



LEITBILD ZUR ENTWICKLUNG DER BAHNHOFSTRASSE

Im Sanierungsgebiet
Zentrum-West, Radebeul

Aus Gründen der Lesbarkeit
wurde im Text die
männliche Form gewählt,
nichtsdestoweniger beziehen
sich die Angaben auf
Angehörige aller Geschlechter. |



| Impressum

Auftraggeber

Große Kreisstadt Radebeul
Pestalozzistraße 6, 01445
Radebeul

Auftragnehmer

|u|m|s| STADTSTRATEGIEN
Prof. Dr. Silke Weidner
Dr. Tanja Korzer
Leibnizstraße 15, 04105 Leipzig

Telefon: 0341/9750376
info@um-systems.de
www.um-systems.de

Gestaltung und
nicht anderweitig gekennzeichnete
Graphiken und Photographien
erstellt von
|u|m|s| STADTSTRATEGIEN

Ein Leitbild zur Entwicklung der Bahnhofstraße

Das Zentrum Radebeul-West setzt sich neue Entwicklungsziele. Nach den strukturellen Veränderungen der Vergangenheit (z.B. zunehmende Geschäftsleerstände) konnte die Bahnhofstraße bisher nicht wieder an das ehemalige Image einer attraktiven Einkaufslage anknüpfen.

Eine auch zukünftig stabile Einwohnerentwicklung, vielfältige Bildungsstandorte in direkter Nachbarschaft und die gute Erreichbarkeit (MIV, ÖPNV) bilden auf der einen Seite solide Rahmenbedingungen für neue Entwicklungsansätze.

Auf der anderen Seite stellen der Online-Handel, demografische, gesellschaftliche sowie soziale Veränderungsprozesse lokale Einzelhandelslagen, wie die Bahnhofstraße, vor neue Herausforderungen.

Die Initiative und Kooperation von Händlerschaft und Stadtverwaltung (AG Leitbild) sind Ausgangspunkt sowie Basis für die Entwicklung einer gemeinsamen Zukunftsstrategie für die Bahnhofstraße und ihrer Nachbarschaften in Kötzschenbroda. Unter dem Motto „Bahnhofstraße – das hat was“ geht es vor allem darum, die Bahnhofstraße wieder als attraktiven Einzelhandelsstandort, ergänzt durch eine zeitgemäße neue Nutzungsmischung, zu entwickeln.

Das bedeutet:

- Anknüpfen an die Einzelhandelstradition und Sicherung eines Branchen- und Sortimentsmixes,
- Qualifizierung des öffentlichen Raums inkl. einer Neuordnung des Verkehrs,
- Anpassung der Baustrukturen an veränderte Flächen- und Gestaltungsansprüche (unter Berücksichtigung der historischen Bezüge),
- Erweiterung der Nutzungsvielfalt (vor allem mit Blick auf verschiedene Zielgruppen, wie Schüler, Jugendliche, Touristen),

- Erhöhung und Vermittlung des „Wirkungsgefühls“.

Doch wie kann das gehen? Folgende Maximen sollten das zukünftige Handeln bestimmen.

Gemeinsam handeln

Die Bahnhofstraße und ihre Nachbarschaften sind Teil von Kötzschenbroda. Steigende Konkurrenzen (Online-Handel, Versorgungszentren, Ausflugsziele) sowie die engen funktionalen Verflechtungen zwischen den einzelnen Teilräumen erfordern eine engere Kooperation aller Akteure. Denn nur gemeinsam wird es gelingen, Kötzschenbroda als Zentrum nachhaltig zu stärken.

Stärken herausstellen und zusammen entwickeln

Die unterschiedlichen Lagen in Kötzschenbroda (Altkötzschenbroda, Meißner Straße, Moritzburger Straße sowie Schulen, Wohnquartiere, Ausflugslokale) bedienen verschiedene Nachfragegruppen. Zudem haben die jeweiligen Lagen unterschiedliche räumliche Qualitäten (z.B. Ausflugsflair in Altkötzschenbroda mit Außengastronomie, Baumallee Bahnhofstraße). Diese Stärken gilt es übereinanderzulegen und zusammen weiter zu entwickeln.

Brüche überwinden

Die Bahnunterführung, das leerstehende Bahnhofsgebäude, stark frequentierte Kreuzungsbereiche (z.B. Bahnhofstraße/ Güterhofstraße) erzeugen räumliche wie funktionale Brüche. Wenn sich Kötzschenbroda (inkl. der Bahnhofstraße) zukünftig als ein Zentrum entwickeln soll, müssen diese Brüche überwunden werden.

Daraus resultieren folgende Zielvorstellungen und Handlungsempfehlungen. |

Die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum verbessern



Der Öffentliche Raum verbindet die einzelnen Lagen in Kötzschenbroda. Zentraler Ausgangspunkt für die Verbesserung der Aufenthaltsqualität ist die Bahnhofstraße mit der in der Anlage vorhanden Baumallee sowie einem verbreiterten Fußgängerbereich. Dem Erhalt und Ausbau der Baumallee kommt eine große Bedeutung zu. Dazu könnten in Abstimmung mit dem Verkehrskonzept neue Alleebäume gepflanzt werden.

Zudem erhöht die qualitätvolle Gestaltung (z.B. einheitliche Sitz- und Beleuchtungselemente) die Attraktivität der Bahnhofstraße. Einerseits können durch eine entsprechende Gestaltung verschiedene Zielgruppen von Jung bis Alt angesprochen werden. Andererseits wird die Geschäftslage durch wiederkehrende Elemente in Verbindung mit Altkötzschenbroda (südlich) sowie der Meißner Straße (nördlich) als Einheit wahrgenommen.

Die Erdgeschosszonen, als Aushängeschild von Geschäftsstraßen, tragen wesentlich zur Wahrnehmung des öffentlichen Raumes bei. Eine abgestimmte Gestaltung der Schaufenster und Geschäftsvorbereiche auch bei temporärem Leerstand trägt zur Aufwertung der Lage bei.

Worauf baut die Maßnahme auf bzw. welche Ausgangsbedingungen liegen vor?

Aktuell befindet sich ein Verkehrskonzept zur Bahnhofstraße in Bearbeitung. Im Rahmen dieses Konzeptes werden verschiedene Varianten zur Verkehrsführung geprüft. In Abhängigkeit der damit verbunden Veränderungsprozesse können Aufwertungsmaßnahmen im öffentlichen Raum geplant werden.

Wo gibt es gute Beispiele?

Planung Bäckerstraße, Torgau

Die Bäckerstraße in Torgau grenzt an den örtlichen Marktplatz an und steht damit im Zentrum der innerstädtischen ökonomischen und sozialen Aktivitäten. Insbesondere der öffentliche Raum dient der Bereitstellung von Möglichkeiten und einer Ästhetik, die dies für Anwohnende und Besucherinnen ermöglicht. Sitzbänke, Begrünung und strategische Ausleuchtung werden entsprechend der Unterteilung in Nutzungszonen zu Orten vielfältiger Nutzung. Durchgängige Motive wie Wasserspiele und Terrassen dienen als kleine identitätsstiftende Elemente und prägen den Charakter der Straße, die durch ihre ästhetische und funktionale auch eine ökonomische Aufwertung erfährt. (vgl. <http://www.dnr-leipzig.de/projekte/>)

Handlungsempfehlungen

Gemeinsame und aktive Gestaltung der Schaufenster und Geschäftsvorzonen (k)

- Aufstellen von Bänken (ggf. als Markenzeichen, vgl. Maßnahme Markenbildung) in Verbindung mit Händlerwettbewerb „bequemste /originellste Bank“, Verbindung mit W-LAN-Hotspots (Stadt)
- Entsprechend der gemeinsamen Außendarstellung (vgl. Maßnahme Markenbildung/Organisation) Wettbewerb zur Schaufenstergestaltung (evtl. Integration wiedererkennbarer Gestaltungselemente in den Schaufenstern)
- Wettbewerbsentscheidung durch Kundenbewertung (=Verbesserung der Wahrnehmung)

Konzept zur Gestaltung des öffentlichen Raums (m)

- Ideen zur hochwertigen straßenbegleitenden Begrünung
- Ggf. Ausbau Baumallee in Verbindung mit Sitzgelegenheiten/Bepflanzung der Baumscheiben sowie
- Vorschläge zum „qualitätsvollen Spielen am Weg“
- Übernahme von Patenschaften durch Händler/Bürger

Einzelmaßnahmen (k, m)

- Aufstellen von Elementen zur straßenbegleitenden Begrünung, Spielgeräte etc.
- Installation von Kunst im öffentlichen Raum
- Zielgruppengerechte und qualitätsvolle Gestaltung der Freiräume für Jugendliche und Schüler (inkl. W-LAN-Hotspot), z.B. Apothekerpark (vgl. Abbildung)
- Ermöglichung von Außengastronomie und
- Erleichterung von Außendarstellung von Händlern (z.B. durch kostenfreie Gehwegnutzung)



Mit einer Stimme sprechen und gemeinsam handeln



Foto: Silvio Kuhnert, 2019.

Eine gemeinsame Marke lebt vom gemeinsamen Handeln. Grundlage dafür ist die Kooperation der Akteure (z.B. durch Gründung einer Werbegemeinschaft, Interessen- und Standortgemeinschaft). Dadurch wird langfristig die Eigenständigkeit sowie Handlungs- und Funktionsfähigkeit der Handelslage Kötzschenbroda abgesichert.

Die Definition gemeinsamer Ziele sowie eines Aktionsprogramms füllen die Kooperation mit Leben. Folgende Maßnahmen sollten Teil des Programms sein:

- Gemeinsames Marketing,
- Abgestimmte Kernöffnungszeiten,
- Gemeinsame Aktionen und Events,
- Kooperative Gestaltung von Werbeträgern wie Glasvitrinen.

Darüber wird vor dem Hintergrund der wachsenden Online-Konkurrenz die digitale Sichtbarkeit der Angebote auf der Bahnhofstraße, inkl. Meißner Straße, mglw. Altkötzschenbroda verbessert, z.B. durch einen gemeinsamen Online-Auftritt.

Worauf baut die Maßnahme auf bzw. welche Ausgangsbedingungen liegen vor?

Der Leitbildprozess eröffnet die Chance, die begonnenen Aktivitäten zu formalisieren und damit die Grundlage für die Fortführung der Initiativen zu schaffen.

Wo gibt es gute Beispiele?

Langenfeld:

Die Stadt sowie weitere Akteure der Innenstadtentwicklung haben sich zur Initiative „Future City Langenfeld“ zusammengeschlossen. Neben dem Aufbau eines digitalen Stadtportals, welches von einem City-Content-Manager gepflegt wird, gehören dazu weitere Elemente, wie:

- Smart Sphäre – Verknüpfung aller digitalen Kanäle der Stadt und speziell des Handels,
- White Box – als Retail Space, Co-Working Space und Ausstellungsfläche,
- Local Inventory Ads – Platzierung des lokalen Sortimentes von Innenstadthändlern im Internet, auf Basis von Google,
- Window Shopping – Einkaufen, unabhängig von Öffnungszeiten, durch Screens in Schaufenstern,
- Stadtschlüssel – Initiierung eines Loyaltyprogramms, finanziert aus Parkgebühren. (vgl. <https://futurecitylangenfeld.de/>)

Handlungsempfehlungen

Fortführung regelmäßiger Händlertreffen (+ weitere Akteure) (k)

- Verabredung konkreter gemeinsamer Aktionen
- Klärung der Arbeitsteilung & Finanzierung

Formalisierung der Händlertreffen (z.B. durch Gründung einer Werbegemeinschaft) mit dem Ziel der Verstetigung

(Abwicklung des Sanierungsgebietes voraus. 2024) (m)

- Treffen an regelmäßigen Terminen zur gemeinsamen Absprache
- Nutzung des Stadtteilbüros als Anlaufstelle
- Mitgliedsbeitrag zur Finanzierung

Definition gemeinsamer Ziele sowie eines Aktionsprogramms

(k, m), wie z.B.:

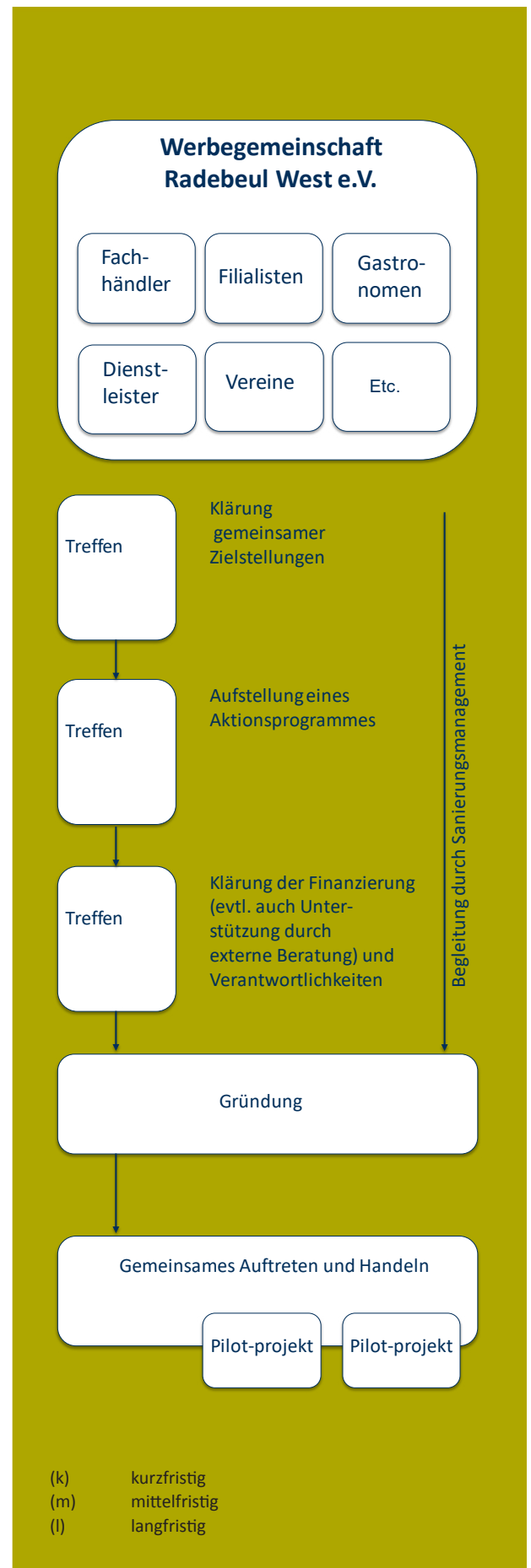
- Regelmäßige Veranstaltungen (Moonlight-Shopping, Straßenfeste, saisonale Angebote, gemeinsame Treuekarte)
- Abgestimmte Kernöffnungszeiten
- Erstellung eines jährlichen Marketing- und Eventplans
- Kooperative Gestaltung der Schaufenster oder Werbeträger wie Glasvitrinen
- Gemeinsamer Auftritt nach außen (z.B. Flyer, Lokalpresse)

Verbesserung der digitalen Sichtbarkeit (k, m)

- Gemeinsamer Facebook-Auftritt mit Werbung für Veranstaltungen
- Entwicklung eines Internetauftrittes in Kooperation mit der Sächsischen Zeitung (SZ) in der Rubrik „Kauf lokal“
 - Pilotprojekt 1: Kurzvorstellung der Geschäfte mit Angeboten und Kontaktdaten
 - Pilotprojekt 2: Pick-Up-Stores und lokale Kurierlieferungen für Online-Bestellungen

Akquise von Fördermitteln und Teilnahme an Wettbewerben

(z.B. „Ab in die Mitte“ in Sachsen) (k)



Eine gemeinsame Marke entwickeln und vertreten



Radebeul West wird sowohl für Bewohner als auch Besucher durch eine eigene Marke sichtbar. Die Entwicklung der Marke schafft einen Wiedererkennungswert z.B. durch einen Slogan, ein Design. Dabei könnten z.B. die Themen Wasser und Wein eine wichtige Verbindung zur Region herstellen.

Die Ideenfindung ist als Prozess zu gestalten (z.B. durch die Auslobung eines Wettbewerbs), da somit bereits eine erste Identifikation stattfindet und Öffentlichkeit hergestellt werden kann.

Die Einbeziehung verschiedener Akteure in den Prozess ermöglicht einerseits die Generierung vielfältiger Ideen (Bürger, Händler, Schüler, Künstler, Schulen, Eigentümer ...) sowie die Aktivierung verschiedener Akteure durch die Setzung von Anreizen, wie z.B. Preisgeld, Gestaltungsauftrag.

Worauf baut die Maßnahme auf bzw. welche Ausgangsbedingungen liegen vor?

Die Händler der Bahnhofstraße, der Meißner Straße sowie der Moritzburger Straße sind Beteiligte im Leitbildprozess. Die künftige Einbeziehung von Altkötzschenbroda wird geprüft. Es besteht Einigkeit hinsichtlich der Entwicklung einer gemeinsamen Vermarktungsstrategie.

Wo gibt es gute Beispiele?

Leipzig-Gohlis:

Händler, Gastronomen sowie weitere Akteure der Leipziger Georg-Schumann-Straße (Ausfallstraße) organisieren jährlich die „Nacht der Kunst“. Ein eigens gegründeter Verein ist Organisator und Veranstaltungsträger (Förderverein Georg-Schumann-Straße e.V.). Privates Sponsoring sowie die Unterstützung der Stadt kann über den Verein abgewickelt werden (vgl.: <https://ndk-leipzig.de/>).

Kamenz:

Aus einem „Ab in die Mitte“- Wettbewerbsbeitrag“ wurde eine Vermarktungsstrategie für regionale Produkte entwickelt. Ein Quartiersladen, unterstützt durch ein Quartiersmanagement, wurde Ausgangspunkt u.a. eines Rezeptwettbewerbs für „Kamenzer Würstchen“, um die Traditionsmarke wieder zu beleben und eine neue regionale Vermarktungsstrategie zu entwickeln (vgl.: <https://www.stadtwerkstatt-kamenz.de/projekt-kamenzer-unternehmerwuerstchen-und-wuerstchentraeume/>).

Handlungsempfehlungen

Radebeul West als Einheit verstehen und entwickeln (k)

- Klärung der Zusammenarbeit mit Akteuren aus dem Bereich Altkötzschenbroda und anderen Bereichen

Festlegung eines temporären Markennamens in Anlehnung an geplante Aktionen (k)

- z.B. „KÖ in Radebeul“ Nutzung des Begriffs Kötzschenbroda im Markennamen + Titelergänzung bzgl. geplanter Aktionen - verbindet Akteure an der Moritzburger, Meißner Straße, Bahnhofstraße und in Altkötzschenbroda

Werbeaktionen (k)

- Erstellung einer Facebook-Veranstaltung (Start mit „Radebeul tanzt“) und Fortführung als gemeinsamer Facebook-Auftritt

Entwicklung eines markanten Slogans (Identitätsmerkmale herausstellen) (m)

- Hervorheben von besonderen Merkmalen durch Workshop/Aktion (Händler, Schüler, Verwaltung, Bürger),
- Alternativ: Formulierung einer Aufgabenstellung/Ausschreibung mit zentralen Festsetzungen durch die AG Leitbild in Koop. mit der Stadtverwaltung

Entwicklung CI und anschließende Ausarbeitung (m)

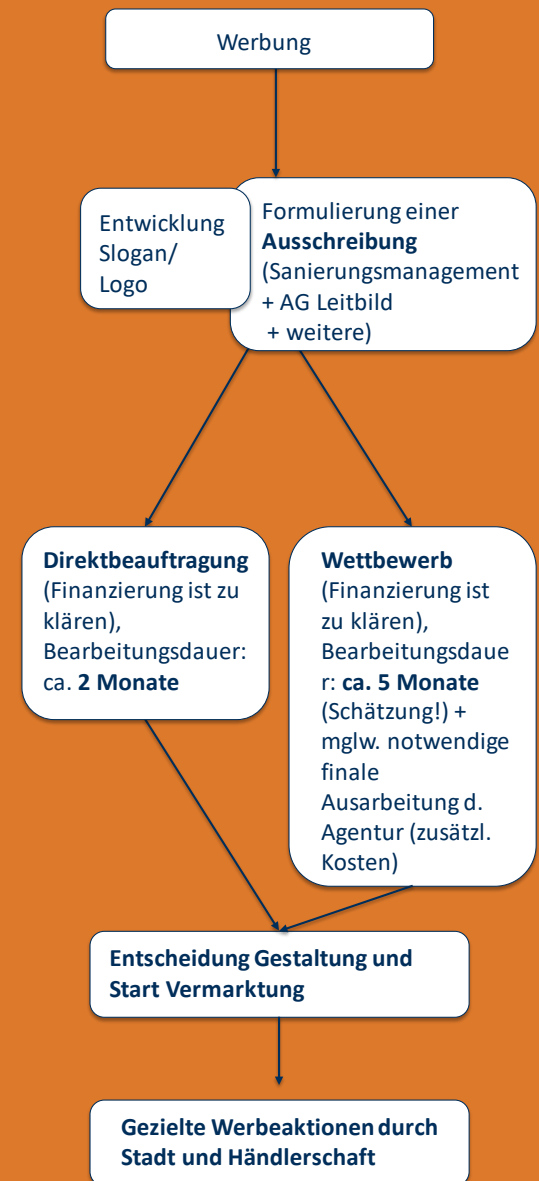
- Vorarbeit für Logo durch Designstudenten oder Auftragsvergabe an Agentur
- Entscheidung durch Jury und Öffentlichkeit im Rahmen eines Straßenfestes zur Steigerung der Identifikation (Vorauswahl durch AG Leitbild)
- Möglicherweise notwendige finale Ausarbeitung auf Basis der Vorarbeit (Gestaltungsauftrag Agentur)

Gezielte Werbung im öffentlichen Raum und Umland (k, m)

- Erstellung von Werbematerialien, wie Flyer
- Nutzung der Sächsischen Zeitung, z.B. Erstellung einer 2-mal im Jahr erscheinenden „Sonderausgabe Kötzschenbroda“ (Online und Print)
- Verteilung der Werbematerialien (z.B. Hotels, Pensionen, Reisebüros), evtl. Verbindung mit Bonusidee – bei Einkauf in Kötzschenbroda, Erhalt von einem Genussgutschein (z.B. ein Glas Wein) |

Gespräche mit Akteuren aus dem Bereich Altkötzschenbroda zur gemeinsamen Außerdarstellung

Kⁱⁿ Radebeul TANZT!



(k) kurzfristig
(m) mittelfristig
(l) langfristig

Die Serviceangebote ausbauen



Die Bahnhofstraße und angrenzende Lagen zeichnen sich durch ein kleinteiliges Angebot aus. Vor dem Hintergrund zunehmender Convenience-Orientierung kann sich lokaler Facheinzelhandel vor allem durch gute Beratung, gute Vorauswahl sowie konsequente Serviceorientierung positiv absetzen. Diese Ausrichtung muss als „Gesamtpaket“ sichtbar werden.

Qualität überzeugt. Unter diesem Motto werden Serviceangebote entwickelt, getestet und etabliert. Um die Schlagkraft der Angebote zu erhöhen, ist die Verknüpfung bereits vorhandener Services mit neuen Serviceangeboten an der Straße zu kombinieren.

Worauf baut die Maßnahme auf bzw. welche Ausgangsbedingungen liegen vor?

Das E-Bike erfreut sich wachsender Beliebtheit. Besonders im Rahmen des Radtourismus wächst der Bedarf an Ausleih- und Ladestationen. Die Bahnhofstraße kann davon profitieren. Der Bahnhofvorplatz bietet Raum für die Schaffung von Angeboten für die wachsenden Bedarfe an Fahrradstellplätzen sowie Ausleih- und Ladestationen. In Ergänzung zum Angebot an der Nordseite besteht die Möglichkeit, mit entsprechender Aufenthaltsqualität die Verweildauer der Besucher an der Straße zu erhöhen. Darüber hinaus kann der Bahnhof + Vorplatz Ausgangspunkt und zentraler Bestandteil eines attraktiven Serviceangebotes an der Bahnhofstraße sein, z.B. Lieferservice bzw. Pick-Up-Point.

Wo gibt es gute Beispiele?

Konstanz

Mit dem Fahrrad-Mietsystem in Konstanz (Konrad) können insgesamt 150 Fahrräder und 26 Transporträder an 15 Stationen der Stadt ausgeliehen werden. Hierfür ist lediglich eine kostenlose Registrierung als Nutzer notwendig. Die Kosten belaufen sich auf einen Euro je 30 Minuten, bis maximal neun Euro für 24 Stunden. Für Stammkunden der Stadtwerke Konstanz gibt es eine Vergünstigung. (vgl. <https://www.stadtwerke-konstanz.de/mobilitaet/rad-mietsystem/>)

Handlungsempfehlungen

Entwicklung von Servicepaketen (k, m)

Initiierung eines Schulprojektes zur Identifizierung von Bedarfen und Servicethemen. In Ergänzung dazu Ermittlung der Bedarfe weiterer Zielgruppen.

- Entwicklung von „Servicepaketen“ im Zuge der Etablierung eines gemeinsamen Marketings. Die Servicepakete könnten unterschiedliche Zielgruppen ansprechen, z.B. Touristen mit Genussgutschein, Vor-Ort-Informationen; Einwohner mit Lieferserviceangeboten (Einkaufsbus), Coupon-Aktion
- Verbesserung der „alltäglichen“ Services (z.B. Anbringen einer Kundenklingel für beeinträchtigte Kunden)

Ausbau und Etablierung von E-Mobilitätsangeboten (k)

- Integration einer E-Bike-Ausleih- und Ladestation im Bereich des Bahnhofs (sowohl als touristisches Angebot [vgl. <http://www.kultur-raedle.de/>] als auch für Anwohner, z.B. für E-Bike-Lastenfahrräder)

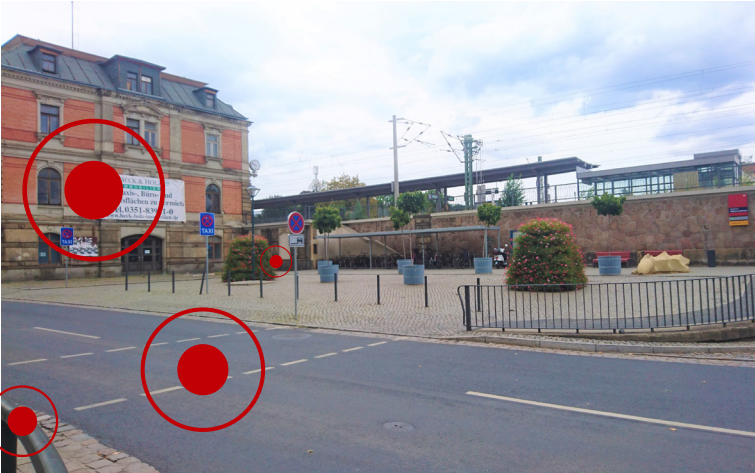
Verbesserung der touristischen Sichtbarkeit sowie Erreichbarkeit (m)

- Installation von Touristischen Informationen (digitale Info-tafeln), Angebot von Audioguides etc.
- Verbesserung der Parkplatzsituation an der Güterhofstraße

(k) kurzfristig
(m) mittelfristig
(l) langfristig



Den Bahnhof/ Bahnhofsvorplatz als funktionale und gestalterische Initialzündung entwickeln



Der Bahnhof und der Bahnhofsvorplatz nehmen eine Schlüsselposition sowohl durch die zentrale Lage als auch das zu entwickelnde Flächenpotenzial für die zukünftige Entwicklung der Bahnhofstraße ein.

Die weitere Gestaltung des Bahnhofsvorplatzes (Themen: z.B. Weinberg, Wasser) schafft im Zusammenhang mit der Aufwertung des öffentlichen Raums qualitätsvolle Aufenthaltsbereiche. Zudem ist der Bahnhofsvorplatz ein Ort des zufälligen Treffens, z.B. für Veranstaltungen.

Die Entwicklung des Bahnhofsgebäudes stellt als Kristallisationspunkt die entscheidende Initialzündung für die funktionale Aufwertung der Bahnhofstraße dar. Voraussetzung dafür ist die Ansiedlung frequenzerzeugender Nutzungen wie Supermarkt, Stadtteilbibliothek, Café.

Ein Konzept zeigt mögliche Entwicklungsperspektiven zur Gestaltung und Nutzung des Bahnhofsgebäudes, inkl. Vorplatz auf.

Ausgehend von dieser Entwicklung wird die Erschließung möglicher Flächenreserven an der Bahnhofstraße (z.B. durch Nutzung von Hinterhofbereichen) geprüft.

Worauf baut die Maßnahme auf bzw. welche Ausgangsbedingungen liegen vor?

Bahnhofsgebäude und -vorplatz nehmen eine zentrale Position bei der Gestaltung der Bahnhofstraße ein. Der Platz bildet die räumliche Verbindung zwischen der Bahnhofstraße und den südlichen Einzelhandels-/Gastronomielagen sowie den Einzelhandelslagen an der Meißner/Moritzburger Straße im Norden. Darüber hinaus ist der Bahnhof mit dem Bahnhofsvorplatz als Verkehrs- und Verteilknoten für die Erreichbarkeit der Einzelhandelslagen rund um die Bahnhofstraße von wesentlicher Bedeutung.

Wo gibt es gute Beispiele?

Hamburg

Das Gebiet der westlichen HafenCity bietet, durch seine hohe Nutzungsvielfalt, einen öffentlichen Raum für eine Vielzahl von Menschen. Neben einem Basketballspielfeld gibt es außerdem einen Spielpark für Kinder und die Möglichkeit zum Skateboarden. Grünflächen, Sitz- sowie Liegegelegenheiten, kleinere Plätze sowie die Verbindung zum Wasser tragen ebenfalls zu der außerordentlich hohen Aufenthaltsqualität bei.

(vgl.: https://www.hafencity.com/upload/images/artikel/z_artikel_de_18___DSC2412_1200x800.jpg)

Handlungsempfehlungen

Sanierung/Umnutzung Bahnhof und Gestaltung

Bahnhofsvorplatz (k - l)

- Prüfung der Machbarkeit zur Revitalisierung des Bahnhofsgebäudes durch die Ansiedlung öffentl. Nutzungen und kulturaffiner Angebote in Verbindung mit der Fortführung der Handelslage der Bahnhofstraße
- Grundhafte(r) Ausbau/Erneuerung des Bahnhofsgebäudes (basierend auf Machbarkeitsstudie). Die Revitalisierung sollte den Umbau des Bahnhofs zum „dritten“ Ort als zentrale Anlaufstelle für Kötzschenbroda zum Ziel haben. Dazu gehört die Ansiedlung von Nutzungen, wie:
 - Quartiersbibliothek als Lese-, Lern-, Arbeits- und Treffpunkt
 - Außenstelle der Touristeninformation
 - öffentliches WC
 - Kultur im Bahnhof (in Kooperation mit der Musikschule + Schulen)
 - Treffpunkt für Jugendliche und Schüler (inkl. Präventionsangebote, Café + W-LAN Hotspot)
 - Ausbau des Mobilitätsknotens (E-Mobilität, Fahrradparkplätze, ÖPNV, MIV)
 - Co-Working-Spaces sowie
 - Marktplatz/Handelsflächen, d.h. Markt der Möglichkeiten
- Gestaltung des Bahnhofsvorplatzes (Thema: z.B. Weinberg, Wasser im Zusammenhang mit Maßnahme Markenbildung, Organisation)

Anstoß weiterer Initialzündungen (m-l)

- Prüfung der Möglichkeiten zum Erwerb von Immobilien an der Bahnhofstraße zur Etablierung von frequenzerzeugenden Nutzungen

Machbarkeitsstudie zur Revitalisierung des Bahnhofs (Kooperation Eigentümer/Stadt)

Revitalisierungskonzept

Beschluss Konzept

Beauftragung/Umsetzung Konzept

(k) kurzfristig
(m) mittelfristig
(l) langfristig

Ein Leerstands- und Geschäftsstraßenmanagement etablieren



Die gemeinschaftliche Organisation der Akteure in Kötzschenbroda ist die Grundlage für ein koordiniertes Bespielen von leerstehenden Ladenlokalen. Kernelement dieser Maßnahme ist der Aufbau einer kontinuierlichen Zusammenarbeit zwischen Immobilieneigentümern und Mietern/ Mietinteressenten.

Darüber hinaus kann ein aktives Leerstands- und Geschäftsstraßenmanagement zur gezielten Steuerung eines attraktiven Branchen- und Sortimentsmixes beitragen.

Worauf baut die Maßnahme auf bzw. welche Ausgangsbedingungen liegen vor?

Die Bahnhofstraße ist teilweise durch Leerstände geprägt. Die Ortsbindung der Eigentümer ist heterogen (ortsansässig, überregional, international). Dementsprechend ist das Engagement für den Ort sehr unterschiedlich, so dass eine kontinuierliche Ansprache erfolgen muss (im Abgleich mit potenziellen Mietern, die zu finden sind). Ein professionelles Leerstandsmanagement kann ein entscheidendes Signal setzen und die Grundlagen für eine einheitliche Vermarktung der Bahnhofstraße schaffen. Zur Etablierung neuer bzw. alternativer Ladenkonzepte wurden durch das bestehende Quartiersmanagement an der Bahnhofstraße erste Schritte gegangen durch die Schaffung eines Testladens (Pop-up-Store).

Wo gibt es gute Beispiele?

Altena

Um dem Leerstand entgegenzuwirken und eine Attraktivitätssteigerung des Stadtbildes für Besucher und Bewohner zu erreichen, initiierte die Stadt Altena Projekte zur Ansiedlung individueller Pop Up Stores. Dafür fand eine Förderung von Ladeninhabern durch Informations-, Vermittlungs-, Koordinationstätigkeiten sowie durch finanzielle Unterstützung statt. Das Projekt wurde zunächst erfolgreich durch zwei Phasen geleitet und verstetigt. (vgl.: <https://i.ytimg.com/vi/4C6EIPfsRgg/maxresdefault.jpg>)

Handlungsempfehlungen

Leerstände durch alternative Bespielungen verringern (k)

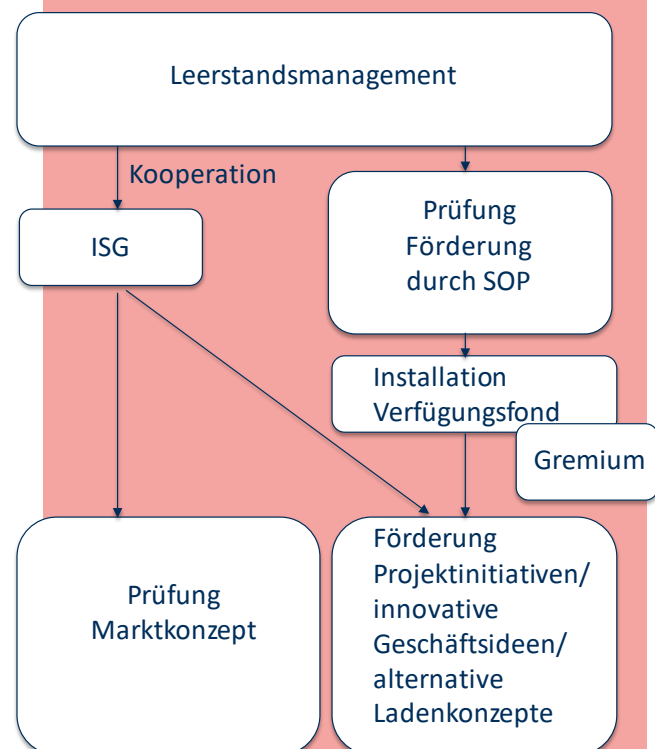
- Unterstützung alternativer Ladenkonzepte wie Pop-Up-Stores sowie innovativer und zielgruppengerechter Geschäftsideen (z.B. „Unverpackt“-Geschäft)
- Prüfung eines Marktkonzeptes entlang der Straße in sog. Tiny Houses oder auf dem Bahnhofsvorplatz

Leerstandsmanagement etablieren und langfristige Funktionsfähigkeit sichern (m, l)

- Etablierung eines Leerstands- und Geschäftsstraßenmanagements zur Bespielung von Leerständen sowie zur gezielten Steuerung eines attraktiven Branchen- und Sortimentsmixes
- Prüfung der Förderung eines Leerstands- und Geschäftsstraßenmanagements durch das Programm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren (SOP)“ bzw. durch EFRE/ESF-Mittel
- Auflage eines öffentlich-privaten Verfügungsfonds (gemäß Förderbedingungen) und damit einen privat investierten EURO mit einem EURO aus öffentlicher Förderung unterstützen. Etablierung eines Bewertungsgremiums aus Akteuren aus Kötzschenbroda

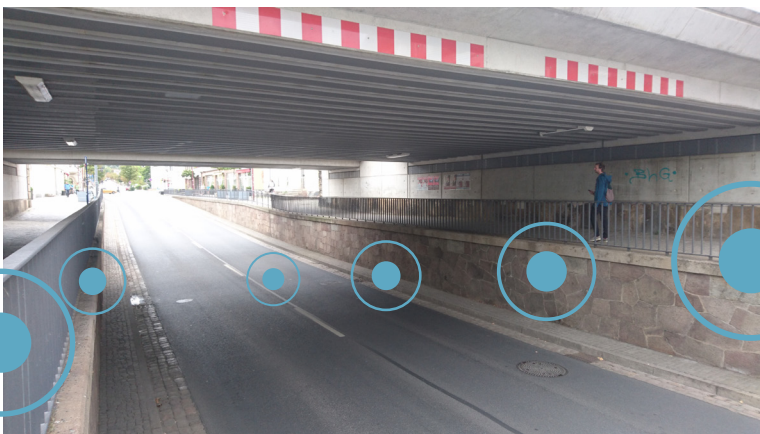
Solingen:

Durch die Insolvenz des vorherigen Inhabers, drohte die Nahversorgung im Ortsteil Haseldelle zusammenzubrechen. Um dem entgegenzuwirken, gründete der Bürgerverein WIR in der Haseldelle e.V. eine Genossenschaft (beroma eG). Durch Unterstützung der Bewohner, der Presse, Politikern sowie Firmen, Institutionen und der Sparkasse konnte die Genossenschaft den Laden übernehmen. Neben der Erhaltung der Nahversorgung beschäftigt sich die Genossenschaft auch mit der beruflichen Weiterbildung und Qualifikation von benachteiligten Personen im allgemeinen Arbeitsmarkt. Außerdem wurde ein Bringservice eingerichtet um älteren Menschen eine alltägliche Versorgung zu vereinfachen. Die Cafeteria wirkt zudem als Begegnungsstätte und sorgt für eine bessere Kommunikation innerhalb der Siedlung.



(k) kurzfristig
(m) mittelfristig
(l) langfristig

Die trennende Wirkung der Bahnunterführung vermindern



Die Verbindung der nördlichen und südlichen Bahnhofstraße (inkl. der angrenzenden Lagen – Meißner Str./Altkötzschenbroda) wird durch eine dunkle und ungestaltete Bahnunterführung stark beeinträchtigt.

Eine qualitativ hochwertige Gestaltung dieser Unterführung (z.B. durch Wettbewerbsprozess) trägt entscheidend zur Verbesserung der Nutzbarkeit, des Images und der Wahrnehmung von Kötzschenbroda bei. Gestaltungselemente wie Licht, Schaukästen, Werbeflächen stellen einen direkten Bezug zum Geschäfts- und Ausflugsort Kötzschenbroda her. Gleichzeitig ist die Unterführung der Zugang zum Bahnsteig. Dieses Potenzial sollte genutzt werden.

Worauf baut die Maßnahme auf?

Die Verbindung der Einzelhandelslagen Bahnhofstraße, Meißner Straße und Moritzburger Straße ist von essentieller Bedeutung, vor allem vor dem Hintergrund der Stärkung der Angebote aus den Bereichen kurzfristiger und mittelfristiger Bedarf wie Dienstleistungen, Freizeitangebote etc.

Wo gibt es gute Beispiele?

Schwäbisch-Gmünd:

Zur Neugestaltung der Bahnstufunterführung lobte die Stadt einen Wettbewerb aus. Ortsansässige Architekten und Designer sowie Studenten-Teams waren eingeladen. Das Schweizer Architekturbüro preiswerk Architekten begleitete im Anschluss die Ausführung des studentischen Sieger-Projektes.

(vgl.: https://himacs.eu/sites/himacs/files/newsroom/pdf/german_-_pedestrian_subway_station_0.pdf)

Handlungsempfehlungen

Neugestaltung Bahnunterführung mit dem Ziel der Schaffung einer attraktiven Erscheinung und damit Verbindung der südl. und nördl. Bahnhofstraße (k-m)

- Gestaltung der Unterführung durch offenes Wettbewerbsverfahren (Planer, Künstler, Studierende)
- Bezug zur gemeinsamen Marke herstellen
- Nutzung von Licht als Gestaltungselement

Bauliche Veränderungen (m-l)

- Einbindung des Bahnhofsvorplatzes als Gelenk

Wettbewerbsverfahren

Offenes/ halboffenes Wettbewerbsverfahren (einphasig)

Integration entwickelter Gestaltungs-/Vermarktungsziele und –konstanten (wie Slogan, CI) in die Ausschreibung

Wettbewerbsentscheidung/
Jury

Beschluss Stadtrat

Beauftragung/
Umsetzung

(k) kurzfristig
(m) mittelfristig
(l) langfristig

Den Verkehr neu ordnen

Worauf baut die Maßnahme auf bzw. welche Ausgangsbedingungen liegen vor?

Aktuell befindet sich ein Verkehrskonzept für die Bahnhofstraße in Bearbeitung. Im Rahmen dieses Konzeptes werden verschiedene Varianten zur Verkehrsführung geprüft.

Ein von der Stadt Radebeul beauftragtes Verkehrskonzept wird die Beruhigung der Bahnhofstraße prüfen und mögliche Veränderungen in der Erschließungsstruktur vorschlagen.

Aus dem Leitbildprozess haben sich folgende Anforderungen an das Verkehrskonzept ergeben und sollten nach Möglichkeit im Verkehrskonzept Berücksichtigung finden:

- Die Bahnhofstraße sollte eine Verkehrsberuhigung erfahren,
- Ein Fahrradweg vom Elberadweg in Richtung Moritzburg ist zu prüfen,
- Neben der Neuordnung des fließenden Verkehrs ist ein Konzept zum ruhenden Verkehr zu erstellen. Die Parkplätze entlang der Güterhofstraße sowie die Parkmöglichkeiten an der Festwiese sind einzubeziehen,
- Kurzzeitparkplätze (15 min.) sollten angeboten werden,
- Die Ausschilderung der Stellplätze ist zu verbessern. |

LEITBILD ZUR ENTWICKLUNG DER BAHNHOFSTRASSE

Im Sanierungsgebiet
Zentrum-West, Radebeul



Große Kreisstadt Radebeul
Pestalozzistraße 6
01445 Radebeul