUS AUF INNOVATIVE KONZEPTE UND FRISCHE IDEEN FÜR DIE JUNGEN FOKUSZIELGRUPPEN.



BAYREUTHER INNENSTADT ALS GEMEINSAMEN ERLEBNISRAUM ETABLIEREN.

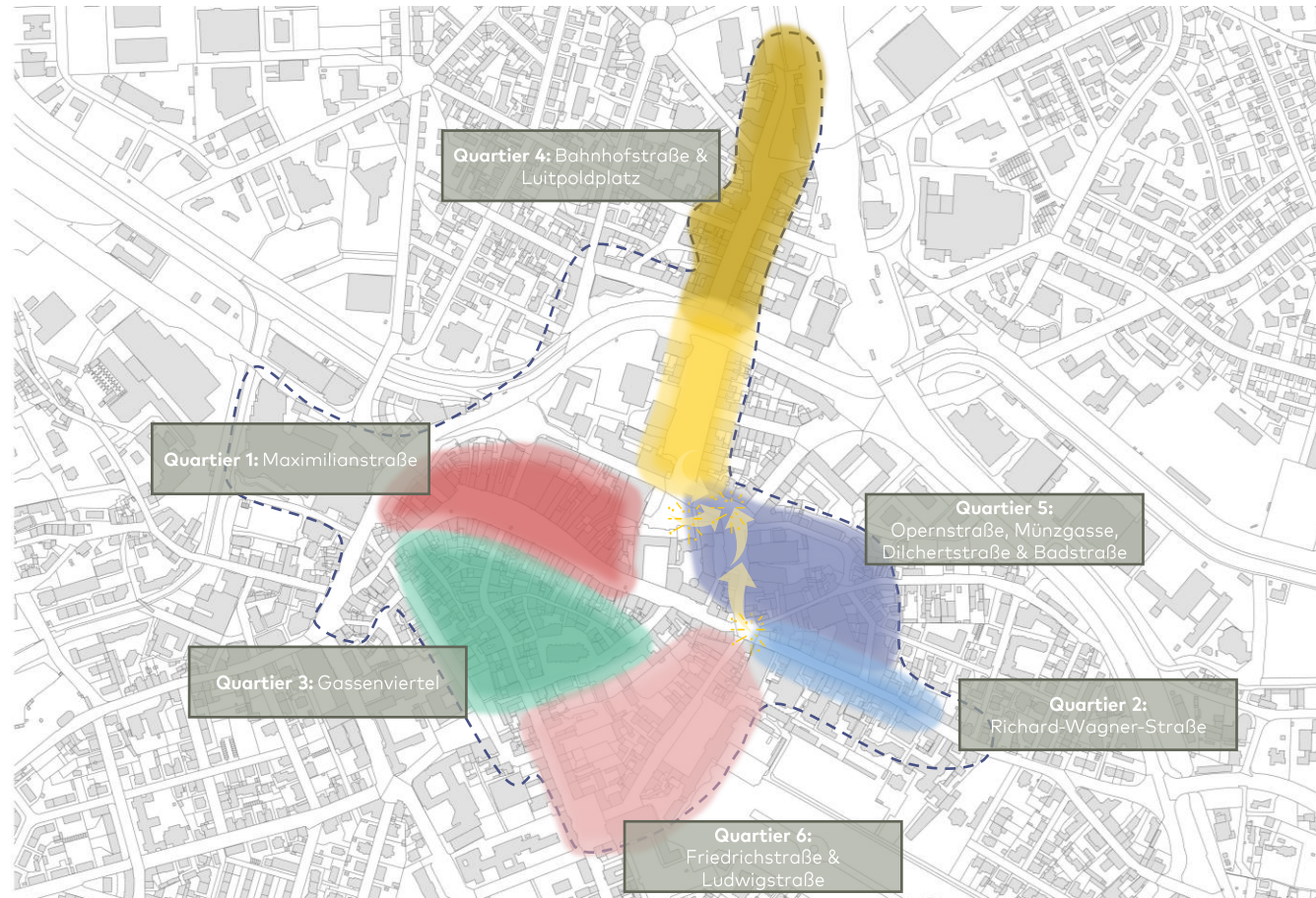


EINE GEMEINSAME DNA FÜR DIE BAYREUTHER INNENSTADT.

Die Quartiere der Bayreuther Innenstadt

Quartierspositionierung

Die Quartiere der Bayreuther Innenstadt



Quartierspositionierung

Profilierungsansätze für das Quartier 1

Quartier 1: Maximilianstraße

Aufgrund der eigenständigen Entwicklung sowie der unterschiedlichen Angebots- und Zielgruppenausrichtung des Rotmain-Centers, wird das Einkaufszentrum im weiteren Prozess nicht als Teil des Quartiers 1 betrachtet.

Stärken:

- großzügiger Straßenquerschnitt und großes Flächenpotenzial des Marktplatzes
- durchgehend hohe städtebauliche Qualität der Immobilien und des Straßenraums
- u. a. hochpreisiges Einzelhandelsangebot
- starke Durchmischung des Einzelhandelsangebots mit gastronomischen Nutzungen (führt insgesamt zu einer Frequenzsteigerung in der Fußgänger:innenzone)
- prägende öffentliche/kirchliche Einrichtungen
- Potenzial zur weiteren Belebung durch die Ansiedlung eines Vollsortimenters als attraktiver Frequenzbringer im Untergeschoss der Karstadt-Immobilie
- Aufenthaltsmöglichkeiten im oberen Bereich des Marktplatzes („Baumsaal“)

Alleinstellungsmerkmal:

- ansprechende und hochwertige Einzelhandelshandelslage (sowohl aus funktionaler als auch aus städtebaulicher Sicht)

Ansätze für Quartiersprofilierung:

- Einkaufsmeile für den hochwertigen Einzelhandel (somit Ansprache der Fokuszielgruppen junge Familien und Tourist:innen)
- verstärkte Ausrichtung auf (hochwertige) Gastronomieangebote mit einem Mittagstisch
- Marktplatz als Aufenthalts- und Veranstaltungsort
- Einrichtung von mobilen, grünen Verweiloasen aufgrund des großzügigen Straßenquerschnitts



Quartierspositionierung

Profilierungsansätze für das Quartier 2

Quartier 2: Richard-Wagner-Straße

Da der Sternplatz eine differenzierte Funktion für die Bayreuther Innenstadt wahrnimmt (u.a. Verkehrsraum für den ÖPNV, Platzsituation mit Beispielung durch gastronomische Angebote), wird dieser aus der weiteren Profilierung des Quartiers ausgeschlossen und der Fokus auf die Richard-Wagner-Straße gelegt.

Stärken:

- saisonale Gestaltung bzw. Sichtbarkeit des Teilraums durch Palmen in grünen Pflanzkästen
- Frequentierung bzw. Belebung des Teilraums trotz z. T. abfallender Angebotsqualität
- Ansiedlung frequenzbringender Nahversorgungsstrukturen (u. a. Netto, dm)
- direkte Anbindung an den ÖPNV
- direkter Zugang zu weiteren Zielgruppen möglich, durch angesiedeltes Hotel (Tourist:innen) und Stadtbibliothek (z. T. Nutzung durch Studierende)

Alleinstellungsmerkmal:

- Richard-Wagner-Straße als vielfältiges und belebtes Quartier

Ansätze für Quartiersprofilierung:

- Imageschärfung: positive Entwicklung hinsichtlich der städtebaulichen und funktionalen Qualitäten (die Richard-Wagner-Straße „funktioniert“)
- Etablierung des Quartiers als Standort der Nachtökonomie (Stärkung von Synergieeffekten mit der Stadtbibliothek und ansässigen Gastronomiebetrieben)
- verstärkte Ansiedlung von Einzelhandelsangeboten im niedrigen bis durchschnittlichen Preissegment (zur Ansprache der Fokuszielgruppen Jugendliche sowie Studierende & Berufseinsteiger:innen)
- Stärkung der Sichtbarkeit und Frequentierung der Stadtbibliothek: sie wird auch als Lern- und Veranstaltungsort angesehen



Quartierspositionierung

Profilierungsansätze für das Quartier 3

Quartier 3: Gassenviertel

Stärken:

- besonderer Charme des Teilraums aufgrund städtebaulicher Struktur
- vielfältiges Gastronomieangebot, welches z. T. auch jüngere Zielgruppen anspricht
- individuelles und spezialisiertes Einzelhandelsangebot (klare Ausrichtung auf differenzierte Zielgruppen im Vergleich zur Maximilianstraße)
- Ansiedlung von Kunst- und Kultureinrichtungen (u. a. Historisches Museum)

Alleinstellungsmerkmal:

- kleinteilige Gassenstruktur hebt sich von der städtebaulichen Struktur der sonstigen Lagen ab

Ansätze für Quartiersprofilierung:

- Profilierung als gemütlicher Gastronomiehotspot – das Gastronomieviertel als Wohnzimmer und Küche der Innenstadt
- Ansiedlung von Gastronomiebetrieben mit einer Hauptbesuchszeit in den späten Abend-/ Nachtstunden und klarer Zielgruppenausrichtung
- Stärkung von Gastronomiebetrieben mit einem Mittagstisch und klarer Zielgruppenausrichtung als „Küche“ der Innenstadt
- verstärkte und konsequente Bewerbung als Gassenviertel mit gewissem Altstadtcharme
- Erhöhung der Sichtbarkeit der kleinteiligen Gassen (z. B. durch kleinteilige Gestaltungselemente im öffentlichen Raum und die Gestaltung von Gebäudefassaden)
- Etablierung des Kirchplatzes tagsüber als ruhigen/grünen Rückzugsort abseits des Innenstadttubels, in den Abendstunden kann der Kirchplatz mit diversen Schankwirtschaften und entsprechenden Außengastronomiebereichen bespielt werden



Quartierspositionierung

Profilierungsansätze für das Quartier 4

Quartier 4: Bahnhofstraße & Luitpoldplatz

Hinsichtlich der Profilierung des Teilraums als mögliches Entrée in die Innenstadt wird das Rathausumfeld aus fachgutachterlicher Sicht nicht als wesentlicher Bestandteil der Weiterentwicklung eingestuft und daher im Rahmen der Quartierspositionierung nicht weiter betrachtet.

Stärken:

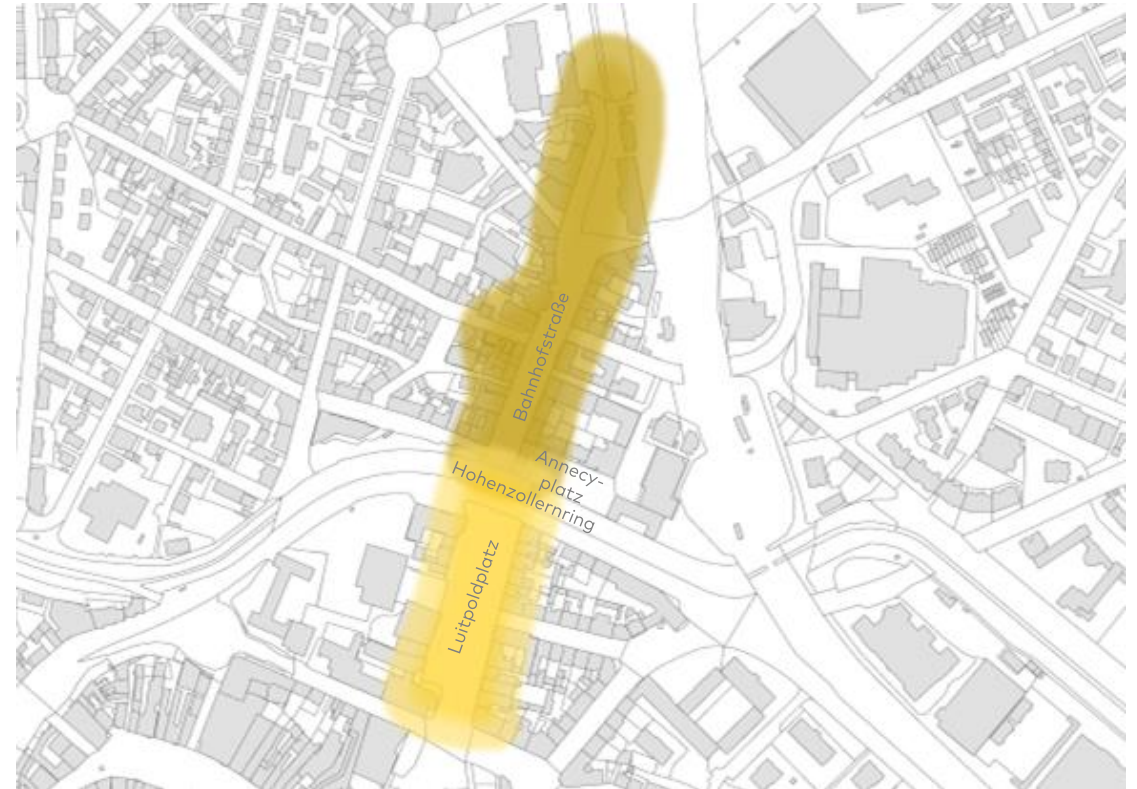
- wichtige bzw. zentrale Verbindungsachse für Tourist:innen und Besucher:innen, die am Hbf ankommen
- wichtige Verkehrsachse für das nördliche Stadtgebiet zur Erreichbarkeit der Innenstadt mit dem Pkw
- Konzentration von Hotelbetrieben (kurze Wege für Tourist:innen, die mit dem Zug einreisen)
- attraktive Gestaltung des Rathausvorplatzes und Luitpoldplatzes

Alleinstellungsmerkmal:

- zentrale Eingangssituation in die Innenstadt (insb. für Tourist:innen und Besucher:innen)

Ansätze für Quartiersprofilierung:

- Transitzone im Bereich der Bahnhofstraße mit multikulturellem Einzelhandels- und Gastronomieangebot
- umfassendes Hotelangebot und somit verstärkte Frequentierung durch Tourist:innen
- stärkere Einbindung und Nutzung des Annecyplatzes (gestalterische Aufwertung notwendig)
- Profilierung des Luitpoldplatzes als attraktives Entrée und Verweilort der Innenstadt (Nutzung der bestehenden städtebaulichen Qualität des Bereichs)



Quartierspositionierung

Profilierungsansätze für das Quartier 5

Quartier 5: Opernstraße, Münzgasse, Dilchertstraße & Badstraße

Stärken:

- Verortung des markgräflichen Opernhauses als UNESCO Weltkulturerbe
- Neuentwicklung des ehem. Sparkassen-Areals als gemischt genutztes Quartier (unter Berücksichtigung des kommunalen Denkmalkonzepts)
- Nähe zum Canale Grande als frequentierter Aufenthaltsort
- Nutzung der Stadtbibliothek u. a. durch Studierende als einer der wenigen Anziehungspunkte für junge Menschen (als Lern- und Wissensort) in der Innenstadt, zudem starke Frequentierung durch die breite Stadtgesellschaft
- Frequentierung des Teilraums durch Tourist:innen aufgrund des UNESCO Weltkulturerbes (Markgräfliches Opernhaus), historische Bauten (u. a. Neues Schloss mit Hofgarten) sowie Museen in räumlicher Nähe (u. a. Richard-Wagner-Museum, Jean-Paul-Museum)

Alleinstellungsmerkmal:

- räumliche Konzentration kultureller und historischer Bauten

Ansätze für Quartiersprofilierung:

- Profilierung als Kulturviertel der Innenstadt
- stärkere Einbindung der Qualität des Canale Grande
- Erhöhung der Qualität des Quartiers durch Neuentwicklung des ehem. Sparkassen-Areals
- Etablierung von Grünelementen/-anlagen im Kontext der Neuentwicklung (gem. Kommunales Denkmalkonzept)
- verstärkte Ansprache von Tourist:innen
- stärkere Sichtbarkeit und Wahrnehmung als Innenstadtquartier unter Berücksichtigung der unmittelbaren Nähe zur Wohnnutzung im östlichen Bereich der Innenstadt



Quartierspositionierung

Profilierungsansätze für das Quartier 6

Quartier 6: Friedrichstraße & Ludwigstraße

Stärken:

- Sanierung und perspektivische Neueröffnung des Friedrichsforums
- Neues Schloss mit angrenzendem Hofgarten als touristisches Highlight
- Ansiedlung mehrere, z. T. spezialisierter Gastronomieangebote

Alleinstellungsmerkmal:

- touristischer Hotspot der Hochkultur und Historie

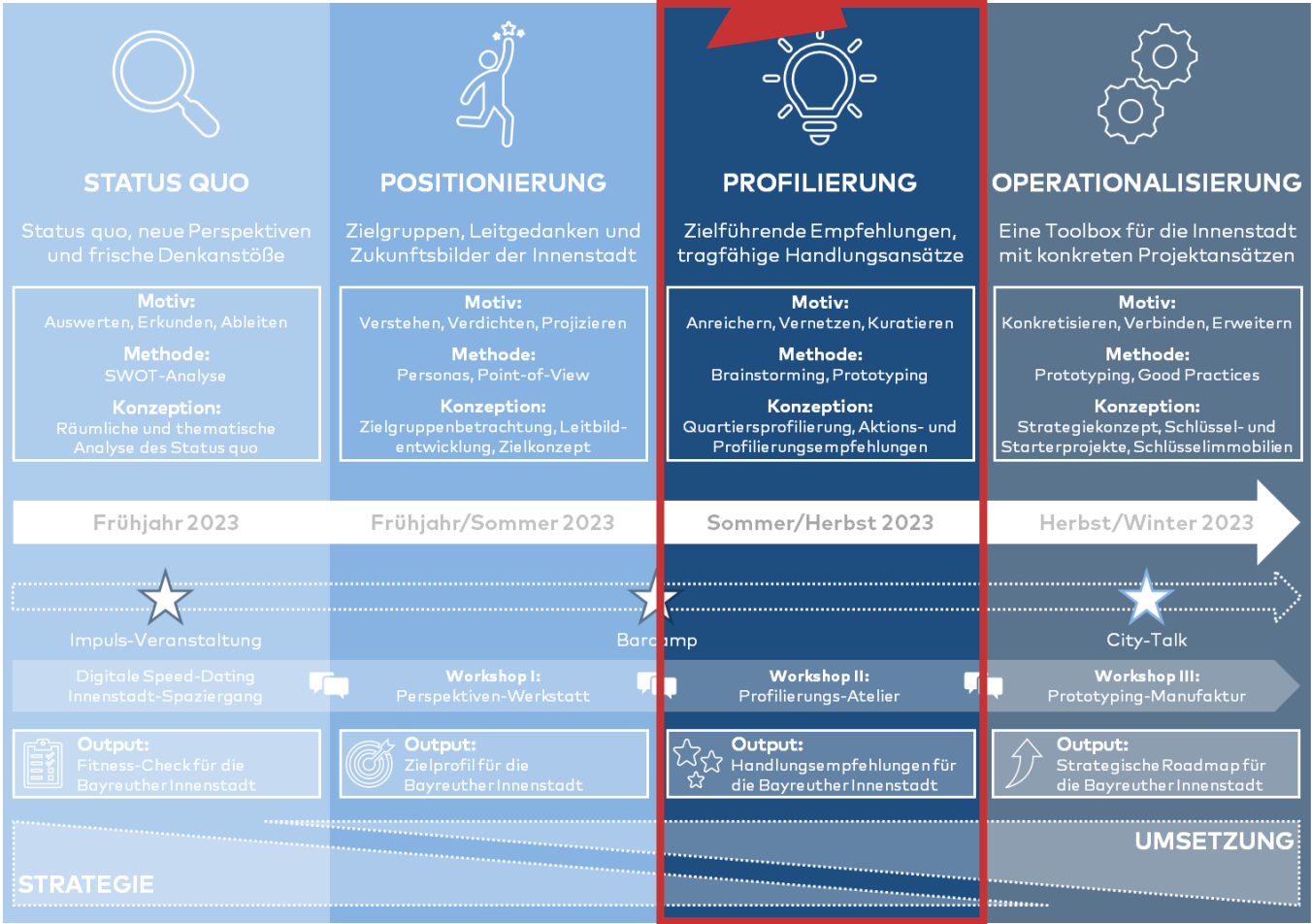
Ansätze für Quartiersprofilierung:

- perspektivische Neueröffnung des Friedrichsforums als weiteres touristisches Highlight
- geplante Umgestaltung des Jean-Paul-Platzes mit weiterer Durchgrünung zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität und unkommerziellen Sitzmöglichkeiten
- Austausch mit entsprechenden Zuständigen zur stärkeren Bespielung des Residenzplatzes, Nutzung des Platzes als Veranstaltungsort
- räumliche Nähe zum Hofgarten als innerstädtische Naherholungsfläche (unter Berücksichtigung nächtlicher Ruhezeiten)
- Steigerung der Sichtbarkeit spezialisierter Gastronomiebetriebe



Ausblick

So geht's weiter!



Bildnachweise

MOODBOARD (Seite 7):

1. Jean-Jacques – stock.adobe.com
2. FOLIO – stock.adobe.com
3. Kalim – stock.adobe.com
4. Gavin – stock.adobe.com
5. Seventyfour – stock.adobe.com
6. Елена Гурова – stock.adobe.com
7. mdyn – stock.adobe.com
8. Jacob Lund – stock.adobe.com
9. Bernardbodo – stock.adobe.com
10. EFStock – stock.adobe.com
11. Shooting Star Std – stock.adobe.com



Neue Wege.
Klare Pläne.

STADT+HANDEL



www.linkedin.com/company/stadt-und-handel



www.instagram.com/stadtundhandel/

**Stadt + Handel Beckmann und
Föhler Stadtplaner GmbH**

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Dortmund

Handelsregisternummer

HRB 33826

Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 49

Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

Fax +49 341 92 72 39 43