

Integriertes Stadtentwicklungskonzept Coburg

Teilfortschreibung Städtebau und Einzelhandel



Bundesministerium
des Innern, für Bau
und Heimat



Dieses Projekt wird im Städtebauförderungs-
programm „Städtebaulicher Denkmalschutz“
mit Mitteln des Bundes und des Freistaats
Bayern gefördert.

Bayerisches Staatsministerium für
Wohnen, Bau und Verkehr



Integriertes Stadtentwicklungskonzept Coburg

Teilfortschreibung Städtebau und Einzelhandel



Bundesministerium
des Innern, für Bau
und Heimat



Dieses Projekt wird im Städtebauförderungs-
programm „Städtebaulicher Denkmalschutz“
mit Mitteln des Bundes und des Freistaats
Bayern gefördert.

Bayerisches Staatsministerium für
Wohnen, Bau und Verkehr



Inhalt

Vorwort	4
1 Einleitung	6
1.1 Wie geht's weiter in Coburg? Charakter. Beweisen!	6
1.2 Destination (Innen-)Stadt Coburg – Neue Besuchsgründe für die (Innen-)Stadt	10
1.3 Methode	12
2 Trends im Einzelhandel	14
2.1 Rahmenbedingungen	14
2.2 Veränderte Kundenansprüche, veränderte Kundenansprache	17
2.3 Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel	21
3 Strukturdaten	23
3.1 Planerische Rahmendaten	23
3.2 Sozioökonomische Rahmendaten	25
4 Entwicklungen in Coburg seit 2008	30
4.1 Veränderungen tragender Grundstrukturen	30
4.2 Umsetzungsstand des ISEK 2008	30
5 Städtebauliche Analyse Innenstadt	34
5.1 Stadtgrundriss	34
5.2 Baustruktur	36
5.3 Struktur der öffentlichen Räume	38
5.4 Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer	40
5.5 Erreichbarkeit mit Pkw und öffentlichen Verkehrsmitteln	45
5.6 Gestaltungsqualität	48
5.7 Nutzungen	53
6 Marktanalyse	56
6.1 Kaufkraft	56
6.2 Zentralität und regionale Konkurrenzsituation	56
6.3 Einzugsgebiet	57
6.4 Markt- und Umsatzpotentiale	59
6.5 Leistungsdaten und Struktur des Coburger Einzelhandels	60
6.6 Sonderbetrachtung Innenstadt	67
6.7 Nahversorgung in Coburg	71
6.8 Offene Umsatzpotentiale	72
6.9 Branchenempfehlungen	73
7 Gesamtstadt: Entwicklungskonzept Einzelhandel	74
7.1 Vorbemerkungen	74
7.2 Leitlinien der Einzelhandelsentwicklung	75
7.3 Sortimentsliste	76
7.4 Zentrenstruktur	78

8	Innenstadt: Entwicklungskonzept Städtebau und Einzelhandel	84
8.1	Bedeutung der Entwicklung seit 2008	84
8.2	Empfehlungen zur Koordination und Förderung von Maßnahmen	85
8.3	Fünf Leitziele und Handlungsfelder	86
8.4	Vier Innenstadtquartiere: Profilierung und Maßnahmen	96
8.5	Aktualisierung des räumlichen Leitbilds Innenstadt	108
8.6	Agenda Innenstadt	112
9	Empfehlungen	114
9.1	Fokus Einzelhandel	114
9.2	Fokus Städtebau	115

Quellen

Abb. 0.0/1 Blick vom Rathaus auf das Stadthaus Coburg und den Markt



Vorwort

Seit seiner Verabschiedung durch den Stadtrat im Dezember 2008 dient das Integrierte Stadtentwicklungskonzept als Leitfaden politischen Handelns in Coburg. Es hat sich mit seinem integrierten Ansatz als Rahmenkonzept bei verschiedensten Entwicklungsprozessen bewährt und als hilfreiche Grundlage für Politik und Verwaltung bei der Vorbereitung von Entscheidungen erwiesen.

Wie für alle Konzepte und Prognosen sind Fortschreibung und Anpassung an sich stetig verändernde Bedingungen eine Voraussetzung für eine dauerhafte Verwendung als verlässlichen Leitfaden. Insbesondere für die Kapitel »Entwicklung Einzelhandel und Lebendige Innenstadt« des ISEK 2008 wurde eine genauere Betrachtung und Aktualisierung erforderlich. Denn die wichtige Innenstadtfunktion Einzelhandel ist durch die Zunahme des Onlineanteils am Gesamtmarkt und die generelle Zunahme der Bedeutung anderer Funktionen in den Innenstädten, wie beispielsweise Gesundheitsvorsorge, kulturelle Angebote oder Gastronomie, unter Druck geraten.

Deutschlandweit ist nach der Studie »Stadt, Land, Handel 2020« des Instituts für Handelsforschung jedes zehnte Ladengeschäft von Schließung bedroht. Boomender Internethandel, zunehmende Filialisierung von Geschäften und Angebote auf der so genannten »grünen Wiese« führten für den innerstädtischen Einzelhandel in den letzten Jahren überall zu einem Strukturwandel.

Die Bestandserhebungen im Rahmen der nun vorliegenden ISEK Teilfortschreibung »Städtebau und Einzelhandel« haben gezeigt, dass Coburg sich durchaus glücklich schätzen kann. Anders als im ISEK 2008 prognostiziert, sind Einwohnerzahlen als auch die Beschäftigtenzahlen gestiegen. Die Verfasser des ISEK sehen Coburg im Vergleich mit Städten ähnlicher Größe in einer immer noch guten Position als Einzelhandelsstandort. Die Innenstadt mit



Abb. 0.0/2 Oberbürgermeister Norbert Tessmer (Mitte), 2. Bürgermeisterin Dr. Birgit Weber (links), 3. Bürgermeister Thomas Nowak (rechts) (Quelle: Stadt Coburg, 2018)

ihrem geschlossenen und gut erhaltenen Stadtbild und ansprechend gestalteten öffentlichen Räumen und Plätzen bietet eine tolle Atmosphäre und Aufenthaltsqualität. Dies wurde erneut durch Stadtplaner Prof. Walter Ackers als besonderes Qualitätsmerkmal Coburgs hervorgehoben. Die Handlungsempfehlungen der ISEK Teilfortschreibung fordern eindeutig, das Bewusstsein für die Bedeutung der Qualität der Coburger Innenstadt zu stärken und diese mit Respekt vor der vorhandenen Struktur stetig weiterzuentwickeln. Damit sehen wir unsere Entscheidungen der letzten Jahre im Bereich der Stadtentwicklung bestätigt. Aktuell planen wir mit Schwerpunkt auf der Steinwegvorstadt als Sanierungsgebiet den nördlichen Gegenpol zur Ketschenvorstadt – eine nicht zuletzt vor dem Hintergrund der ISEK Teilfortschreibung richtige und wichtige Entscheidung und ein Erfolg für die Stadtentwicklung der kommenden Jahre.

Für die Innenstadt der Zukunft stellen besonders die Belebung des Stadtkerns mit Erlebnischarakter, gastfreundlicher Atmosphäre, Aufenthaltsqualität und eine Vielfalt der Angebote große Herausforderungen dar. Eine wesentliche Rolle für Lebendigkeit und Erhaltung öffentlichen Lebens in der Innenstadt als Existenzgrundlage für den Einzelhandel und viele andere

Funktionen der Stadt, spielt dabei auch eine möglichst hohe Dichte an Wohnungen. Sorgen doch die Bewohner der Innenstadt für belebende Frequenz und sind gleichzeitig wichtige Kunden.

Den Trends und Veränderungen, die dem Einzelhandel überall zu schaffen machen, können aus unserer Sicht in Coburg durch partnerschaftliche Anstrengungen der öffentlichen und privaten Akteure begegnet werden. Die Anregungen aus der ISEK Teilfortschreibung, sich dabei an den fünf Leitzielen: Nähe, Individualität, Komfort, Stabilität und Erreichbarkeit zu orientieren, stellen hierfür wie wir finden, einen hilfreichen Rahmen dar.

Gemeinsam kann es gelingen auch in Zukunft Coburger Bürgern und Kunden des Einzugsgebietes, aber auch anderen Besuchern und Touristen, Lust auf unsere attraktive Innenstadt mit ihren vielfältigen Angeboten aus Einzelhandel, Kultur, Freizeit, Gastronomie, Dienstleistung, Handwerk und Gesundheit zu machen. Eine in der ISEK Teilfortschreibung empfohlene Aufteilung der Innenstadt in vier Teilbereiche, die jeweils charakteristische Merkmale aufgrund ihrer Lage und Entwicklungsgeschichte aufweisen, erscheint ebenfalls ein lohnender Denkansatz zu sein. Denn für die in ihrer Größe und Zusammensetzung gegenüber der gesamten Innenstadt überschaubaren vier Quartiere ist die Entwicklung von Interessengemeinschaften und Verfolgung konkreter Ziele leichter möglich.

Der Stadtrat hat die Teilfortschreibung »Städtebau und Einzelhandel« zum Integrierten Stadtentwicklungskonzept Coburg (ISEK 2008) am 26.4.2018 einstimmig beschlossen. Es kann für die nächsten Jahre als Grundlage und Orientierung für den weiteren Entwicklungsprozess dienen. Die Aufgabe liegt jetzt bei Politik und Verwaltung, aber auch bei den privaten Akteuren, Geschäftstreibenden und Bewohnern der Innenstadt, die Ansätze und Empfeh-

lungen des Konzeptes aufzugreifen und daraus konkrete Projekte und Maßnahmen entstehen zu lassen.

Im Sinne einer stetigen Stärkung der Attraktivität der Coburger Innenstadt wünschen wir uns hierzu einen möglichst regen Austausch und einen zukünftig noch intensiveren Dialog der verschiedenen Akteure mit- und untereinander.



Norbert Tessmer
Oberbürgermeister



Dr. Birgit Weber
2. Bürgermeisterin



Thomas Nowak
3. Bürgermeister

1 Einleitung

1.1 Wie geht's weiter in Coburg? Charakter. Beweisen!

Mit dieser Aufforderung haben wir 2008 das Integrierte Stadtentwicklungskonzept Coburg »Werte und Wandel« – kurz ISEK – in unserer Einleitung eröffnet. Darin haben wir Coburg gleichzeitig als selbstbewusst und eigenwillig dargestellt, aber auch als qualitätsbewusst und streitbar, wenn es um die Identität der Stadt und um das Gemeinsame geht. Deshalb waren wir beglückt, als im Dezember 2008 der Rat der Stadt diese Arbeit einstimmig als Grundlage der Entwicklung Coburgs beschlossen hat.

Mit der hier vorliegenden ISEK Teilfortschreibung wurde ein Konzept für die Städtebauliche Einzelhandelsentwicklung erarbeitet, um Ziele und Maßnahmen an die veränderten Erfordernisse anzupassen. Das Entwicklungskonzept hat Bürgern und Verwaltung, Politik und Wirtschaft acht Jahre als Rahmen gedient, um auf neue wirtschaftliche Rahmenbedingungen zu reagieren, um erkennbare Chancen zu nutzen, um unangemessenen Erwartungen zu begegnen und vor allem um Coburgs Qualitäten auf verschiedensten Ebenen zu sichern.

Wandel im Handel: Die Rahmenbedingungen für den Einzelhandel haben sich gewandelt – nicht nur durch die weiterhin wachsende Konkurrenz durch Internet und Versandhandel, sondern auch durch Entwicklungen im Stadtgebiet und Umland selbst. Auf der Lauterer Höhe ist der Standort für Handel, Dienstleistungen und Gewerbe ausgebaut worden: mehrere neue Fachmärkte sind entstanden. Die Einzelhandelslandschaft in der Innenstadt hat sich durch Schließungen und Verlagerungen von Einzelhandelsbetrieben verändert. Die Ketschenvorstadt ist durch Wohnungsbau, eine neue Tiefgarage und die Gestaltung von Ketschengasse und Albertsplatz deutlich aufgewertet und setzt neue Maßstäbe.



Abb. 1.1/1 Prof. Walter Ackers, Dipl.-Ing. Sandra Morese

Was ist wirklich wichtig? Wie sieht es heute aus mit den verschiedenen Standorten in der Stadt, ihren Stärken und Schwächen? Welche Handlungsmöglichkeiten hat die Stadt? Was kann stadtstrukturell verbessert werden? Welche Qualitäten müssen unbedingt gesichert bleiben?

Die Hauptaufgabe liegt also bei den einzelnen Quartieren, die aus ihrer Geschichte und Morphologie ihr jeweiliges Profil entwickelt haben, aber durch den Wandel Schwächen zeigen. Die alten Quartiersnamen beinhalten diese Identität und sollten auch für die weitere Entwicklung stehen. Neben der Altstadt mit Schlossquartier sind dies die drei Vorstädte im Süden, Westen und Norden: Ketschenvorstadt, Judenvorstadt und Steinwegvorstadt mit Mohrenstraße.

Schwache Steinwegvorstadt. Wir waren sehr schnell in einer intensiven Diskussion über die Entwicklung der Steinwegvorstadt und die Frage, welche Chancen der Einzelhandel hier hat – oder ob hier generell Wohnen stärker gefördert werden soll. Der Sanierungsbedarf ist offensichtlich und hat bereits zu Vorbereitenden Untersuchungen geführt, die im Juli 2017 im Stadtrat beschlossen wurden. Die Steinwegvorstadt erweist sich als Hauptaufgabe der nächsten Jahre – ein charakteristisches Sanierungsgebiet.

Starke Mitte: Die Stadtmitte bildet traditionell und zukünftig den Fokus des Marktes. Sie profitiert aber von der Aufwertung der Vorstädte. Insofern kann die Erkenntnis heißen: Wer die unbestrittene Stärke der Stadtmitte halten will, muss die Ränder – sprich die Vorstädte – in ihrem jeweiligen Profil stärken.

Besondere Interessen. Dominiert wurde der gesamte Prozess durch die wiederkehrende Diskussion um eine weitere Tiefgarage in der Innenstadt unter dem Schlossplatz. Bereits im ISEK 2008 wurde die Tiefgarage Schlossplatz kritisch reflektiert. Die dort genannten Argumente haben auch nach erneuter Prüfung weiter Bestand. Bei allem Verständnis für die besonderen Interessen der Befürworter aus dem näheren Umfeld überwiegen aus gutachterlicher Sicht die Risiken für die innerstädtische Struktur des Einzelhandels und des Tourismus. Es bleibt die Gefahr, dass sich die Laufwege auf den engsten Bereich zwischen Markt und Schloss fokussieren und damit andere Bereiche schwächen.

Einzigartiges Stadtbild schützen. Vor allem jedoch würde die sensible Raumfolge Rückertstraße – Grafengasse – Oberer Bürglaß zusätzlich belastet. Der ungestörte Zusammenhang und freie Zugang von der Altstadt über Theaterplatz zum Hofgarten muss ein zentrales Anliegen der Innenstadtentwicklung bleiben. Die baulich-freiräumliche Komposition von Ehrenburg, Schlossplatz, Landestheater und Hofgarten angelagert an den Rand der Altstadt ist das herausragende Merkmal Coburgs. Wenn der Stadtgrundriss insgesamt einen Typus mittelalterlicher Städte verkörpert, so liegt in dieser städtebaulichen Figur mit dem Hochpunkt der Veste die einzigartige Charakteristik der Stadt. Der Schutz dieses Zusammenhangs wird von uns deutlich höher bewertet als die fachlich nicht schlüssig fundierbaren funktionalen Aspekte einer Tiefgarage unter dem Schlossplatz mit ihren Folgen.

Die Vielfalt fördern. Wir hoffen, dass diese Diskussion in der Stadt ein konstruktives Ende findet und alle Kräfte auf die

Abb. 1.1/2 Alleinstellungsmerkmal Coburgs: Städtebauliche Konstellation aus Schlossplatz, Ehrenburg, Landestheater, Hofgarten und Veste





Abb. 1.1/3 Altstadt mit Markt

Weiterentwicklung der faszinierenden Vielfalt Coburgs ausgerichtet werden. Hierzu gehört neben dem Einzelhandel vor allem die Gastronomie, aber auch Handwerk, Gewerbe und die Grundsubstanz des Städtischen, das Wohnen.

Für die gesamte Stadtentwicklung haben wir fünf Leitziele erarbeitet, aus denen heraus Maßnahmen zur städtebaulichen und wirtschaftlichen Entwicklung vorgeschlagen werden.

Der Aspekt der Nähe ist sowohl räumlich wie auch sozial zu verstehen und meint die Nähe zu anderen Nutzungen, Einrichtungen, Räumen, Angeboten, aber auch der Menschen. Mit dem Ziel kurzer Wege verbinden sich z.B. funktionale Mischung, komfortable Erreichbarkeit, Abbau von Barrieren oder Ausbau der Nahversorgungsmöglichkeiten.

Der Aspekt der Individualität wird erst einmal in der Morphologie der Stadt mit ihren Straßen, Plätzen und Gebäuden und der darin aufgehobenen Geschichte und Kultur gesehen. Reale Bedeutung erhält diese Individualität durch Handel und Gastronomie und die überdurchschnittlich vielen inhabergeführten Betriebe, die durch verschiedene Maßnahmen weiter profiliert und positioniert werden.

Der Aspekt des Komforts wird je nach Nutzer, deren Alter und Erwartungen unterschiedlich interpretiert. Angesprochen werden unter dem Leitziel »Komfort« Themen wie Orientierung, Erreichbarkeit, Sauberkeit, Sicherheit, kurze Wege, Barrierefreiheit, Ausstattung, Angebotsvielfalt, Service. Der Anspruch an Komfort muss jedoch seine Grenzen finden, wenn es um Bewahrung struktureller Eigenschaften der Stadt bzw. der Quartiere geht. Maßnahmen reichen hier von der Parkraumbewirtschaftung über einheitliche Öffnungszeiten bis zur Kundenbetreuung.

Der Aspekt der Stabilität findet sich wieder in der Robustheit, Widerstands- und Anpassungsfähigkeit eines Systems und wird allgemein auch als Resilienz beschrieben. Das System Stadt und hier die Stadt Coburg hat diese Stärke durch ihre eigene Geschichte und ihr Überdauern über Jahrhunderte bis heute nachgewiesen. Hierbei hat sich die Aufteilung der Verantwortung auf viele Akteure als besonders tragfähig erwiesen. Mit der kleinteiligen Gliederung der Stadt in Viertel, Straßen und Parzellen wurde die dauerhafte Struktur für eine vielfältige Arbeitsteilung gelegt, die bis heute wirksam ist und gestärkt werden muss.

Der Aspekt der Erlebbarkeit betont die Bedeutung der sinnlichen Erfahrung, durch die sich die Stadt und ihre Qualitäten nur erleben lassen. Dies betrifft wiederum alle Ebenen: von der Stadtgeschichte und dem Stadtraum über Architektur, Kultur, Gastronomie und Handel bis zu Festen, kulturellen Veranstaltungen und sonstigen Events. Grundlage hierfür kann nur die Authentizität sein. Alles Künstliche und Aufgesetzte würde das Profil Coburgs beeinträchtigen. Als hilfreich werden hier Maßnahmen angesehen, welche die lokalen Qualitäten in ihrer Vielfalt erlebbar machen und die Stadt thematisch erschließen.

Diese fünf Aspekte überlagern sich teilweise in ihren Ansprüchen, können jedoch durchaus gegensätzliche Anforderungen stellen. Die damit erforderliche Abwägung wird zu einer bewussteren Ausrichtung der städtebaulichen Einzelhandelsentwicklung führen.

Probleme? Wie schlecht geht es der Innenstadt? Dem Einzelhandel? Oder besser: Wie gut geht es Coburg? Die Analysen zum Thema Einzelhandel zeigen im Vergleich zu anderen Städten eine solide Ausgangslage ohne auffällige Probleme – auch wenn dies vor Ort anders empfunden wird. Hier werden wir an unsere spontanen Eindrücke aus den ersten Begegnungen mit Coburg erinnert: »Die Probleme Coburgs hätten andere Städte gerne als Lösung«. Wenn die kritische Selbsteinschätzung der Coburger Anlass ist für eigenes Handeln und Ausschöpfen der Möglichkeiten, so ist diese Haltung letztlich produktiv.

Fazit: Gute Perspektiven. Ein zusammengefasstes Ergebnis der Studie kann so lauten:

- Die Problematik ist keineswegs so gravierend wie aus der öffentlichen Diskussion zu schlussfolgern wäre.
- Der Einzelhandel zeigt sich als stabil, soweit sich die Betriebe in ihrem Service und in ihrer Präsentation vor Ort und ihrer Darstellung im Internet erneuern und anpassen.
- Vor allem die vielfältige Mischung von Handel und Gastronomie im Kontext der Historie Coburgs und seines reichen Stadtbilds fördert die Attraktivität der Stadt.
- Gewerbe und Dienstleistungen ergänzen das Angebot und sind durch ihre Arbeitsplätze und Infrastruktur ein gewichtiges Argument dafür, in der Innenstadt zu wohnen.
- Das Wohnen als die Grundsatzsubstanz städtischen Lebens ist vor allem in den Vorstädten zu fördern.
- Die Steinwegvorstadt hat deutlichen Profilierungs- und Sanierungsbedarf.



Abb. 1.1/4 Steinweg

Walter Ackers

Prof. Walter Ackers

Sandra Morese

Sandra Morese

1.2 Destination (Innen-)Stadt Coburg – Neue Besuchsgründe für die (Innen-)Stadt

Nach eigenen bundesweiten Befragungen der cima (cima.MONITOR 2016) zeigt sich, dass zwar die Einkaufsmöglichkeiten weiterhin wichtigstes Merkmal attraktiver Innenstädte darstellen. Deutlich sichtbar ist aber auch, dass Innenstädte sich zunehmend durch weitere Angebote auszeichnen sollten, die den Bereichen Kultur und Freizeit, Gastronomie, Dienstleistung und Gesundheit zuzuordnen sind. Gerade in Oberzentren wie Coburg zeigt sich, dass die Kunden neben dem Einkauf zunehmend Alternativen als Hauptgrund für den (Innen-)Stadtbesuch angeben.

Einhergehend mit der Erweiterung der Angebote oder Besuchsgründe sind Barrierefreiheit und Bequemlichkeit zentrale Erfolgsfaktoren eines positiven, unbeschwertem Stadterlebnisses.

Die wichtigste Innenstadtfunktion »Einzelhandel« gerät durch die Zunahme des Onlineanteils am Gesamtmarkt unter Druck. Dieser Trend forciert auf Seiten des Handels den Strukturwandel im Sinne nötiger Modernisierungszyklen und Innovationen für den Endverbraucher. Der stationäre Einzelhandel kann zukünftig höhere Umsatzanteile durch Serviceleistungen, Kundenevents, Verleih oder Reparatur erzielen. Gleichzeitig bedeutet dieser Strukturwandel für die Innenstädte, auch das Angebot sonstiger kundenorientierter Einrichtungen zu stärken und nachfrageorientiert auszubauen, um die Belebtheit und Frequenz weiter zu fördern.

Die generelle Zunahme der Bedeutung der Gastronomie und spezieller Food-Angebote für Innenstädte wird auch in den bundesweiten Zahlen zur Entwicklung der Umsätze deutlich. Neue und moderne Konzepte der Gastronomie reagieren auf Konsumtrends wie Herkunft, Regionalität, Authentizität, Internationalität, Neo-Ökologie sowie Convenience. In der Vielfalt seiner Gastronomie ist Coburg dabei gut aufgestellt.



Abb. 1.2/1
Dipl.-Geogr. Roland Wölfel
(Quelle: CIMA Beratung +
Management GmbH, 2016)



Abb. 1.2/2
Dipl.-Geogr. Michael Seidel
(Quelle: CIMA Beratung +
Management GmbH, 2016)

Im Zusammenhang mit demographischem Wandel und einem zunehmenden Anteil älterer Menschen werden auch Gesundheitsangebote zu einem wichtigen Bestandteil der Versorgungsfunktion: Arzthäuser, medizinische Versorgungszentren oder therapeutische Einrichtungen werden nachgefragt und bringen Frequenz und holen auch die Wohnbevölkerung zurück in die Innenstadt.

Coburg muss sich als Partnerschaft der öffentlichen und privaten Akteure verstehen und so als Gemeinschaft deutliche Anstrengungen unternehmen, die Kunden des Einzugsgebietes über eine Kompetenzsteigerung im Handel (Schließung Konzeptlücken, Modernisierung vorhandener Konzepte, Verstärkung Omni-Channel-Handel), aber auch über völlig neue Konzepte anderer Branchen (Gastronomie, Dienstleistung, Kultur, Freizeit, Gesundheit etc.) möglichst häufig und länger in die Innenstadt zu ziehen.

Als städtebaulich qualitätvolle, mit historischen Attraktionen gespickte Innenstadt gilt es v.a. auch die touristischen Qualitäten herauszuheben und den Städtetourismus als zusätzlichen kaufkraftbringenden Wirtschaftsfaktor weiter auszubauen.

Kunden erwarten aber zunehmend kompetente Multi-/oder Omni-Channel-Kompetenz des Handels. Hier gilt die Stadt Coburg bundesweit als Vorreiter.

Auch ist der inhabergeführte Handel gefordert, Erlebniswelten zu schaffen, die zu höherer Bindungsintensität und Wiederkehrwahrscheinlichkeit führen. Dabei ist die Kundenfrequenz alleine nicht mehr der geeignete Maßstab für erfolgreiches Handeln. Entscheidend ist die Conversion Rate, also die »Umwandlung« vom Interessenten zum Käufer. Kriterien zur Erhöhung der Conversion Rate sind vielfältig. Genannt seien exemplarisch:

- Erlebnisqualität erhöhen
- Aufenthaltsdauer verlängern
- Ruhe- und Erlebniszonen schaffen
- Willkommenskultur und Gastlichkeit, Bequemlichkeit und Convenience
- eine überzeugende Warenpräsentation etablieren
- individuelle und bedarfsgerechte Beratung durch geschulte Mitarbeiter
- Ergänzungsangebote (Cross-Selling mit komplementären Anbietern, z.B. Leder/Schuhe zu Textil) darbieten

- In-Store-Technologien (virtuelle Umkleidekabine, virtuelle Verlängerung der Ladentheke durch Anbindung an den Online-Store, mobiles Bezahlen etc.) einbauen.

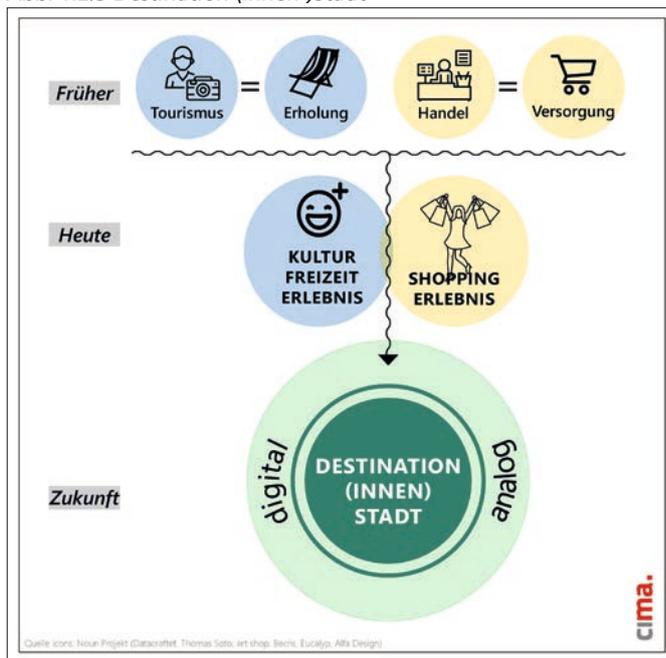
Im Ladengeschäft sind die Beratungsqualität und die Atmosphäre, das Erlebnis sowie die Services für den Kunden entscheidend. Ferner ist eine hohe Kompetenz bei kanalübergreifenden Lösungen aufzubauen. Digitale Technologien wie mobile payment oder Beratung an Tablets werden bald zum Standard gehören.

Hier sind die Einzelunternehmen wie auch die Coburger Unternehmensgemeinschaft gefordert. Über GoCoburg bieten sich hier zahlreiche Möglichkeiten.

Coburg muss sich weiterhin auch über analoge Angebote der Innenstadt (Gastronomie, Events, Kulturangebote, Museen, Weihnachtsmarkt etc.) positionieren, um Frequenzverluste durch Online-Handel auszugleichen.

Die Innenstadt der Zukunft sollte sich nicht mehr als reiner Markt- und Handelsplatz, sondern als multifunktionale und emotionale Destination begreifen, mit vielen Besuchsansätzen und Erlebnismöglichkeiten auf sich aufmerksam machend. Lokale Besonderheiten, Quartiere, Gassen und Läden mit eigener Story, Co-Working und Vernetzung aller Akteure und die Bespielung aller Kanäle lassen den »Erlebnis- und Lebensraum Innenstadt« zum attraktiven Besuchs- und Aufenthaltsziel werden.

Abb. 1.2/3 Destination (Innen-)Stadt



Roland Wölfel
Roland Wölfel

Michael Seidel
Michael Seidel

1.3 Methode



Abb. 1.3/1 Fachworkshop Einzelhandel 2 am 25.04.2016

Die Teilfortschreibung des Integrierten Stadtentwicklungskonzepts (ISEK) »Werte und Wandel« wurde vom Bau- und Umweltsenat beschlossen in seiner Sitzung am 19.03.2014. Mit der Umsetzung des Projektes wurden nach Ausschreibung die Büros Ackers Partner Städtebau, Braunschweig, und die CIMA Beratung + Management GmbH, München, beauftragt. Diese Büros hatten bereits 2008 das Integrierte Stadtentwicklungskonzept Coburg erstellt.

Angestoßen wurde die Aktualisierung des ISEKs u.a. auch von der Regierung von Oberfranken, Sachgebiet 34 – Städtebau, mit der Forderung nach einem Konzept zur qualitätvollen Entwicklung der Innenstadtpotentiale und des Einzelhandels. Die ISEK Teilfortschreibung »Städtebau und Einzelhandel« wird über das Städtebauförderprogramm »Städtebaulicher Denkmalschutz« bezuschusst, wobei rd. 60 % der förderfähigen Kosten aus Mitteln des Bundes und des Freistaates Bayern gedeckt werden.

Die **Auftaktveranstaltung** für die ISEK Teilfortschreibung »Städtebau und Einzelhandel« fand am 25.2.2015 statt und war der offizielle Beginn des Projekts.

Zur methodischen Koordination und Abstimmung mit den Fachstellen der Stadtverwaltung wurde eine **projektbegleitende Arbeitsgruppe** eingesetzt. In diesem Rahmen fanden auch fachlich-inhaltliche Abstimmungen mit der Regierung von Oberfranken sowie ein gemeinsamer Termin mit den Büros Gevas, Humberg & Partner und bgsm Architekten statt, welche das Parkraumkonzept für die Coburger Innenstadt als Teilfortschreibung des Verkehrsentwicklungsplans Coburg zeitgleich bearbeiteten.

In der **Lenkungsgruppe** erfolgten unter Einbindung der Politik und weiterer Interessensvertreter wichtige Weichenstellungen zu Inhalten der Planung und zum weiteren Projektablauf.

Aufgrund der Schwerpunktsetzung im Bereich Handel wurden in verschiedenen Planungsphasen des Projekts insgesamt drei **Fachworkshops Einzelhandel** veranstaltet, zu denen Einzelhändler, Dienstleister und Gastronomen der Innenstadt Coburg eingeladen waren.

Am 15.07.2015 fand eine **Bürgerinformation** statt, zu der alle interessierten Bürgerinnen und Bürger eingeladen waren. Bei der Veranstaltung wurde über die Ergebnisse der Bestandsanalyse informiert.

Der **Bau- und Umweltsenat** wurde am 15.07.2015 und der **Stadtrat** am 21.07.2016 jeweils über den aktuellen Stand des Projekts in Kenntnis gesetzt.

Die erste im Rahmen des Projektes erfolgte Einzelhandelserhebung (Verkaufsflächen, Sortimente) aus dem 1. Quartal 2015 wurde im September 2017 (Stichtag 20.9.) auf gesamtstädtischer Ebene aktualisiert.

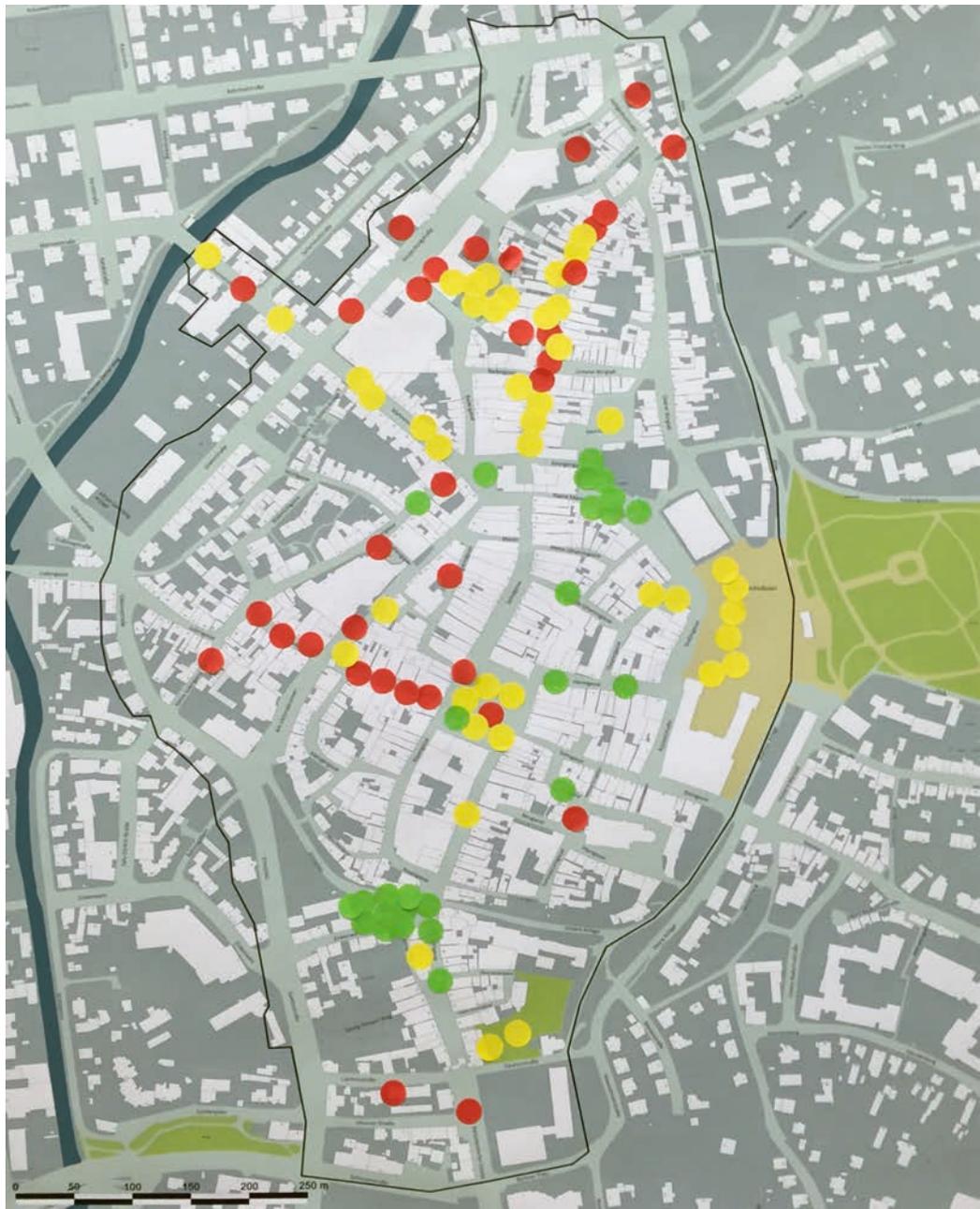


Abb. 1.3|2 Ergebnisse der Eingangsbefragung aus dem Fachworkshop Einzelhandel 1, 08.06.2015

- Welcher Bereich hat sich seit 2008 besonders positiv entwickelt?
- Welcher Bereich weist die größten Defizite auf?
- Wo liegen die größten Potentiale?

2 Trends im Einzelhandel

2.1 Rahmenbedingungen

Der Einzelhandel sieht sich seit Jahren mit neuen Herausforderungen und sich verändernden Rahmenbedingungen konfrontiert. Die Bevölkerung wird in Deutschland trotz Zuwanderung langfristig zurückgehen und auf diese Weise auch die Nachfrage. Daneben verändert sich die Bevölkerungsstruktur vor allem im Bereich der älteren Bevölkerungsgruppen. Das sich erweiternde Marktsegment der »jungen Alten« wird dabei zu einer neuen wichtigen Zielgruppe für den Handel. Bei nur leicht wachsendem Gesamtumsatz ist der Handel vor allem durch einen starken Verdrängungswettbewerb gekennzeichnet.

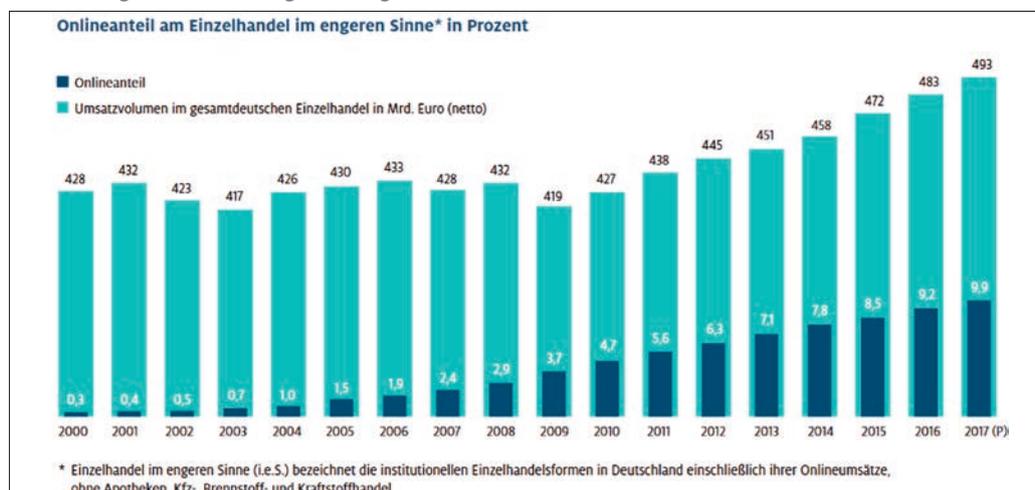
Der Preis (Discountorientierung) wird weiterhin ein Instrument zur Erhöhung von Marktanteilen und Marktdurchdringung bleiben. Trotz der wieder zunehmenden Qualitätsorientierung und der aktuell steigenden privaten Verbrauchsausgaben (gute Arbeitsmarktlage und steigende Gehälter) bleibt der Kaufpreis auf Verbraucherseite immer noch ein wichtiger Aspekt bei der Kaufentscheidung.

Weit wichtiger für die aktuelle und zukünftige Entwicklung und dem damit verbundenen Strukturwandel innerhalb der Handelslandschaft ist die Zunahme des Online-Handels. Durch diese Entwick-

lungen steht der mittelständische Handel nicht nur regionalen Wettbewerbern, sondern nationaler oder sogar internationaler Konkurrenz gegenüber. Der E-Commerce verzeichnet seit Jahren ein stetiges Umsatzwachstum. Laut einer Studie des Institutes für Handelsforschung in Köln lag der Umsatz des Online-Handels im Jahr 2016 bei 44,2 Mrd. Euro. Für das Jahr 2017 wird ein Umsatz von 48,7 Mrd. Euro prognostiziert. Von 2010 bis 2016 konnte der deutsche Einzelhandel insgesamt ein Umsatzwachstum von rd. 56 Mrd. Euro, d.h. eine Steigerung von rd. 13 % verzeichnen, wobei das Wachstum jedoch vor allem im Online-Handel stattgefunden hat. Der einzelhandelsrelevante Online-Handel konnte seinen Umsatzanteil von 4,7 % (2010) auf 9,2 % am Gesamt-Einzelhandelsumsatz in Deutschland steigern.

Dabei variieren die Verhältnisse zwischen den einzelnen Branchen und nach Stadtgröße deutlich. Eine Befragung der Kundenbindung in verschiedenen Branchen des IFH Köln kam zu folgendem Ergebnis: Bei Waren des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel sowie Kosmetik/Drogerie/Gesundheit überwiegt in allen Stadtgrößen klar der Einkauf vor Ort. Hier bleibt abzuwarten, wie sich der Trend mit Online-Angeboten und Lieferservice von

Abb. 2.1/1: Umsätze des Einzelhandels in Mrd. und Anteile des Online-Handels
(Quelle: Institut für Handelsforschung IFH, Handelsverband Deutschland HDE, Online-Monitor 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)



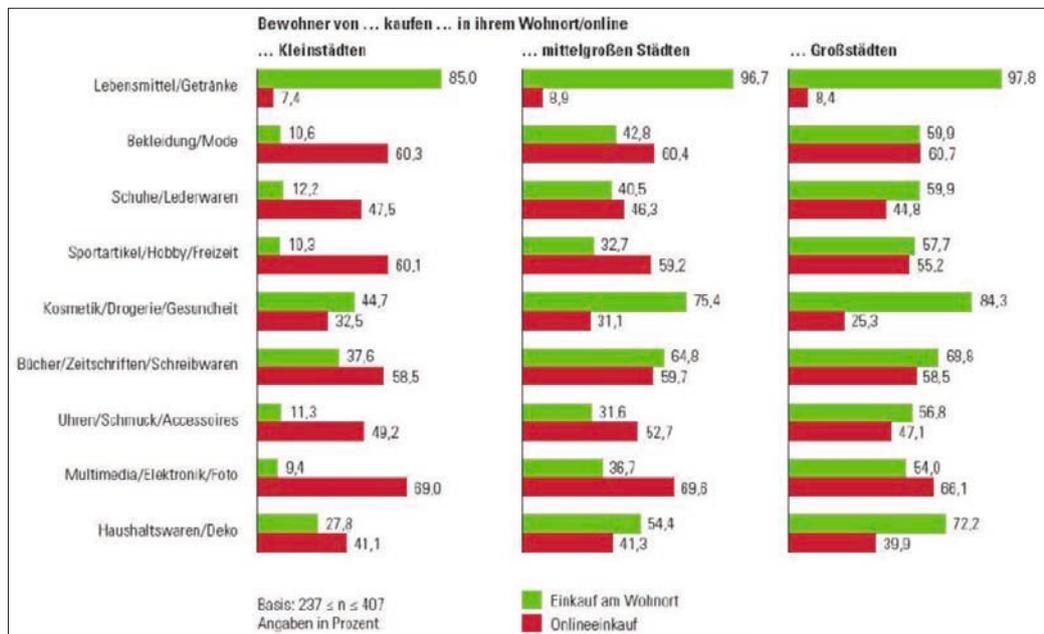


Abb. 2.1/2 Kundenbindung nach Branchen stationär/online und Stadtgröße
(Quelle: IFH Köln; KPMG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Branchenreport Online Handel 2015)

Lebensmitteln weiterentwickelt. Im Bereich Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren überwiegt in mittelgroßen Städten und Großstädten auch noch der stationäre Handel. Die Branche Multimedia/Elektronik/Foto hat ihren Schwerpunkt naturgemäß beim Online-Handel.

In allen weiteren Branchen ergeben sich Unterschiede nach Stadtgröße. In Kleinstädten überwiegt in fast allen anderen Branchen der Online-Handel. Besonders bedeutend ist der Zusammenhang für Städte im mittelfristigen Bedarfsbereich, zu dem auch die innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung, Schuhe und Sportartikel zählen. Auch mittelgroße Städte stehen diesbezüglich verstärkt unter Konkurrenzdruck. Lediglich Großstädte verfügen über ein ausreichend attraktives Angebot und binden zumindest noch in den meisten Branchen mehr Kunden im stationären Handel. Im Bereich Oberbekleidung wird der Online-Einkauf in allen drei Stadtgrößen bevorzugt, wobei es sich in Großstädten in etwa noch die Waage mit dem Einkauf vor Ort hält. In fast allen Branchen zeigt sich der Trend: Je größer die Stadt, desto größer

das Angebot vor Ort, desto mehr wird (noch) vor Ort eingekauft. Der Anteil der Online-Käufer ist von der Größe der Stadt unabhängig, da der Online-Anteil in den einzelnen Sortimenten kaum Unterschiede zwischen Groß- und Kleinstädten aufweist.

Wie sieht also das Zukunftsszenario für den Einzelhandel aus? Kann der stationäre Handel von dieser Entwicklung profitieren? Das IFH Köln zeigt in seinem Handelsszenario 2020, dass die Chance, den Umsatzverlust im klassischen stationären Handel zu kompensieren, im Ausbau und in der Verzahnung von offline- und online-Vertriebsformen (Multi-Channeling) liegt. Der Online-Handel kann dadurch den Facheinzelhandel stützen. Aktuell gelingt dies vor allem Filialisten, weshalb der gegenseitige Nutzen zunächst in größeren Städten zur Geltung kommt.

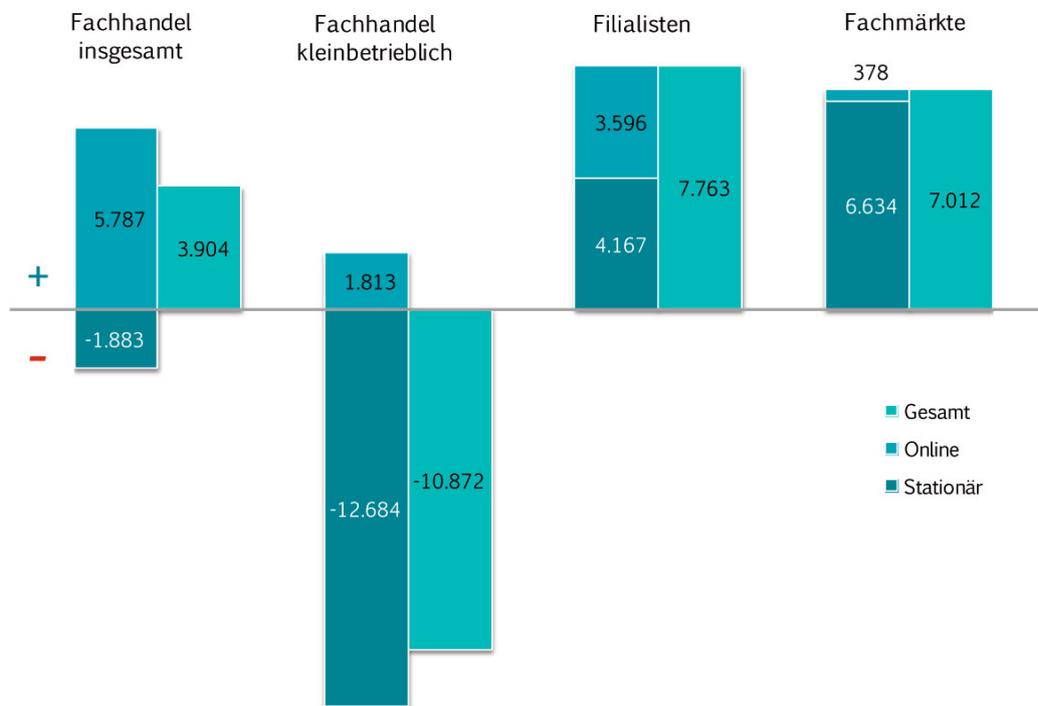


Abb. 2.1/3 Umsatzentwicklung 2013 gegenüber 2008 in Mio. Euro
(Quelle: IFH Köln, Handelsszenario 2020, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

Fazit

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass der zunehmende Online-Handel die größte Herausforderung im Verdrängungswettbewerb für den stationären Handel darstellt. Noch nie in seiner bisherigen Historie musste der Handel einen so enormen Umbruch in so kurzer Zeit bewältigen wie heute. Der starken Online-Konkurrenz sind gerade noch Großstädte gewachsen, die einerseits ein großes attraktives Angebot vor Ort (z.B. Innenstadt) anbieten können und andererseits durch den komplementären Online-Vertrieb (Multi-Channel-Optionen) Umsatzverluste kompensieren können. Für den Facheinzelhandel ergibt sich daraus zwar ein großer Nachholbedarf, gleichzeitig

jedoch auch ein Potential, das es zu nutzen gilt. Als Oberzentrum verfügt Coburg mit seiner attraktiven Innenstadt und einem umfangreichen Handelsangebot grundsätzlich über sehr gute Voraussetzungen. Die Chancen des ergänzenden Online-Handels sollten weiterhin eine wichtige Rolle bei der Profilierung und Positionierung als Einkaufsstandort spielen.

Durch die Teilnahme als eine von drei Modellstädten am Modellprojekt Digitale Einkaufsstadt Bayern sowie das Online-Schau fenster »GoCoburg« befindet sich Coburg diesbezüglich bereits auf einem sehr guten Weg.

2.2 Veränderte Kundenansprüche, veränderte Kundenansprache

Sowohl Kunden als auch Einzelhändler reagieren unterschiedlich auf gesellschaftliche Trends. Konsummuster verschwimmen zunehmend und der Konsument als solcher wird für den Einzelhandel zunehmend »unberechenbar«. Kennzeichen hierfür sind ein multioptionales Verhalten des Verbrauchers beim Einkauf sowie die hohe Wechselbereitschaft zwischen Produkten, Anbietern und Einkaufsstätten.

Die Ansprüche der Konsumenten steigen nicht nur in Punkto Qualität. Über den reinen Versorgungsaspekt hinausgehend soll das Einkaufen als Erlebnis und aktive Freizeitgestaltung fungieren (Erlebniseinkauf). Es besteht der Wunsch nach emotionaler Stimulierung, Unterhaltung und Service.

In Anbetracht dieser Entwicklungen ist es wichtig, dass der stationäre Handel seinen Mehrwert darstellt und kommuniziert, der nur im direkten Kontakt möglich ist. Dies betrifft beispielsweise den direkten Kontakt mit dem Produkt und dem Berater vor Ort. Schlagworte wie Authentizität, Erlebnis, Emotion, Individualität/Personalisierung, Service und Convenience werden somit nicht nur für den Verbraucher beim Einkauf immer wichtiger, auch für den Handel steigt deren Bedeutung im Wettbewerb mit dem Online-Handel.

Als Folge daraus resultieren verschiedene Trends, Entwicklungen und Strategien des Handels, um den hybriden Kunden anzusprechen.

Inszenierung

Aufgrund des zunehmenden Angebots an Produkten und Vertriebskanälen sind eine gezielte Inszenierung der Waren und Räume (s. Abb. 2.2/1 – 2.2/3) sowie die Vermittlung von Erlebniswerten und zusätzlichen Anreizen für den Kunden von großer Bedeutung. Eine professionelle und individuelle Ladengestaltung spielt zunehmend eine wichtige Rolle, da das Produkt allein nicht mehr ausreicht, um Kunden in den Verkaufsraum zu lenken. Auch das

Wecken von Sympathie durch Aktionen und Aufmerksamkeiten (»die extra Meile gehen«) gegenüber dem Kunden kann oftmals einen entscheidenden Faktor zur Generierung eines emotionalen Mehrwertes darstellen. Die Möglichkeiten zu einer ansprechenden Inszenierung sind dabei nicht nur auf den Verkaufsraum und die Warenpräsentation beschränkt, auch der Online-Auftritt bzw. Broschüren stellen wichtige Plattformen für eine gelungene Inszenierung dar.

Profilierung

Durch gezielte Profilierung (s. Abb. 2.2/4) werden die Markenerne des Unternehmens oder auch Einzelhandelslagen und Quartiere herausgearbeitet, um somit eine Abgrenzung und Positionierung im Vergleich zu Wettbewerbern zu verbessern. Dies kann zum Beispiel durch die spezielle Betriebshistorie oder durch Spezialisierungen z.B. über Sortiment, Personal und Service erfolgen. Es gilt ein Bild in den Köpfen der Konsumenten zu hinterlassen.

Abb. 2.2/1, 2.2/2 Warenpräsentation Modehaus »Erlebe Wigner« (Quelle: Erlebe Wigner, www.erlebe-wigner.de)



Convenience

Die Faktoren Zeit und Bequemlichkeit spielen eine wichtige Rolle im Konsumverhalten der heutigen Zeit. Convenience ist somit als Anspruch der Kunden sowohl an den Einkauf als auch an das Produkt zu verstehen. Letzteres zeigt sich zum Beispiel durch das individuelle und passgenaue Angebot in Frischtheken zum schnellen Verzehr direkt zum Mitnehmen (s. Abb. 2.2/5). Ebenso findet sich das Prinzip der Convenience in der Ladengestaltung, z.B. in Form von Kinderspielecken, Sitzmöglichkeiten etc. Ein Beispiel für reinen Convenience-Fokus bietet die Kette »Das Kochhaus« (s. Abb. 2.2/6). Hier werden portionierte Lebensmittel mit Rezeptvorschlag angeboten.

Flagship-Stores

In den »Vorzeigeläden« der jeweiligen Handels- oder Dienstleistungsunternehmen geht es weniger um den Umsatz als um die Präsenz in den A-Lagen der Metropolen. Ziel ist es durch Exklusivität die Bekanntheit der Marke bspw. bei Touristen voranzutreiben, weshalb in »Flaggschiffläden« weder interaktive noch individuelle Elemente fehlen dürfen. Häufig werden die neuesten Produkte und Entwicklungen zunächst nur in Flagship-Stores präsentiert (s. Abb. 2.2/7).

Authentizität

Neben den Trends zu großen Ketten und Internethandel gibt es auch eine Rückbesinnung zu Regionalität und Einzigartigkeit im Offline-Handel. Denn durch die große Konkurrenz sind kleine Einzelhandelsbetriebe zur Handlung gezwungen. Die Identifikation mit dem Produkt, das Vorweisen einer handwerklichen Tradition sowie glaubwürdiges Auftreten können hier von Vorteil sein. Kunden legen dabei weniger Wert auf den »großen Auftritt« als auf Transparenz, Echtheit und eine kompetente Beratung. Warenpräsentation und Ladendesign können dabei auch puristischer anmuten (s. Abb. 2.2/8).

Mono-Label-Store

Als Mono-Label-Stores werden Geschäfte bezeichnet, die auf ihrer Verkaufsfläche ausschließlich Produkte einer Marke verkaufen. War dieser Trend schon seit längerem in der Modebranche etabliert, so sind nun Firmen verschiedener anderer Branchen mit aufgesprungen. Der zentrale Vorteil dieser Läden liegt in der Nähe zwischen Verkäufer/Unternehmen und Endverbraucher. Aufgrund dieser engen Bindung kann schneller auf Vorlieben, Trends und Gewohnheiten der Kunden reagiert werden. An den guten bis sehr



Abb. 2.2/3 River Island
(Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2016)



Abb. 2.2/4 Online-Auftritt und Broschüre
Nürnberger Meister Händler Gestaltung
(Quelle: gruenklee - kommunikation.design)



Abb. 2.2/5 Convenience-Anbieter
»Rewe to go«
(Quelle: eigene Aufnahmen CIMA Beratung + Management, 2015)

guten Standorten der Großstädte nimmt das Platzangebot rapide ab. Mono-Label-Stores können eine Antwort des Einzelhandels auf dieses Problem darstellen. Statt der großen Markenvielfalt in Multi-Label-Stores wird hier eher eine kleinere Auswahl an Waren in enger Zusammenarbeit mit den Herstellern angeboten.

Cross-Selling

Dem Kunden werden Zusatzangebote bereit, die die Kundenbindung erhöhen. Dies kann durch die Ergänzung des eigenen Sortiments (Schuhe und Schuhputzcreme), durch ergänzende Serviceleistungen im Geschäft (Café, Postfiliale etc.) oder durch das Angebot von Produkten/Leistungen anderer Unternehmen erfolgen. Ein weiteres Beispiel für die erfolgreiche Umsetzung von Cross-Selling innerhalb des stationären Einzelhandels ist der Vertrieb von Service-Leistungen oder Weiterbildungsangeboten innerhalb bekannter Elektrofachmärkte und Filialisten. Dies kann u.a. das Anbieten von Garantieverlängerungen, den Aufbau und die Installation des Gerätes sowie das Veranstellen von Kursen zur Bedienung der erworbenen Geräte einschließlich der installierten Software umfassen. Die Schaffung von Zusatzleistungen ergänzend zu den angebotenen

Produkten ist für den stationären Einzelhandel eine Möglichkeit, sich gegenüber dem Online-Handel zu profilieren.

Digitalisierung und E-Commerce

Der Haupteinflussfaktor auf das Verbraucherverhalten ist aber die zunehmende Digitalisierung. Für den stationären Handel birgt E-Commerce sowohl Risiken als auch Chancen. Einerseits verschärft sich durch die wachsende Anzahl an digitalen Angeboten und die damit einhergehenden Vorteile für den Kunden die Wettbewerbssituation für den stationären Einzelhandel. Kunden möchten sich vor dem Kauf jederzeit, überall und über alle Kanäle informieren. Dies geschieht zum einen im Geschäft durch die Beratung vor Ort, mit Laptop, PC, Tablet und Smartphone online auf Webseiten, Vergleichsportalen und in sozialen Netzwerken genauso wie analog über Printmedien. Dabei reicht es nicht mehr, nur einen Kanal als Händler zu bedienen, sondern alle Kanäle zu nutzen und (gleichzeitig) zu bedienen. Der Kunde kann beim sogenannten Multi-Channeling beim Kauf zwischen mehreren Vertriebskanälen wählen, z.B. zwischen Online-Shop, Katalog oder stationärem Handel. Beim Cross-Channeling kann der Kunde während des Einkaufes zwischen den Kanälen



Abb. 2.216 Einrichtung »Das Kochhaus« (Quelle: Kochhaus.de)



Abb. 2.217 Flagship-Store Ritter Sport Berlin (Quelle: Sascha Olschewski, solec-electro.de, 2010)



Abb. 2.218 Modernes Bäckerei-Konzept: Baker D. Chirico, Melbourne (Quelle: Peter Benetta, www.broadsheet.com.au, 2015)

wechseln, z.B. das Produkt online bestellen und stationär im Geschäft abholen.

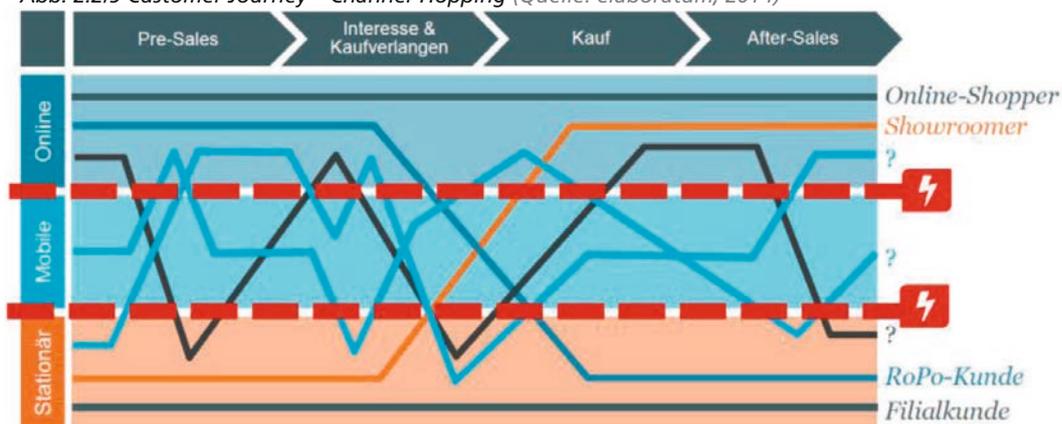
Andererseits eröffnen die Entwicklungen im E-Commerce auch kleinen Händlern eine Chance: So wird eine Kaufentscheidung oftmals online vorbereitet, jedoch im stationären Handel tatsächlich getätigt. Hierbei spricht man vom sogenannten ROPO-Effekt (= Research online, purchase offline (Suche online – Kaufe offline)) eine Chance für den stationären, mittelständischen Handel vor Ort. Essentiell für den stationären Händler ist dabei eine Online-Präsenz mit Informationen zum Ladengeschäft, um digital vom Kunden aufgefunden zu werden. Eine Webseite mit Informationen zum Geschäft, Öffnungszeiten und eine Darstellung der Produkte stellt dabei eine absolute Notwendigkeit dar. Darüber hinaus bieten Unternehmen Dienste für Händler, um sich digital zu positionieren und insbesondere bei regionalen Suchanfragen gefunden zu werden. Dies kann über Anbieter von lokalen und nationalen Online-Marktplätzen (u.a. Atalanda, yatego) als auch über Plattformen globaler Internetdienstleister (Google Ad

Words, Google My Business etc.) erfolgen. Ferner bieten Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter und Youtube die Möglichkeit, Produkte, Aktionen etc. zu bewerben.

Fazit

Mit der wachsenden Bedeutung des Online-Handels wird der stationäre Handel immer häufiger zum reinen Ausstellungsraum: Beim »Showrooming« informieren sich die Interessenten im Laden, kaufen anschließend aber online. Die Herausforderung für den Handel besteht darin, die Vorteile aller Vertriebskanäle zu kombinieren. Ein Ladengeschäft zum echten Fühlen, Erleben und Kontakt mit dem Produkt und einer persönlichen Beratung sowie die vorgelagerte Informationsmöglichkeit und anschließende Bestellmöglichkeit im Netz. Im Idealfall gelingt es dem stationären Händler, dass der Kunde am Ende bei ihm kauft, offline im Laden oder online.

Abb. 2.2/9 Customer Journey – Channel-Hopping (Quelle: elaboratum, 2014)



2.3 Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel

Vor allem beim Versorgungseinkauf, also der periodischen Bedarfsdeckung, spielen einerseits Aspekte wie Nähe und Erreichbarkeit, Zeit und Preisorientierung eine wichtige Rolle. Andererseits wird im zunehmenden Maße wieder auf Qualität und Regionalität beim Lebensmitteleinkauf geachtet. So sind mittlerweile auch in dezentralen Fachmarkt-Agglomerationen Bio-Supermärkte und Filialen lokaler Metzgereien anzufinden. Der vor allem für die Nahversorgung so interessante Betriebstyp des Supermarktes erlebte in den letzten Jahren eine Renaissance, sieht sich aber nach wie vor einigen Problemen gegenüber. Eines der wesentlichen Probleme für die Supermärkte im Wettbewerb mit den Discountern liegt immer noch in ihrem größeren Flächenbedarf. Ein Vollsortiment beginnt bei 8.500 bis 12.000 Artikeln und benötigt mindestens 1.200 bis 1.700 m² Verkaufsfläche. Bei Neugründungen sind selbst Flächen bis 3.500 m² keine Seltenheit mehr (sog. »Große Supermärkte«).

Sind diese Flächen nicht verfügbar, müssen die Händler Kompromisse eingehen und verspielen auf den häufig zu kleinen Flächen ihren wichtigsten Trumpf gegenüber den Discountern: eine ansprechende Warenpräsentation und die Auswahl an Markenartikeln. Generell ist die Ursache für den im Vergleich zur Vergangenheit gestiegenen Flächenbedarf im Lebensmitteleinzelhandel in der Notwendigkeit zu einer verbesserten Warenpräsentation, neuen Service- und Angebotsbausteinen und in signifikanten Prozessveränderungen zu sehen:

- Die Ansprüche der Verbraucher an die Warenpräsentation steigen. Bei gleicher Artikelzahl entscheidet die Präsentation der Ware über die Attraktivität eines Marktes.
- Zur Verbesserung der Übersichtlichkeit der Märkte und als Reaktion auf Wünsche einer alternden Kundschaft wurde bei vielen aktuellen Supermärkten die Höhe der Regale deutlich reduziert, so dass die

Kunden bequem darüber hinwegblicken können und ein beschwerliches Greifen nach Waren über der eigenen Kopfhöhe entfällt. In Konsequenz muss die früher vertikal angeordnete Ware nun horizontal auf eine größere Fläche verteilt werden.

- Gesetzliche Vorgaben machen einen zusätzlichen Platzbedarf erforderlich. So zum Beispiel die Anforderungen der Verpackungsverordnung, nach der Kunden Verpackungsmaterial sofort im Laden entsorgen können oder die Bereitstellung von Rücknahme-Automaten für Mehr- und Einwegflaschen im Laden.
- Serviceelemente wie z.B. Automaten zur Rücknahme von Pfandflaschen und Getränkekästen oder Selbstbackautomaten für frische Backwaren benötigen zusätzlich Fläche.
- Durch Änderungen in der Sortimentsstruktur wie z.B. Obst sowie anderer »Ready-to-eat« Convenience-Produkte, die erst im Markt selbst geschnitten und abgepackt werden, ergibt sich ein zusätzlicher Flächenbedarf für Kühltruhen, Kühlregale, Kühlzellen etc.
- Großzügigere Verkehrswege tragen zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von Betriebsabläufen bei.

Grundsätzlich gilt für zukünftige Vorhaben, dass Standortgemeinschaften branchengleicher wie branchenungleicher Betriebe Agglomerationsvorteile bieten, die die Attraktivität und damit die Akzeptanz eines Nahversorgungsstandortes nachhaltig steigern können. Sie kommen auch dem Wunsch der Verbraucher nach einem »one-stop-shopping« entgegen. Ein idealtypisches Nahversorgungskonzept in diesem Sinne könnte demnach einen Vollsortimenter und Discounter als Ankerbetriebe beinhalten, die entweder unmittelbar am Standort oder im weiteren Umfeld durch verschiedene Spezialisten

Abb. 2.3/1-2.3/4 Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Lebensmittelmärkten
(Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2015, AEZ)



Edeka



Kaufland

Rewe



(Bio-Markt, Obst, Feinkost, internationale Spezialitäten) und Lebensmittelhandwerker (Bäcker, Metzger) sowie einen Drogeriemarkt und weitere Branchen des kurzfristigen Bedarfsbereiches ergänzt werden. Bei aller Standardisierung kann jedoch je nach Standorttyp und Kundenstruktur der optimale, zielgruppenorientierte Angebotsmix sehr unterschiedlich sein: In Siedlungen mit hoher Sensibilität für Bio-Produkte haben sich etwa Bio-Supermärkte als »neue Form« des Vollsortimenters bereits bewährt. Die sog. Soft-Discounter (z.B. Netto, Penny) haben dagegen in stark verdichteten Gebieten und Bereichen mit niedrigerem Kaufkraftniveau erfolgreich die Funktion eines Nahversorgers übernommen. Bei diesen Betriebstypen gewinnt jedoch aufgrund der beschränkten Auswahl das individuelle Zusatzangebot im Umfeld an Bedeutung (Bäcker, Metzger, Obst, Gemüse, etc.).

Fazit

Aus Sicht der Stadtentwicklung ist zu ergänzen, dass eine kundenorientierte und leistungsfähige Nahversorgung die städtischen Nutzungsstrukturen ergänzt und insbesondere auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels zu einer erheblichen Attraktivitätssteigerung der Wohnumfeldqualität beiträgt. Bei neu entstehenden Wohnquartieren oder wesentlichen Wohngebietserweiterungen sind Nahversorgungsstrukturen zielgerichtet in den Stadtraum zu integrieren, um eine wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten. Sie dienen zugleich als sozialer Treffpunkt für Kinder, Jugendliche und Senioren (ohne Führerschein), im Sinne der »Stadt der kurzen Wege« und auch ökologisch in Betracht auf Verkehrsbeziehungen (Aufkommen und Verkehrsmittelwahl).

3 Strukturdaten

3.1 Planerische Rahmendaten

Das Landesentwicklungsprogramm (LEP) von 2006 wurde umfassend reformiert und ist in seiner überarbeiteten Fassung seit September 2013 rechtskräftig. Zum Februar des Jahres 2018 soll eine Fortschreibung Rechtskraft erlangen. Mit der Reform des LEP ergeben sich für den Einzelhandel und die Planung von Einzelhandelsprojekten neue Rahmenbedingungen, wovon die wesentlichen Änderungen hier kurz aufgeführt werden:

- Die Zentrale-Orte-Hierarchie wurde gestrafft und in drei Stufen eingeteilt: Oberzentren, Mittelzentren und Grundzentren. Die Zwischenstufen »mögliches« Mittel- bzw. Oberzentrum entfallen. Die neue Kategorie »Grundzentrum« umfasst alle bisherigen Unterzentren, Kleinzentren und Siedlungsschwerpunkte. Mit der Einführung der Grundzentren hat sich die Anzahl der zentralen Orte, in denen großflächige Einzelhandelsprojekte grundsätzlich zulässig sind, nahezu verdoppelt.
 - Maßgeblich für die Bewertung und Zulässigkeit von Einzelhandelsgroßprojekten sind neu festgelegte »einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereiche«, die als Grundlage für die Berechnung spezifischer Abschöpfungsquoten heranzuziehen sind. Aufgrund der Abgrenzung anhand von Isochronen kommt es dabei zu stärkeren Überlappungen der Verflechtungsbereiche.
 - Die bestehende Einteilung in (nahversorgungs-), innenstadt- bzw. nicht innenstadtrelevante Sortimente wurde durch die Einführung von drei Bedarfsgruppen (Nahversorgungsbedarf, Innenstadtbedarf und Waren des sonstigen Bedarfs) ersetzt.
 - Nahversorgungsbetriebe sind bis zu einer Verkaufsfläche von 1.200 m² auch in Orten ohne Zentralität zulässig.
- Nach dem Landesentwicklungsprogramm von 2013 umfasst der einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich des Oberzentrums Coburg 205.380 Einwohner. Der Nahbereich beschränkt sich auf die Stadt Coburg (41.494 Einwohner zum Juni 2017) und die Gemeinde Ahorn (4.184 Einwohner zum 31.12.2015). Insgesamt

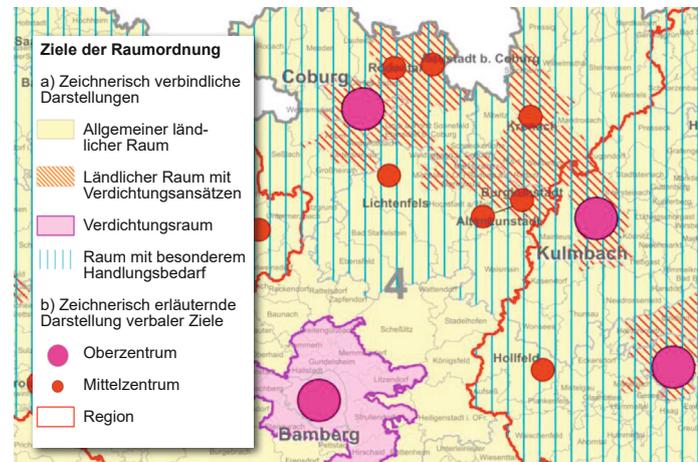


Abb. 3.1/1 Ausschnitt aus der Strukturkarte des LEP Bayern 2013 (Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie, 2013, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

sind innerhalb des Coburger Nahbereiches somit rd. 45.678 Einwohner beheimatet.

Zentralörtliche Einstufung der Stadt Coburg

Zentrale-Orte-Stufe: Oberzentrum
Einwohner: 41.494 (06/2017)¹
Gebietskategorie: Stadt- und Umlandbereich im ländlichen Raum
Landkreis: Kreisfreie Stadt Coburg
Region: Region 4 Oberfranken West
Regierungsbezirk: Oberfranken

Das Stadtgebiet grenzt im Norden an die Gemeinden Lautertal und Meeder, im Westen an die Gemeinde Weitramsdorf, im Süden an Niederfüllbach und Ahorn sowie im Osten an die Gemeinden Dörfles-Esbach, Ebersdorf bei Coburg und Rödentel.

Bedeutung der Änderungen des LEP 2013 gegenüber der Vorgängerversion für Coburg

Die durch das Landesentwicklungsprogramm 2013 gegenüber der Vorgängerversion eingeführten Änderungen haben für die Stadt Coburg zusammengefasst in folgender Hinsicht Bedeutung:

¹ Quelle: Stadt Coburg

- Durch die Anpassung der Zentrale-Orte-Hierarchie haben ehemalige Kleinzentren oder Siedlungsschwerpunkte heute mehr Möglichkeiten bei der Ausweisung innenstadtrelevanter Sortimente. Einzelhandelsgroßprojekte für Waren des sonstigen Bedarfes (z.B. Möbel) sind in Grundzentren aber nur dann zulässig, wenn dort bereits mindestens ein Großprojekt in dieser Bedarfsgruppe existiert.
- Es wurden neue »einzelhandelspezifische Verflechtungsbereiche« abgegrenzt, die als Grundlage zur Ermittlung zulässiger Abschöpfungsquoten bei Ansiedlungen gelten. Die Abgrenzungskriterien gehen oftmals zu Lasten von Standorten mit hoher Handelszentralität (München, Rosenheim, Traunstein), der Verflechtungsbereich für Coburg stieg jedoch von 187.810 um rd. 9,4 % auf 205.380 Einwohner. Der vergrößerte Bezugsraum ermöglicht insgesamt deutlich größere Verkaufsflächen, wobei die Möglichkeiten bereits nach dem LEP 2006 aufgrund der Größe des Verflechtungsbereiches nur für wenige Branchen bzw. Betriebstypen einschränkend wirkten.
- Die Heraufsetzung der landesplanerisch relevanten Verkaufsflächenschwelle für Nahversorgungsbetriebe auf 1.200 m² entspricht der Betriebstypenentwicklung und erleichtert in kleineren Gemeinden eine angemessene Nahversorgung. Die Abgrenzung des für das Lebensmittel-Sortiment relevanten Nahbereiches blieb in Coburg wie bei allen anderen Gemeinden unverändert.
- Auch »Agglomerationen« mehrerer nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe werden als Einzelhandelsgroßprojekte betrachtet. Eine Definition bzw. Konkretisierung der »Agglomeration« wird erst in der Fortschreibung des LEP 2018 erwartet. Dann sind voraussichtlich Ansiedlungen ab 3 Betrieben als Agglomeration zu bewerten.
- Einzelhandelsgroßprojekte für Waren des sonstigen Bedarfes (z.B. Möbel) sind in Grundzentren nur noch dann zulässig, wenn es dort bereits einen bedeutenden Anbieter mit überörtlicher Versorgungsfunktion gibt. Grundsätzlich werden

Einzelhandelsgroßprojekte in ehemaligen (meist ungeeigneten) Kleinzentren verhindert. Ausnahme ist, sofern nach dem LEP 2006 in einem Kleinzentrum rechtswidrig ein solcher Betrieb bereits zugelassen wurde.

- »Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen.«
»Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn das Einzelhandelsgroßprojekt überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dient oder die Gemeinde nachweist, dass geeignete städtebaulich integrierte Standorte aufgrund der topographischen Gegebenheiten nicht vorliegen.«

Städtebaulich integrierte Standorte sind (nahezu unverändert zu 2006) Standorte innerhalb eines baulich verdichteten Siedlungszusammenhangs mit wesentlichen Wohnanteilen oder direkt angrenzend, die über einen anteiligen fußläufigen Einzugsbereich und eine ortsübliche Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) verfügen. Entfallen ist: »...die Bestandteil eines planerischen Gesamtkonzeptes sind.« Städtebauliche Randlagen benötigen eine ortsübliche Anbindung an den ÖPNV.

Bewertung: Innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente werden auf eine integrierte Lage verwiesen. Selbst für nahversorgungsrelevante Sortimente bleibt aber eine Öffnungsklausel, die kritisch zu bewerten ist.

Fazit

Die Änderungen des LEP 2013 gegenüber der Vorgängerversion sind für das Oberzentrum Coburg insgesamt positiv zu bewerten. So wurde der Stadt ein vergrößerter Verflechtungsbereich zugewiesen und die Entwicklungen in nachrangigen Zentren wurden eingeschränkt.

3.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Bevölkerung

Die Stadt Coburg wies zum Juni 2017 41.494 Einwohner auf. Betrachtet man die Bevölkerungsentwicklung seit 2008, so lässt sich im Betrachtungszeitraum bis zum Jahr 2017 eine zuletzt stark ansteigende Einwohnerzahl erkennen. Im Vergleich zu der gleichzeitigen Bevölkerungsabnahme im Regierungsbezirk Oberfranken (-3,0 %) ist die der Stadt Coburg besonders positiv zu werten. Im Vergleich zum gesamt-bayerischen Bevölkerungswachstum (+2,6 %) seit 2008 ist die Bevölkerungszunahme Coburgs jedoch eher moderat.

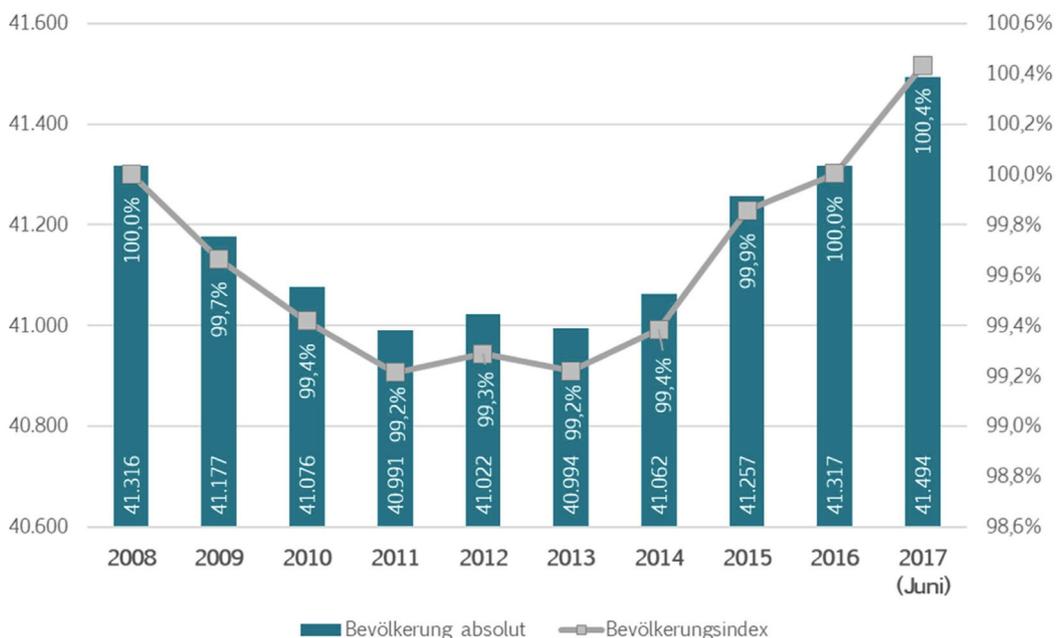
Die Bevölkerungsentwicklung in Coburg wird von den Geburtenalden negativ beeinflusst. Die jährlichen Wanderungssalden zeigen dagegen eine deutliche Zuwanderung (s. Abb. 3.2/2, S. 26). Der Gesamtsaldo, zusammengesetzt aus Geburten- und Wanderungssaldo, bewegt sich seit 2011, nach einem vorhergehenden Abwärtstrend, überwiegend nach oben. Seit 2013 ist der Gesamtsaldo auf einem positiven Niveau.

Nach der Bevölkerungsvorausberechnung des Bayerischen Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung (s. Abb. 3.2/3, S. 26) wird die Bevölkerungsentwicklung in Bayern – bedingt durch den demographischen Wandel – in den nächsten 20 Jahren je nach Landesteil sehr unterschiedliche Formen annehmen. Während das gesamte Bundesland Bayern Bevölkerungszuwächse zu erwarten hat, muss Oberfranken wie auch andere Regierungsbezirke in Nord- und Ostbayern mit einem Rückgang der Einwohnerzahlen rechnen.

Fazit

Die Bevölkerungsentwicklung der Stadt Coburg kann sich positiv von der Entwicklung des gleichnamigen Landkreises absetzen. Sollte der hohe Zuzug in den nächsten Jahren anhalten, kann eine aktuellere Prognose positiver ausfallen als die des Bayerischen Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung, da 2014 das erste Jahr des ansteigenden Trends war.

Abb. 3.2/1 Bevölkerungsentwicklung in Coburg
(Quelle: Bayerisches Statistisches Landesamt, 2017, Stadt Coburg, 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)



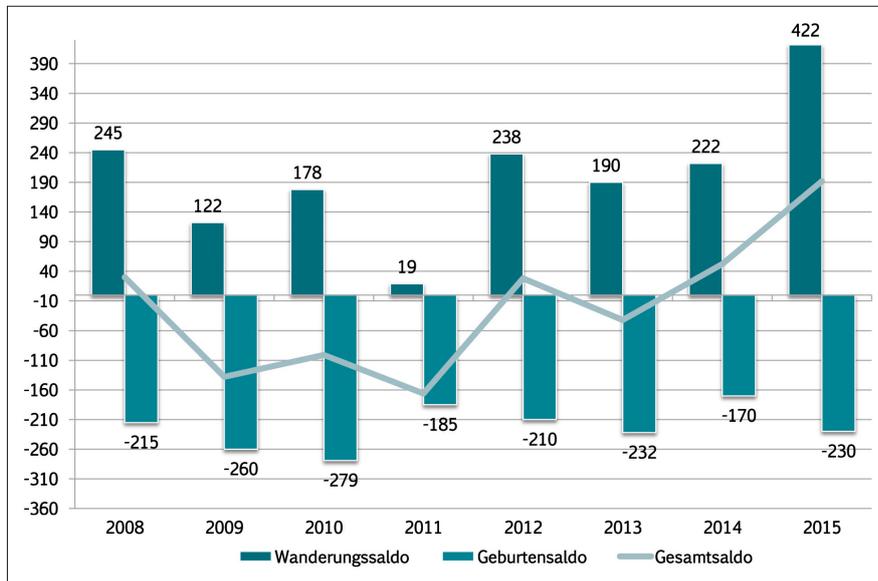


Abb. 3.2/2 Natürliche und räumliche Wanderungsbewegungen in Coburg
(Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

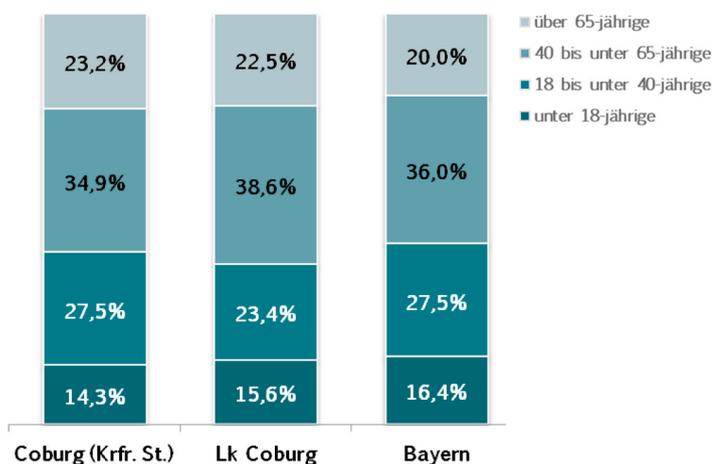
Raum	Einwohner 2015	Einwohner 2035	Prozentuale Entwicklung
Coburg (Krfr. St.)	41.257	39.000	-5,5%
Coburg (Lkr.)	86.599	81.800	-5,5%
Oberfranken	1.059.358	1.005.100	-5,1%
Bayern	12.843.514	13.532.100	5,4%

Abb. 3.2/3 Bevölkerungsvorausberechnung 2015-2035
(Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

Altersstruktur

Ende 2015 waren 14,3 % der Coburger jünger als 18 Jahre und 23,2 % älter als 65 Jahre. Die Altersgruppe der über 65-jährigen in Coburg ist mit dem Landkreis Coburg im Vergleich zum bayernweiten Durchschnitt leicht überrepräsentiert. Im Vergleich zum Jahr 2005 ist die Zahl der über 65-jährigen jedoch um 0,4 % angestiegen und die der unter 18-jährigen von 15,9 % auf 14,3 % gesunken. Themen rund um den demographischen Wandel sind daher auch für Coburg von Relevanz und werden in den nächsten Jahren noch zunehmen. Die Altersgruppe der sogenannten erwerbsfähigen Personen (15 – 65 Jahre) liegt in Coburg mit 65,4 % in etwa auf dem bayernweit durchschnittlichen Niveau (66,6 %).

Abb. 3.2/4 Altersstruktur im Vergleich (Stichtag 31.12.2015)
(Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)



Beschäftigung und Wirtschaft

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort lag in der Stadt Coburg am 30. Juni 2014 bei 33.369. Zwischen 2008 und 2014 stieg die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten um 11 % (entspricht 3.339 Personen). Diese positive Dynamik mit einhergehender Steigerung der Beschäftigtenzahlen ist als positiv zu bewerten, da daraus eine stabile Nachfrageplattform für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung resultiert. Zum Stichtag am 30.06.2014 waren 31,5 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im produzierenden Gewerbe tätig. Darüber hinaus sind 31,9 % im Bereich Unternehmensdienstleistungen, 14,7 % im Bereich Handel, Verkehr und Gastgewerbe und 21,8 % im Bereich öffentliche und private Dienstleistungen beschäftigt. In Coburg sind somit rd. 68 % der Beschäftigten dem tertiären Sektor zuzurechnen. Der Anteil der Beschäftigten im primären Sektor (Land- und Forstwirtschaft, Fischerei) ist in der Stadt selbst mit 0,2 % sehr gering vertreten. Im Vergleich zu den übergeordneten Bezugsräumen weist Coburg einen relativ hohen Beschäftigungsanteil im Bereich Unternehmensdienstleistungen auf.

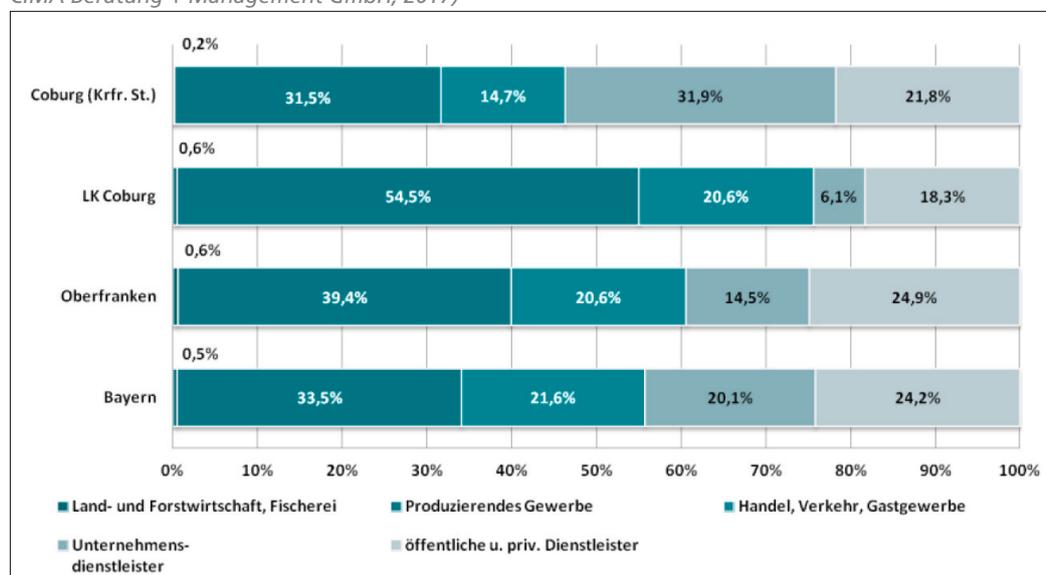
Aus der Gegenüberstellung von insgesamt 33.369 Beschäftigten am Arbeitsort und 15.756 Beschäftigten am Wohnort, zum Stichtag 30.06.2014, ergibt sich für die Stadt Coburg ein positiver Pendlersaldo von 17.613 Personen. Dieser Wert ist für die Stadt Coburg im Vergleich zu den kreisfreien Städten in der räumlichen Nähe Coburgs, die Einwohnerzahlen berücksichtigend, als positiv einzuschätzen. Dies weist darauf hin, dass Coburg eine ebenso wichtige Funktion als Arbeitsort einnimmt wie andere Städte der Region, z.B. Würzburg und Schweinfurt.

Tourismus

Die Kennziffer der Tourismusintensität (Gästeübernachtungen je 1.000 Einwohner) erlaubt einen Vergleich touristischer Destinationen. Zur Vergleichbarkeit wurde auf Datenmaterial der amtlichen Landesstatistik und der Thüringer Landesstatistik zurückgegriffen. Hier werden lediglich Betriebe mit mindestens 10 Betten erhoben. Für die Stadt Suhl (Thüringen) hingegen werden alle Betriebe ausgeschlossen Campingplätze erhoben. Aus diesem Grund ist keine gute Vergleichbarkeit der Daten der Stadt Suhl mit den Daten der

Pendlersaldo

Abb. 3.2/5 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen (Stichtag 30.06.2014)
(Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)



übrigen regionalen Einheiten gegeben. Coburg verfügt im Vergleich zu anderen Gemeinden und regionalen Einheiten über einen relativ gering ausgeprägten Tourismus. Keine der betrachteten Städte in der umliegenden Region erzielt niedrigere Werte in der Tourismusintensität. Die Aufenthaltsdauer liegt mit 1,9 Tagen unter dem oberfränkischen Durchschnitt von 2,5 Tagen. Hier können Ausbau und Optimierung der örtlichen Übernachtungsstrukturen eine Möglichkeit sein, den Standort für den Tourismus zu attraktivieren. Abschließend erfolgt eine Zusammenfassung der diskutierten sozioökonomischen Daten der Stadt Coburg. In Abb. 3.2/7-8 werden die Einwohnerzahlen von Ende 2015 verwendet, da nur für diesen Zeitpunkt regionale Vergleichszahlen vorliegen.

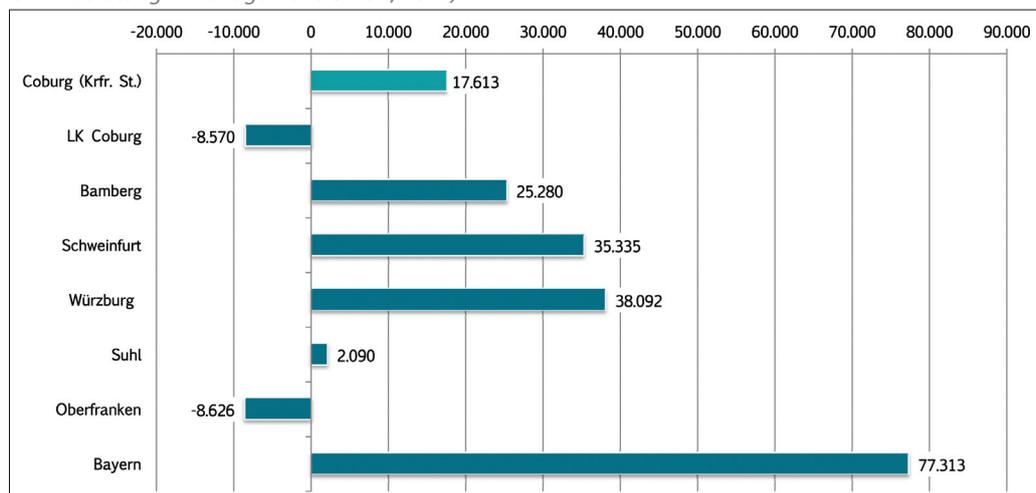
- Bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten schneidet die Stadt sehr gut ab und liegt mit einer positiven Entwicklung von 11,1 % deutlich über den Vergleichswerten Bayerns und Oberfrankens. Durch die starke Wirtschaftskraft Coburgs ist auch in Zukunft mit einem Anstieg zu rechnen.
- Positiv zu bewerten ist auch der enorme Einpendlerüberschuss, der gerade im relativ zum gesamtbayrischen Durchschnitt schwächeren Nordbayern für eine starke örtliche Wirtschaftskraft spricht.

Fazit

Entgegen der Prognosen des Bayerischen Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung hat die Einwohnerzahl der Stadt Coburg in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen. So konnte Ende 2016 wieder die Einwohnerzahl des Jahres 2008 erreicht werden und 2017 stieg die Einwohnerzahl weiter an. Die Entwicklung der Beschäftigten ist in Coburg ebenfalls überaus positiv zu bewerten. Ein Anstieg von 11,1 % in der Anzahl der Beschäftigten im Zeitraum von 2008 bis 2015 verweist auf die starke wirtschaftliche Dynamik der Stadt. Dieser Anstieg ist vor allem im überregionalen Vergleich mit Oberfranken überdurchschnittlich hoch. Coburg ist Sitz mehrerer bedeutender Arbeitgeber mit hohen Beschäftigtenzahlen. Indiz für die im oberfränkischen Vergleich gute wirtschaftliche Entwicklung ist auch das stark positive Pendlersaldo. Die positive Entwicklung der Beschäftigtenzahlen wirkt sich positiv auf die Kaufkraft vor Ort aus und stellt gute Rahmenbedingungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung der Stadt dar. Die demographische Struktur Coburgs ist als ausgewogen zu bezeichnen. Durch die weit über der Geburtenrate liegende Sterberate ist mit einer Abnahme des Anteils der erwerbsfähigen Personen zu rechnen.

Abb. 3.2/6 Pendlersalden im regionalen Vergleich (2014)

(Quelle: Bayerisches und Thüringer Landesamt für Statistik u. Datenverarbeitung, 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)



Verwaltungs- einheit	Gästebetten und sonst. Schlaf- gelegenheiten (ohne Camp.)*	Gäste- ankünfte**	Gäste- übernachtungen	Tourismus- intensität	durchschn. Aufenthalts- dauer in Tagen	Bevölkerung (31.12.2015)
Coburg (Krfr. St.)	1.078	68.352	131.803	3.195	1,9	41.257
Coburg (Lkr)	2.033	75.041	309.803	3.579	4,1	86.559
Bamberg (Krfr. St.)	3.268	348.137	606.947	8.277	1,7	73.331
Schweinfurt (Krfr. St.)	1.561	119.540	215.181	4.141	1,8	51.969
Würzburg (Krfr. St.)	4.440	568.692	891.801	7.142	1,6	124.873
Suhl***		92.396	240.187	6.531	2,6	36.778
Oberfranken	34.619	1.919.399	4.720.644	4.456	2,5	1.059.358
Bayern	542.006	34.208.802	88.128.741	6.862	2,6	12.843.514

Abb. 3.2/7 Fremdenverkehr im Vergleich
(Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2017;
Thüringer Landesamt für Statistik, 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

- * Gästebetten als durchschnittliche Anzahl der Betten im gesamten Jahr 2015;
** in Beherbergungsbetrieben mit 10 oder mehr Gästebetten sowie Campingplätze mit 10 oder mehr Stellplätzen;
*** Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer der Gäste in Beherbergungsstätten nach Kreisen (ohne Camping)

Abb. 3.2/8 Zusammenfassung wichtiger sozioökonomischer Rahmendaten
(Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2017,
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

Indikatoren	Coburg	Lkr. Coburg	Oberfranken	Bayern	Einschätzung
Einwohner (31.12.2015)	41.257	86.599	1.059.358	12.843.514	
Bevölkerungsentwicklung seit 2006 - 2015	- 0,9%	- 4,6%	- 3,2%	+ 2,8%	—
Bevölkerungsprognose 2015-2035	-5,5%	-5,5%	- 5,1 %	+ 5,4 %	
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (30.06.2014)	33.369	27.876	405.383	5.065.073	
Beschäftigtenentwicklung (2008-2015)	+ 11,1%	+ 12,1%	+ 8,3%	+ 5,9 %	+++
Pendlersaldo (30.06.2014)	17.613	-8.570	-8.626	77.313	+
Tourismusintensität (Gästeübernachtungen je 1.000 EW im Jahr 2015)	3.195	3.579	4.456	6.862	—

4 Entwicklungen in Coburg seit 2008

4.1 Veränderungen tragender Grundstrukturen

Die stadträumlichen, funktionalen und verkehrlichen Strukturen der Innenstadt sind im ISEK 2008 beschrieben und haben sich als stabil erwiesen. Die seitdem durchgeführten Maßnahmen folgen den Empfehlungen des ISEK, vor allem die innere Nord-Südachse für den Einzelhandel zu stärken. Die öffentlichen und privaten Sanierungs- und Baumaßnahmen im Sanierungsgebiet Ketschenvorstadt haben den Süden deutlich aufgewertet. Die Steinwegvorstadt im Norden zeigt hingegen Schwächen in der Einzelhandelsentwicklung, die sich in Geschäftsaufgaben und Leerstand äußern.

4.2 Umsetzungsstand des ISEK 2008

Leitprojekt Ketschenvorstadt (Wohnen)

Im ISEK 2008 sind Leitprojekte und Maßnahmen genannt und in der Agenda Innenstadt zusammengefasst. Als bedeutendstes und erfolgreiches Maßnahmenpaket ist das Leitprojekt »Sanierungsgebiet Ketschenvorstadt« zu sehen. Über qualitätssichernde Verfahren wie Architektenwettbewerbe wurde hier ein vorbildlicher Standard in Wohnungsbau, Sanierung Altbestand und in der Gestaltung des öffentlichen Raums erreicht. Die Straßen- und Platzflächen Zinkenwehr – Albertsplatz – Säumarkt – Untere Ketschengasse wurden vollständig neu gestaltet. Verschiedene Neubau- und Sanierungsprojekte in Verbindung mit dem Bau einer neuen Quartiertiefgarage werten das gesamte Quartier auf und nutzen die im ISEK aufgezeigten Potentialflächen zur zielkonformen Innenentwicklung. Die Ketschenvorstadt hat hierdurch sichtbar an Stärke gewonnen und stellt heute ein ansprechendes Entrée für Besucher dar, die überwiegend von Süden die Stadt betreten.

Leitprojekt Band für Wissenschaft, Technik und Design

Für das Leitprojekt »Band für Wissenschaft, Technik und Design« wurde durch das

Büro Schirmer Architekten + Stadtplaner, Würzburg, ein Rahmenplan erarbeitet und als Grundlage der weiteren Entwicklung am 26.3.2015 durch den Stadtrat beschlossen. Er definiert die Grundstrukturen der Entwicklung des ehemaligen Schlachthof- und Güterbahnhofsareals zwischen Bahn und Itz. Dieser sieht im hochschulnahen Norden Mischnutzungen mit Einrichtungen für Wissenschaft und Kultur vor, während nach Süden hin ein zunehmender Anteil von Gewerbenutzungen das Gebiet charakterisiert. Wohnfunktionen sind Teil der Mischung, beschränken sich jedoch auf Sonderformen wie Boardinghaus, Hotel und Studentisches Wohnen im mittleren und nördlichen Abschnitt des Bandes. Mit Bau der Ernst-Faber-Brücke als südliche Haupteinfahrt des Areals (Fertigstellung 2017) und Festlegung als Stadtbaugebiet »ehem. Güterbahnhof« nach § 171b BauGB wurden bereits weitere Entwicklungsgrundlagen geschaffen.

Leitprojekt Coburgs Neuer Süden

Durch einen beschränkten Ideenwettbewerb 2008 wurden städtebauliche Konzepte für Coburgs Neuen Süden gewonnen. Im Norden des Ketschenangers sollte demnach ein Kongresszentrum mit Hotel, im Süden eine Multifunktionshalle zusammen mit einer Dreifachsporthalle entstehen. Diese Planung wurde in den folgenden Jahren weiterentwickelt. Mit dem Bebauungsplan Nr. 7/11 sind die Voraussetzungen zur Neuordnung geschaffen. Vorgesehen sind eine Stadthalle und ein Hotel im Norden des Festplatzes Ketschenanger, ein Parkplatz entlang der Bamberger Straße sowie ein Parkhaus und eine Schulporthalle im Süden des Angers.

Schlüsselflächen Innenentwicklung

Im ISEK 2008 wurden mehrere Schlüsselflächen zur Innenentwicklung benannt.

Das ehemalige »Sagasser-Gelände« zwischen Callenberger Straße und Itz wurde zwischenzeitlich mit Discounter, Drogeriemarkt, Biomarkt sowie Getränkemarkt



Abb. 4.211 Albertsplatz 2007

ausgebaut und erfüllt die Aufgabe als Nahversorgungszentrum.

Für das ehemalige »Brockhardt-/Milchhof-areal« zwischen Bahnlinie und Kanonenweg liegt der am 16.11.2016 beschlossene Vorhaben- und Erschließungsplan Nr. 28/9 vor. Für Dezember 2017 ist dort die Eröffnung eines Edeka-Marktes geplant und ab 2018 sollen die für Wohnen vorgesehenen Teilbereiche des Grundstücks erschlossen werden.

Das Grundstück am Kanonenweg wurde noch nicht aktiviert und bietet weiterhin entsprechendes Entwicklungspotential.

Als wichtiges Leitprojekt wurde im ISEK 2008 das Gebiet des Brauhofs definiert. Die gewerblichen Anlagen der Brauerei aus dem Jahre 1880 wurden beseitigt. Mit der Neubebauung in mehreren Baukörpern entstanden ca. 40 Eigentumswohnungen in Hanglage unmittelbar nördlich der Steinwegvorstadt.

Potentialfläche Postareal

Das Postareal ist aufgrund seiner zentralen Lage zwischen Hindenburgstraße und Lohgraben sowie seiner Größe ein bestimm-

mender Baustein in der Innenstadt. Insbesondere die Entwicklung der Steinwegvorstadt wird durch seine zukünftige Nutzung beeinflusst. Das ISEK 2008 hat für diesen Standort Handelsflächen vorgeschlagen. Auch wenn eine Handelsnutzung als eine weiterhin sinnvolle Option anzusehen ist, zeichnet sich nunmehr ein Konsens unter einem neuen Schwerpunktthema »Sonderformen des Wohnens« ab. Dieses sieht hier betreutes Wohnen im Alter mit ärztlicher Versorgung und Pflegeeinrichtungen vor. Damit könnte ein Profil ausgebildet werden, das die Entwicklung der Steinwegvorstadt unter dem Thema Wohnen sinnvoll ergänzt.

Potentialfläche Salzmarkt

Der Salzmarkt öffnet sich räumlich zum Schlossplatz. Sein offensichtliches Potential für Gastronomie, Aufenthalt konnte bisher nicht ausgeschöpft werden. Eine beschlossene Entwurfsplanung zur Oberflächenneugestaltung für diesen Platz ist aus finanziellen Gründen in der Priorität zur Umsetzung zurückgestellt. Aus planerischer Sicht bleibt eine Umgestaltung und Reduzierung der Stellplätze wünschenswert. Dies sollte jedoch nicht zur Begründung einer Schlossplatztiefgarage führen, um den touristisch interessanten Bereich um Ehrenburg und Landestheater verkehrlich nicht stärker zu belasten.

Abb. 4.212 Albertsplatz heute, nach der Umgestaltung



Agenda Innenstadt

Im Folgenden ist die Agenda Innenstadt aus dem ISEK 2008 aufgeführt. Der Umsetzungsstand der Maßnahmen ist in Abb. 4.2/3 dargestellt. Grundsätzlich haben die Empfehlungen weiterhin Gültigkeit.

Pflege und Ergänzung des Fuß- und Radwegenetzes [Grundlage: VEP]

Aufwertung und Ergänzung des Grünzuges entlang der Itz als Grünanlage, Spielfläche und alltägliche Rad- und Fußverbindung, gleichzeitig die Verknüpfung mit einem überregionalen Itzradweg, u.a. Verbesserung der Radwegequalität [1]

- zwischen der Fußgängerbrücke Floßanger und der Hohenlohebrücke/Bahnhofstraße [2]
- zwischen Alexandrinenbrücke und Brockardtsteg/Mühltdamm [3]
- im Bereich Frankenbrücke/Uferstraße und gesamte Uferstraße, Wassergasse bis zu den regionalen Anbindungen in Richtung Ketschendorf, in Richtung Ahorn und evtl. Itz begleitend in Richtung Süden [4]

Verbesserung der Anbindung Innenstadt als Schwerpunkt für kulturelle und soziale Einrichtungen sowie Handel

1. Verbesserung der Anbindung Bahnhof/ZOB-Innenstadt:

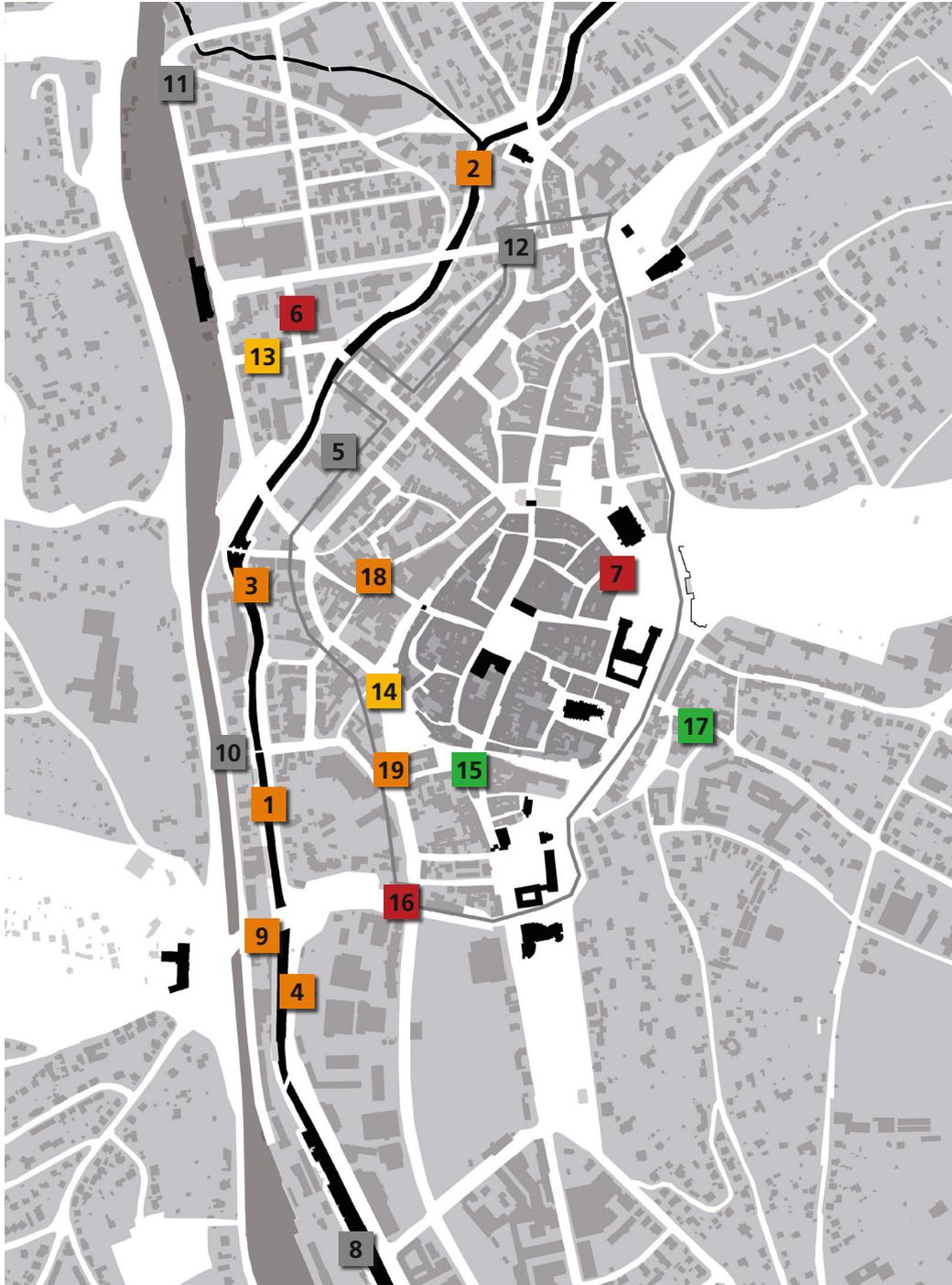
- neue Wegebeziehung zwischen Rückerschule/Kanalstraße und Berufsschule bis Mühlgasse durch eine neue Fußgängerbrücke [gleichzeitig bessere Vernetzung der Anna-B.-Eckstein-Anlage] [5]
- Umgestaltung der Kanalstraße [6]
- 2. Stärkung der Fußwegeverbindung von Hofgarten – Schloßplatz – Innenstadt und Verbesserung der Aufenthaltsqualität [7]
- 3. Aufwertung und Neuschaffung von Fuß- und Radverbindungen zwischen Innenstadt und westlichen Hanglagen [Weststadt] über Bundesstraße 4 und Itz, z.B.
- Querung des Güterbahnhofs im Bereich Kleine Rosenau/Verlängg. Karchestraße [8]
- Optimierungen im Bereich der Frankenbrücke [9]

- Querung von B 4 und Gleisen im Bereich Brockardt-Steg/Mühltdamm [10]
- Verbesserungen im Bereich Callenberger-Unterführung [11]

Gestaltung öffentlicher Raum

- verstärkte Berücksichtigung von Fußgängerbelangen z.B. an Ampelschaltungen, bei der Neuanlage von Straßen und Erschließungsanlagen [z.B. Untere Klinge, Hinterer Glockenberg am Friedhof,...]
- Umgestaltung östlicher Abschnitt Bahnhofstraße: u.a. Vervollständigen der Baumachse [12]
- Umgestaltung Mohrenstraße: u.a. Veränderung Straßenquerschnitt zugunsten der Fußgänger, Prüfung einer möglichen Verlagerung der Bushaltestelle [13]
- Umgestaltung Kreuzung Ernstplatz/Am Viktoriabrunnen [14]
- Umgestaltung Ketschenvorstadt [Verbindung Zinkenwehr – Albertsplatz, Säumarkt] entsprechend den ersten Anregungen innerhalb des städtebaulichen Ideenwettbewerbs Ketschenvorstadt [15]
- Umgestaltung der Raumfolge Schillerplatz – Schützenstraße – Berliner Platz im Rahmen der Aufwertung Coburger Süden [16]
- Umgestaltung Seidmannsdorfer Straße [17]
- Umgestaltung Webergasse, Judengasse [noch nicht umgestaltetes Teilstück], Kleine Judengasse [18]
- Umgestaltung Goethestraße; u.a. Reduzierung der Trennwirkung, Planung in Abhängigkeit zu einer möglichen Handelsentwicklung Albertsplatz/Zinkenwehr einschließlich Tiefgarage prüfen [Rückbau: 1-spurig, Mittelinseln] [19]

Abb. 4.2/3 Umsetzungsstand der Maßnahmen aus der Agenda Innenstadt 2008



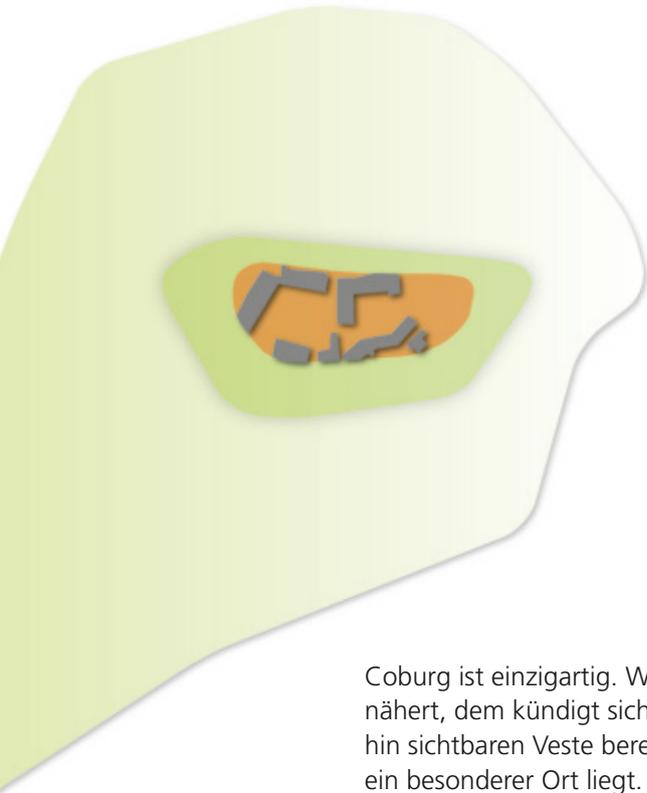
- noch offen
- in Vorbereitung
- in Planung
- fertig
- abweichend/nicht weiterverfolgt

5 Städtebauliche Analyse Innenstadt

5.1 Stadtgrundriss



Abb. 5.1/1 Grundriss der Innenstadt Coburg



oder zufällig, sondern wurde bewusst anhand der landschaftlichen und topographischen Vorteile gewählt. So war die Itz nutzbar als Handelsverbindung und schützte die Stadt nach Westen. In Kombination mit der erhöht gelegenen Burg konnten Feinde zudem schon von Weitem gesichtet werden. In diesem Schutz konnte sich eine selbstbewusste Stadt nach mittelalterlichem Idealtypus mit Markt, Straßenkreuz und umliegender Befestigungsanlage entwickeln. Die Lage an der Fernhandels- und Geleitstraße Nürnberg – Leipzig verhalf dazu, dass sich die Stadt rasch Richtung Norden und Süden weiter ausdehnte. Noch heute lassen sich vier Quartiere ausmachen, aus denen sich der mittelalterliche Stadtkern zusammensetzt:

Coburg ist einzigartig. Wer sich der Stadt nähert, dem kündigt sich anhand der weit hin sichtbaren Veste bereits an, dass hier ein besonderer Ort liegt. Die Bedeutung wird bereits am Begriff der Coburger Pforte deutlich – dem Übergang zwischen zwei Landschaftsräumen, der in seiner Ausprägung vergleichbar mit der Porta Westfalica ist. Gut eingebettet liegt die Stadt am Ufer der Itz, die hier zwischen zwei Berghängen hindurchfließt. Diese Lage ist nicht beliebig

- Altstadt
- Ketschenvorstadt
- Judenvorstadt
- Steinwegvorstadt

Mit der Entstehung des Quartiers um das Residenzschloss Ehrenburg (ab ca. 1540) und dem Bau der Mohrenstraße als Teil der Bahnhofsvorstadt (ab ca. 1860) wurden prägende städtebauliche Erweiterungen vorgenommen, die den Stadtgrundriss bereichert haben.

Abb. 5.1/2 Die Veste prägt als Wahrzeichen bis heute die Identität Coburgs und beschert der Stadt regional eine unvergleichliche Fernwirkung.



5.2 Baustruktur

Für eine differenzierte Weiterentwicklung der Innenstadtquartiere gibt eine Erhebung der Bau- und Parzellenstrukturen weiteren Aufschluss über die möglichen Handlungsansätze. Der baugeschichtliche Zusammenhang mit seinen unterschiedlichen räumlichen Qualitäten und Potentialen wird dabei lesbar (siehe Abb. 5.2/1).

Die bereits im ISEK 2008 beschriebenen wesentlichen Charaktermerkmale der Coburger Altstadt werden in der Grafik nochmals verdeutlicht: Besonders strukturprägend ist die kleinteilige Parzellenstruktur aus dem Mittelalter, welche in der Altstadt, der Ketschenvorstadt und der Steinwegvorstadt noch weitgehend erhalten und Grundlage des komplexen, abwechslungsreichen Stadtbildes ist. Dazu kommen die repräsentativen Gebäude, wie das Rathaus, St. Moriz, Schloss Ehrenburg oder das Landestheater, welche sich über den östlichen Bereich der Innenstadt verteilen und in ihrer architektonischen Ausprägung identitätsstiftend für die Stadt Coburg sind.

Die östlichen Hanglagen stellen hingegen einen angenehmen Kontrast zur dicht bebauten Innenstadt dar: Sie sind von lockerer Wohnbebauung durchzogen, haben aber ihre landschaftlichen Qualitäten dank des noch großen Baumbestands behalten.

In der westlichen Innenstadt fällt gegenüber der mittelalterlichen Parzellenstruktur ebenfalls ein Strukturwechsel auf. Hierhin wurde die Stadt erst ab dem 19. Jahrhundert im Zuge des Anschlusses an die Eisenbahn erweitert. Dementsprechend findet sich hier vorwiegend gründerzeitliche Blockrandbebauung. Hier befinden sich Baufelder mit großzügigen Innenhöfen, die in unmittelbarer Nähe zur Altstadt ein attraktives Wohnumfeld bieten.

Ein auffälliges Strukturmerkmal der westlichen Innenstadt sind mehrere Großimmobilien, die sich entlang der städtischen Hauptstraße vom Schillerplatz bis zur

Hindenburgstraße sowie auch in der Umgebung des Bahnhofs entwickelt haben. Einige sind durch eine Zusammenlegung mehrerer Parzellen entstanden und stehen teilweise in hartem Kontrast zu den traditionell üblichen Proportionen der Bebauung. Besonders deutlich wird dies im Nebeneinander aus gründerzeitlichen Stadthäusern und dem Kaufhof-Gebäude (siehe Abb. 5.6/1, S. 48). In der Kombination mit dem Postareal und dem Parkhaus Post befinden sich unmittelbar in der Steinwegvorstadt drei große bauliche Einheiten, durch die sich die räumliche Komplexität verringert. Mit dieser Strukturschwäche muss bei der weiteren Entwicklung umgegangen werden.

-  Stadtbildprägender Solitär
-  Verdichtete Bebauung unter Ausbildung klarer Raumkanten
-  Kleinteilige, historische Parzellenstruktur
-  Große bauliche Einheiten: Vergrößerung der Parzellenstruktur
-  Offene Blockrandbebauung, Innenhöfe mit/ohne Grünanteil
-  Lockere Bebauung mit hohem Grünanteil
-  Lockere Bebauung mit waldartiger Durchgrünung
-  Öffentliche Grünfläche

Abb. 5.2/1 Baustruktur



5.3 Struktur der öffentlichen Räume

In Abb. 5.3/1 werden die räumlich-strukturellen Zusammenhänge im historischen Stadtkern analysiert und veranschaulicht. Anhand der Grafik können die strukturellen Voraussetzungen für die einzelnen Stadtquartiere erläutert werden.

Die historische Altstadt offenbart sich als kompaktes System aus Straßen, Gassen, Plätzen und öffentlichen Gebäuden. Die eindeutige Mitte ist der Markt mit dem Rathaus und Stadthaus Coburg. Zentralität und repräsentativer Anspruch bilden sich hier räumlich ab.

Die Ketschenvorstadt ist mit dem Stadtkern eng vernetzt, was für deren positive Entwicklung in den letzten Jahren gute Grundbedingungen bot. Zudem verfügt die Ketschenvorstadt trotz ihrer geringen Größe mit dem Albertsplatz und dem Säumarkt über zwei Plätze, die jeweils eine Eingangssituation zur Altstadt bilden. Nicht zu unterschätzen ist in diesem Zusammenhang auch die Lage der noch erhaltenen Stadttore: Da das innere Ketschentor nicht mehr vorhanden ist, verschiebt sich die Wahrnehmung der Raumabschlüsse. Die Innenstadt erstreckt sich daher heute gefühlt bis zum äußeren Ketschentor.

Die Übergänge zu den anderen beiden Vorstädten sind hingegen noch in ihrem ursprünglichen Zustand erhalten. Das Juden- und das Spitaltor signalisieren, dass dahinter ein Raum mit anderen Aufgaben beginnt. Tatsächlich ist der Charakter der Judenvorstadt und der Steinwegvorstadt durch ihre historische Funktion als Handwerkerviertel anders geprägt. Sie sind, entsprechend ihrer im Stadtgefüge untergeordneten Bedeutung, teilweise tiefer gelegen und räumlich weniger komplex aufgebaut als die Altstadt. Wichtigstes strukturprägendes Element ist hier der Steinweg als Teil der früheren Fernhandelsstraße, die in Nord-Süd-Richtung durch die Stadt verläuft. Ein System verschiedenartiger Platzräume, wie sie in der Altstadt und Ketschenvorstadt etwa alle

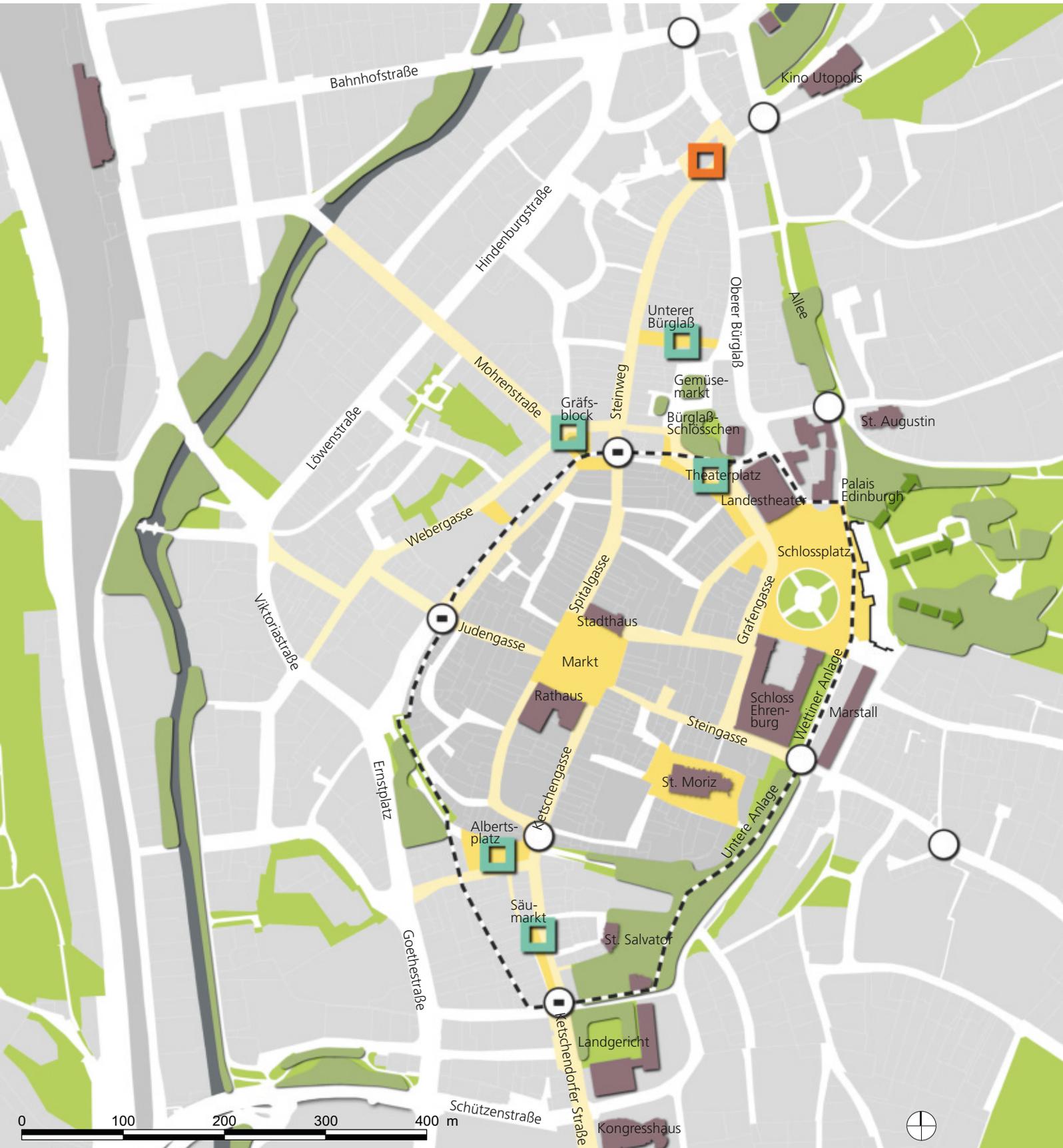
100 – 300m Luftlinie aufeinander folgen, setzt sich jedoch in der Judenvorstadt und Steinwegvorstadt nicht in vergleichbarer Weise fort. Auch die Dichte an markanten, öffentlichkeitswirksamen Gebäuden ist hier geringer.

Strukturell ist das Kino Utopolis erwähnenswert, da es im Stadtgrundriss eine Art »Schlussstein« am nördlichen Ende der Steinwegvorstadt bildet.

Zuletzt soll die Mohrenstraße als eine Besonderheit in der Stadtstruktur betrachtet werden. Diese wurde während der Entstehung der Bahnhofsvorstadt angelegt und stellt die Verbindung zwischen Innenstadt und Bahnhof her. Die Gestaltung als Straßenachse ist ein Kontrast zur kleinräumigen, mittelalterlich geprägten Innenstadt. Die Straße lebt heute vor allem von Pendlern und Reisenden, die sich zu Fuß, mit dem Rad oder Bus zwischen Stadt und Bahnhof bewegen. Wie sich der Bereich in den nächsten Jahren entwickeln kann, ist ungewiss, da durch den geplanten Neubau bzw. die Sanierung der Mohrenbrücke diese Verbindung voraussichtlich 2020/21 nur eingeschränkt nutzbar sein wird.

-  Erhaltenes Stadttor
-  Nicht erhaltenes Stadttor
-  Gefühlte Innenstadt
-  Stadtbildprägender Solitär
-  Prägende Raumkante
-  Tragende Grundstruktur
-  Wichtiger Stadt-/Platzraum
-  Grünfläche
-  Raumwirksamer Baumbestand
-  Landschaftliche Aufweitung
-  Itz
-  Empfangsraum
-  Empfangsraum fehlend

Abb. 5.3/1 Struktur der öffentlichen Räume



5.4 Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer

Die Bestandsaufnahme des Fuß- und Radwegenetzes ist in Abb. 5.4/1 dargestellt. Unter dem Aspekt der Erreichbarkeit müssen zwei verschiedene Perspektiven berücksichtigt werden:

Die Anbindung der umliegenden Quartiere an die Innenstadt

Der Zugang zu öffentlichen und kulturellen Einrichtungen, den Handels- und Dienstleistungsbetrieben, den Märkten und der Gastronomie ist ein entscheidender Standortfaktor. Diese Funktionen konzentrieren sich in Coburg an der in Nord-Süd-Richtung verlaufenden Handelsstraße, welche seit dem Mittelalter vom Ketschentor über den Markt bis zum nicht mehr erhaltenen Hahntor direkt durch die Stadt führt.

Die Anbindung innerstädtischer Wohnlagen an Naherholungsräume

Zur Sicherung und Stärkung des Wohnens in der Stadt ist die Erreichbarkeit von z.B. Parks, Promenaden und der umliegenden Landschaft eine wichtige Voraussetzung, um heutigen Wohnansprüchen zu genügen. Hier ist der östliche Innenstadtbereich besonders privilegiert: Mit dem Hofgarten und dem Grüngürtel entlang der östlichen Befestigungsanlagen, welcher von der Unteren Anlage über den Schlossplatz bis hin zur Rosenauer Straße reicht, liegen dort Räume mit hohem Erholungswert in unmittelbarer Nähe. Die wichtigsten Funktionen sind in Coburg daher mit zwei primären Raumsystemen verknüpft, die sich in ihrer Raumabfolge gleichen, aber in ihrer Atmosphäre kontrastieren:

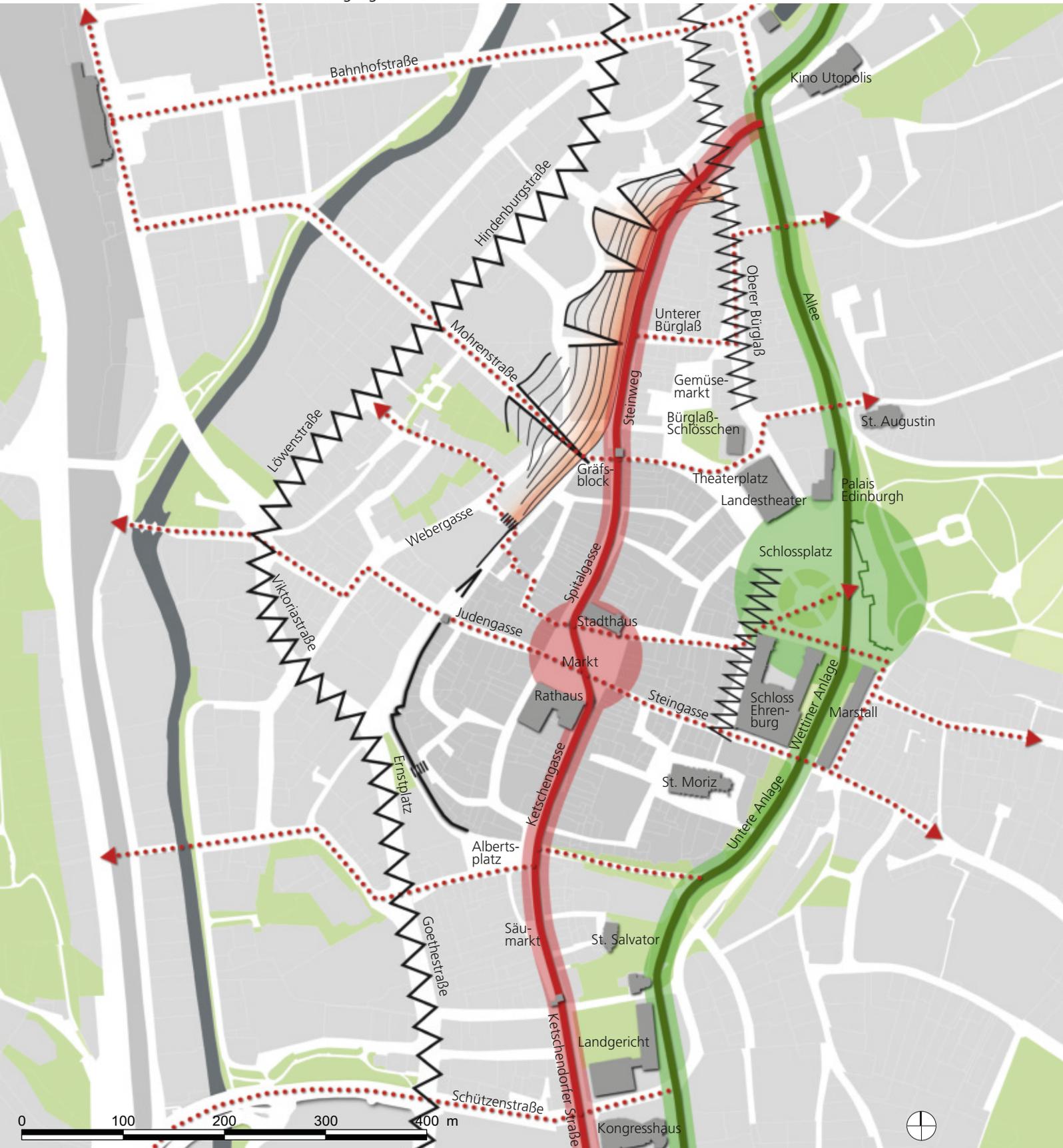
- Ketschengasse – Markt – Spitalgasse – Steinweg
Baulich gefasste, enge Räume, Kleinteiligkeit, Handel, lebhaftere Atmosphäre
- Untere Anlage – Wettiner Anlage – Schlossplatz – Allee
Raumbildender Baumbestand, landschaftliche Aufweitung, ruhige Atmosphäre

Der Zusammenhang, die Funktion und der Charakter dieser Verbindungen sind zu erhalten und weiter zu stärken. Für deren Erreichbarkeit ist die Vernetzung untereinander und mit der Umgebung entscheidend. Die Beurteilung des bestehenden Wegenetzes wird im Folgenden für die vier Innenstadtquartiere dargestellt, um deren Anbindung vergleichen zu können. Bei der Beurteilung der Qualität sind Kriterien ausschlaggebend wie

- Dichte, Struktur und Vollständigkeit des Wegenetzes,
- Breite der Wege,
- Überquerbarkeit von Verkehrsstraßen,
- Sicherheit,
- Begeh- und Befahrbarkeit,
- Barrierefreiheit,
- Atmosphäre.

-  Hauptachse entlang der historischen Fernhandelsstraße
-  Hauptweg entlang des östlichen Grüngürtels
-  Wichtige Querverbindung
-  Topographie
-  Steigung
-  Treppe
-  Höhenversprung entlang historischer Stadtmauer
-  Straße als Barriere

Abb. 5.4/1 Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer



Altstadt mit Schlossquartier

Der historische Stadtkern verfügt über Verbindungen in alle Himmelsrichtungen und entspricht damit dem Idealtypus der mittelalterlichen Stadt. Gleich sechs Gassen zweigen vom Markt ab und machen ihn damit zum zentralen Anlaufpunkt der Handelsachse. Der motorisierte Verkehr spielt hier mittlerweile wieder eine untergeordnete Rolle. In der Steingasse, der Rosengasse und in der Ketschengasse (Abschnitt zwischen Albertsplatz und Markt) sind jedoch noch Trennprofile mit Hochborden vorhanden, wodurch hier keine Barrierefreiheit gegeben ist. Die Gehwege sind zudem zu schmal, um nebeneinander laufen zu können.



Abb. 5.4/2 Altstadt: Ketschengasse zwischen Albertsplatz und Markt. Hier ist noch ein Trennprofil mit Hochborden vorhanden.



Abb. 5.4/3 Altstadt: Grafengasse/Rückertstraße. Die räumliche Verbindung zwischen Herrngasse und Schlossplatz wird durch die Verkehrsbelastung gestört.

In der Altstadt besteht ein Defizit im Fuß- und Radwegenetz an der Rückertstraße bzw. Grafengasse, da dieser Straßenraum von Pkw und Bussen stark befahren wird. Die Querung ist nur über eine Ampel in Höhe der Herrngasse möglich, wodurch Wartezeiten entstehen. Der einzigartige Raumzusammenhang aus Markt, Schlossplatz und Hofgarten wird hier funktional und atmosphärisch unterbrochen. Ansonsten ist der Zusammenhang des Wegenetzes in der Altstadt sehr gut. Der Großteil des öffentlichen Raums ist heute wieder mit Steinpflaster versehen, das weitestgehend gut bege- und befahrbar ist.

Ketschenvorstadt

Besonders gut spürbar ist die qualitative Aufwertung für Fußgänger und Radfahrer am Albertsplatz und dem Säumarkt. Der öffentliche Raum ist hier durch die erhebliche Reduzierung des Parkens und die Verwendung niedriger Bordsteine nun ungehindert und flexibel nutzbar. Ein Zugewinn ist außerdem der neue Weg durch die Innenhöfe zwischen Casimirstraße und Kuhgasse, welcher allein Fußgängern vorbehalten ist. Anders sieht es in den Bereichen südlich und westlich der Ketschenvorstadt aus: Dort befinden sich stark durch den motorisierten Verkehr geprägte Straßenräume mit mehreren Fahr- und Abbiegespuren, die als Barriere für Fußgänger wirken. Dies betrifft im direkten Umfeld die Ketschendorfer Straße, die Schützenstraße, die Goethestraße und den Ernstplatz. Radfahren ist dort teilweise auf dem Gehweg zugelassen. Das Radverkehrskonzept im Verkehrsentwicklungsplan 2005 sieht in diesem Bereich eine Ergänzung von Schutz- bzw. Radfahrstreifen vor, die bisher noch aussteht.

Judenvorstadt

Südlich wird die Judenvorstadt durch die Viktoriastraße und westlich durch die Löwenstraße begrenzt, die beide vorwiegend auf den motorisierten Verkehr ausgerichtet sind. Aus städtebaulicher Sicht ist hier eine Aufwertung der Quermöglichkeiten und eine Verbesserung der Verkehrsführung für Radfahrer erforderlich. Die empfohlenen Schutzstreifen für den Radverkehr (siehe VEP 2005) sind bisher noch nicht umgesetzt. Das kleinteilige Wegenetz innerhalb des Quartiers ist historisch bedingt optimal auf Fußgänger ausgerichtet. Günstig wirkt sich auch die heutige verkehrsberuhigte Gestaltung der Mühlgasse, der Walkmühlgasse und der Anna-B.-Eckstein-Anlage aus. Die übergeordneten Quartiersstraßen Webergasse und Judengasse sind hingegen mit Trennprofilen versehen. Die Bürgersteige haben Hochborde, sind zu schmal und uneben. Radfahrer können von Westen her nicht in die Judengasse einfahren, da in deren unterem Abschnitt nur eine Fahrtrichtung zulässig ist. Dies stellt ein Defizit dar, da dies die kürzeste Verbindung zwischen Bahnhof und Stadtmitte ist.

Steinwegvorstadt mit Mohrenstraße

Im Gegensatz zu den verwinkelten, hierarchisch fast gleichwertigen Gassen der Judenvorstadt ist das System in der Steinwegvorstadt klar auf den Steinweg als zentrale Achse ausgelegt. Schenkergasse, Brunnengasse, Badergasse, Georgengasse, Unterer Bürglaß – all dies sind Querverbindungen. Sie schließen östlich an den Oberen Bürglaß bzw. westlich an den Lohgraben an, welche wiederum Parallelstrukturen zum Steinweg bilden. Diese Hierarchie des Wegesystems erleichtert die Orientierung.

Der Steinweg und der Untere Bürglaß wurden in den 1990er Jahren in gelungener Weise als Fußgängerzone umgestaltet. Deren erneute, auch eingeschränkte Freigabe für den motorisierten Verkehr ist nicht empfehlenswert, da dieser über den Oberen Bürglaß abgewickelt werden müsste, dessen Entwicklung ohnehin aufgrund der vorhandenen Verkehrsbelastung gehemmt ist.

Der Obere Bürglaß wirkt zudem aufgrund des Verkehrs als Barriere für Fußgänger und Radfahrer, die sich von den östlich

Abb. 5.4/4 Judenvorstadt: Löwenstraße



gelegenen Wohngebieten aus in die Steinwegvorstadt bewegen. Die Entwicklungsperspektiven der Steinwegvorstadt sind daher auch von einer Entlastung und Aufwertung des Oberen Bürglaßes abhängig.

Von Westen her ist für das Quartier die Einbindung der Seifahrtshofstraße von Bedeutung, welche bisher jedoch nur durch eine schlecht belichtete Passage gegenüber der Schenk-gasse zu erreichen ist. Der Weg über die Hindenburgstraße in die Steinwegvorstadt ist bisher insgesamt unattraktiv, da die Straße aufgrund der verkehrsorientierten Gestaltung kaum Aufenthaltsqualität für Fußgänger bietet, und eine sichere Verkehrsführung für Radfahrer fehlt. Am komfortabelsten ist der Zugang über die Badergasse, da die Brunngasse und die Schenk-gasse aufgrund ihrer Enge nur wenig Sonnenlicht erhalten und das Gelände dort zum Steinweg ansteigt. Diese Bereiche sind als Zugang daher leicht benachteiligt.

In der Mohrenstraße sind die Bedingungen für Fußgänger im Abschnitt östlich der Hindenburgstraße bereits ausreichend. Westlich davon, im Abschnitt bis Lossaustraße, sind die Bürgersteige jedoch zu schmal und die Aufenthaltsqualität u.a. aufgrund fehlender Begrünung gering. Für Radfahrer existieren bisher im Kreuzungsbereich mit der Hindenburgstraße Aufstellflächen. Durchgängige Schutz- oder Radfahrstreifen sind bisher nicht vorhanden. Aufgrund der starken Frequentierung der Mohrenstraße durch den Busverkehr ist hier eine Erhöhung der Sicherheit für Radfahrer erforderlich.



Abb. 5.4/5 Oberer Bürglaß



Abb. 5.4/6 Durchgang zwischen Hindenburgstraße und Seifahrtshofstraße

5.5 Erreichbarkeit mit Pkw und öffentlichen Verkehrsmitteln

Pkw

Der Stadtgrundriss zeigt hinsichtlich der Erschließung der Innenstadt eine klare Hierarchie (s. Abb. 5.5/3): Die Bundesstraße B 4 und die Bahn verlaufen gebündelt im Westen und garantieren heute die Fernanbindung der Stadt. Als Hauptverkehrsstraße mit örtlicher Verbindungsfunktion dient der Straßenzug mit Goethestraße, Viktoriastraße, Löwenstraße und Hindenburgstraße, der westlich der Innenstadt verläuft. Dieser Logik entsprechend befinden sich entlang dieser Verbindung die drei Parkhäuser Zinkenwehr, Mauer und Post, sowie die neu gebaute Quartierstiefgarage Ketschenvorstadt und der Großparkplatz Anger. Setzt man den üblichen Einzugsbereich von 300 m bzw. 5 Gehminuten an, so sind alle Handelslagen der Innenstadt durch diese Stellplatzanlagen abgedeckt.

Die Parkraumerhebung, welche im Rahmen der Teilfortschreibung des Verkehrsentwicklungsplans im November 2015 durchgeführt wurde, liefert Erkenntnisse zur Verfügbarkeit und Nutzung von Stellplätzen. Die Erhebung wurde an einem Freitag und an einem Samstag durchgeführt. Häufig überlastet waren demnach die über

die Innenstadt verteilten Oberflächenstellplätze im öffentlichen Straßenraum der Innenstadt. Aus einer begleitend durchgeführten Umfrage geht hervor, dass ein großer Anteil der Stellplatznutzer täglich einen Parkplatz im Straßenraum sucht und sein Fahrzeug dort für eine kurze Dauer abstellt. Hierdurch entsteht erheblicher Parksuchverkehr, der insbesondere auf den weniger für Verkehr geeigneten Straßen (wie z.B. Oberer Bürglaß) eine Belastung darstellt. Bei den Parkhäusern und dem Parkplatz Anger lag die Auslastung jeweils fast ganztägig bei weniger als 60 Prozent. Es ist anzunehmen, dass die gerade erst fertiggestellte Quartierstiefgarage in der Ketschenvorstadt, welche zum Zeitpunkt der Erhebung noch nicht eröffnet war, die Auslastung der Parkhäuser weiter verringert.

Aus städtebaulicher Sicht ist zur Erhöhung der Attraktivität für Besucher und Bürger eine verkehrliche Entlastung der Innenstadt unerlässlich. Eine Erweiterung der Anwohnerstellplätze ist demnach unter der Bedingung vertretbar, dass keine kritischen Zusatzbelastungen durch den motorisierten Verkehr entstehen.

Abb. 5.5/1 Die neue Quartierstiefgarage in der Ketschenvorstadt



Bus

Die Dichte an Bushaltestellen ist in der Innenstadt hoch. Auch hier ist mit einem 300 m-Einzugsradius die gesamte Innenstadt abgedeckt. Seit 2008 sind mit dem Neubau des ZOBs am Bahnhof und des Busterminals für Stadtbusse am Theaterplatz die beiden Ankerpunkte des regionalen und Coburger Busverkehrs neu konzipiert worden. Hiermit wurden in der Innenstadt zwei wichtige Anknüpfungsorte neu geschaffen. Mit der Anordnung und Neugestaltung einer Haltestelle in der südlichen Innenstadt am Albertsplatz wurde neben dem Theaterplatz ein weiterer zentrumsnaher Anknüpfungspunkt geschaffen. Die an diesen beiden Plätzen geschehenen Folgeentwicklungen, vor allem in der Gastronomie, machen die Anfahrt mit dem Bus zusätzlich attraktiv. Potential für einen attraktiven Anknüpfungspunkt per Bus in der nördlichen Innenstadt bietet sich am nördlichen Ende des Steinwegs im Zusammenhang mit einer Neugestaltung des Straßenraums zwischen Steinweg und Hahnmühle.

Die starke Frequentierung der Innenstadt durch Busse und Pkw ist dennoch auch eine Belastung der engen Straßenräume. Besonders die vom Busverkehr

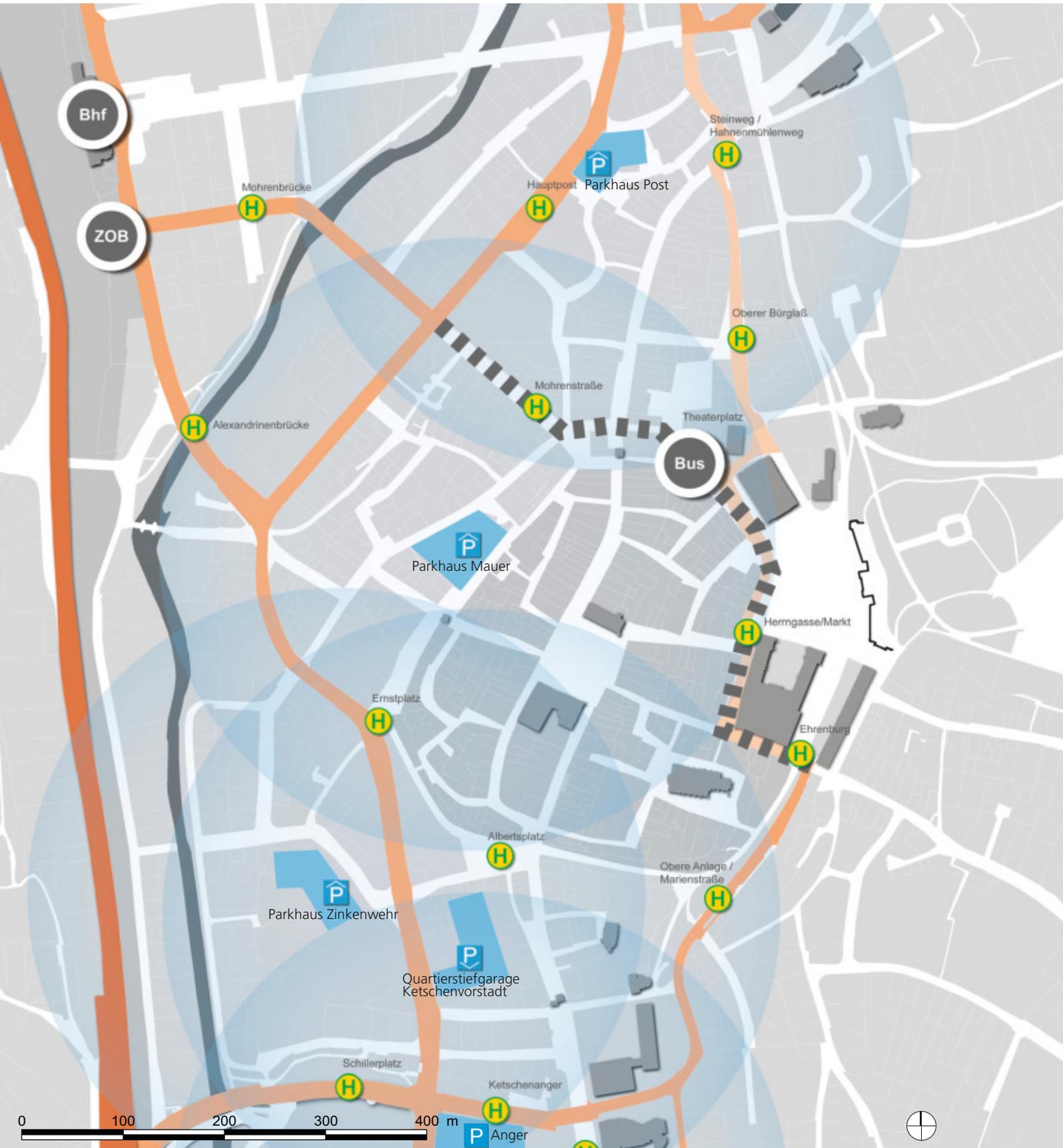
genutzten Straßen bzw. Gassen Oberer Bürglaß, Georgengasse, Grafengasse und Rückertstraße sind aufgrund des Straßenquerschnitts und der Kurvenradien nur eingeschränkt leistungsfähig. Eine zusätzliche Beanspruchung durch Pkw ist in den Straßenräumen östlich entlang der Innenstadt daher zu vermeiden.

Abb. 5.5/2 Der neu gestaltete Theaterplatz als Rendezvous-Punkt der Stadtbuslinien



- B 4 – Hauptverkehrsstraße mit überörtlicher Verbindungsfunktion
- Hauptverkehrsstraßen mit örtlicher Verbindungsfunktion
- Hauptsammelstraßen innerhalb der historischen Innenstadt: Eingeschränkte Leistungsfähigkeit
- Busroute innerhalb der historischen Innenstadt
- Bhf Bahnhof
- ZOB Zentraler Omnibusbahnhof
- Bus Rendezvous - Platz
- H Bushaltestelle
- P Parkhaus
- P Tiefgarage
- P Großflächiger Parkplatz
- Einzugsradius 300 m / 5 Gehminuten

Abb. 5.5/3 Erreichbarkeit Pkw und Bus



5.6 Gestaltungsqualität

Fassaden

Das Stadtbild Coburgs lebt abgesehen von der gut erhaltenen mittelalterlichen Struktur auch von den vielen historischen Gebäuden. Nicht ohne Grund steht ein großer Anteil der innerstädtischen Bebauung unter Denkmalschutz. Die Kleinteiligkeit und architektonische Durchgestaltung, die man nur als Fußgänger voll und ganz wahrnehmen kann, ist eine Art offenes Geheimnis für die Aufenthaltsqualität dieser Stadt. Coburg ist zum Glück von den Zerstörungen des Zweiten Weltkriegs, aber auch von den idealistischen Eingriffen der Moderne – zumindest in Bezug auf Gebäude – weitgehend verschont geblieben. Größere Überformungen dieser Art sind nur im Bahnhofsumfeld und im Bereich der Mohrenstraße und der Hindenburgstraße zu verzeichnen.

Besonders prägend ist hier das Kaufhofgebäude, welches sich hinsichtlich seiner Dimensionierung und der groben, in den Obergeschossen fast fensterlosen Fassadengestaltung unzureichend in das bauliche Umfeld integriert.

Das Gebäude bildet zur Badergasse eine Rückseite, was sich durch die fehlenden Öffnungen im Erdgeschoss und große Lieferzufahrten artikuliert. Eine ansprechendere Gestaltung zum öffentlichen Raum wäre zu dieser Seite städtebaulich wünschenswert. In den Vorbereitenden Untersuchungen zur Steinwegvorstadt wird bereits eine entsprechende Maßnahme empfohlen.

Im direkten Kontrast zum Kaufhof-Gebäude steht die gründerzeitliche Bebauung der Mohrenstraße. Die Häuser aus dem 19. Jahrhundert wenden sich mit ihren zahlreichen Öffnungen, Erkern, Gauben und Zwerchhäusern dem Straßenraum zu und sind durch Materialwechsel und plastische Durchgestaltung differenziert.

Einige der Ladenlokale sind allerdings in der Nachkriegszeit bis in die 1970er-Jahre umgebaut und mit durchlaufenden



Abb. 5.6/1 Harter Kontrast in der Fassadengestaltung: Das Kaufhofgebäude (links) und gründerzeitliche Bebauung in der Mohrenstraße

Abb. 5.6/2 Rückseite des Kaufhof-Gebäudes zur Badergasse



Schaufenstern versehen worden, wodurch das Fassadenbild in den Sockelzonen und Erdgeschossen überformt wurde. Wo noch nicht geschehen, ist die Wiederherstellung eines abgestimmten Fassadenbildes dringend erforderlich.

Wiederherstellungen historischer Fassaden wurden und werden immer noch besonders im Rahmen der Sanierung der Ketschenvorstadt vorgenommen. Die Qualität von Gebäudesanierungen ist in der gesamten Innenstadt nach augenscheinlicher Einschätzung äußerst hoch.

Nachholbedarf besteht diesbezüglich vor allem am Lohgraben in der Steingewegvorstadt. Infolge der Verrohrung des Hahnflusses in den 1960er-Jahren sind die Funktionalität und das Fassadenbild der historischen Gerberhäuser beeinträchtigt. Zudem sind einige der Fassaden durch Verkleidungen verfremdet worden. Hier besteht Potential, das ursprüngliche Erscheinungsbild durch Sanierungsmaßnahmen wiederherzustellen.



Abb. 5.6/3 Überformte gründerzeitliche Fassade in der Mohrenstraße

Abb. 5.6/4 Störungen des ursprünglichen Fassadenbildes infolge der Auffüllung des Lohgrabens



Straßenprofile und Oberflächen

Die Gestaltung der Gassen, Straßen und Plätze wurde in den letzten Jahrzehnten gezielt angegangen und entwickelt. Noch in der Stadtbildbeschreibung von 1983 ist dokumentiert, dass zu jener Zeit der überwiegende Teil der öffentlichen Räume nach dem Vorbild der autogerechten Stadt asphaltiert war. Die pauschale Überformung historischer Oberflächengestaltungen und Straßenprofile wurde damals bereits kritisiert. Seitdem wird mit hohem finanziellem und gestalterischem Aufwand versucht, den dadurch entstandenen Identitätsverlust des Stadtbilds zu beheben und dessen Charakter wiederherzustellen. In den letzten Jahren ist der Asphalt aus vielen wichtigen Straßen- und Platzräumen bereits entfernt worden. Mit Erfolg wird versucht, die Gestaltung öffentlicher Räume wieder auf die historischen Querschnitte und die Bausubstanz abzustimmen – das Aufleben der Ketschenvorstadt bestätigt, dass dieser Weg sinnvoll ist. Umgestaltet wurden u.a.:

- Albertsplatz, Zinkenwehr, Kuhgasse, Ketschengasse (Ketschentor bis Albertsplatz, bis 2012)
- Spitalgasse, Herrngasse, Judengasse (Judentor bis Markt, Ende 1980er-Jahre)
- Theaterplatz (bis 2009)
- Steinweg, Unterer Bürglaß (ab 1994)

Die dafür betriebenen gestalterischen und finanziellen Aufwendungen zeigen, wie sehr der Erhalt des geschichtlich geprägten Stadtbilds an Wert zurückgewonnen hat. Nachholbedarf besteht u.a. in folgenden öffentlichen Räumen:

- Ketschengasse (Albertsplatz bis Markt)
- Rosengasse
- Steingasse mit Vorplatz Stadtarchiv
- Am Viktoriabrunnen
- Judengasse (Judentor bis Webergasse)
- Kleine Judengasse
- Webergasse
- Gemüsemarkt
- Ernstplatz



Abb. 5.6/5 Rosengasse



Abb. 5.6/6 Kreuzung Judengasse/Am Viktoriabrunnen



Abb. 5.6/7 Judengasse

Ausstattung/Stadtmobiliar

Besonders positiv wirkt sich die, gegenüber den historischen Fassaden, zurückhaltende Gestaltung des Stadtmobiliars wie Bänke, Pflanzkübel, Abfalleimer usw. aus.

Charakteristisch sind die vielen Brunnen, die sich verteilt in der Innenstadt befinden und vor kurzem um das Wasserspiel am Albertsplatz ergänzt wurden. Dieses Gestaltungselement hat die Ketschenvorstadt enorm bereichert, da es eine hohe Erlebnisqualität – vor allem für Kinder – bietet und die einladende Atmosphäre des Platzes fördert.

Begrünung

Innerhalb der verdichteten mittelalterlichen Baustrukturen ist nur wenig Grün vorhanden, während der umlaufende Befestigungsring heute anhand des Baumbestands ablesbar ist. Dies sorgt für ein einprägsames und authentisches Gesamtbild der Innenstadt. Deutlich zu wenig Begrünung ist an der städtischen Hauptschließung von der Goethestraße bis zur Hindenburgstraße vorhanden. Von Seiten

der Stadt wird eine bessere Vernetzung des Grüns und eine Erhöhung des Grünanteils angestrebt.

Beleuchtung

Potentiale liegen in einer besseren Abstimmung der Straßenleuchten. In Coburg lassen sich viele unterschiedliche Modelle finden, deren Verwendung jedoch nicht immer konsequent auf einen spezifischen Stadtraum oder ein Quartier beschränkt ist. Beispiele für verschiedene Orte mit demselben Leuchtenmodell sind:

- Ketschenvorstadt – Theaterplatz, Marktplatz
- Mauer – Webergasse, Walkmühlgasse
- Mohrenstraße – Steinweg – Metzgergasse
- Lohgraben – Rosengasse

Für einige Plätze (Albertsplatz, Markt, Theaterplatz) existieren bereits Lichtkonzepte, um die Aufenthaltsqualität auch bei Dunkelheit zu erhöhen. Es bietet sich das Potential, hieraus ein Gesamtkonzept für die Beleuchtung der öffentlichen Räume zu entwickeln.

Abb. 5.6/8 Schlossplatz





Abb. 5.6/9 Wegweiser vor dem Parkhaus Post (Schenkergasse)



Abb. 5.6/10 Beschilderung am Gemüsemarkt



Abb. 5.6/11 Werbung und Warenauslagen in der Mohrenstraße

Beschilderung

Die Wege zu den Geschäftsstraßen sind größtenteils selbsterklärend, weshalb kein allgemeiner Bedarf erkannt werden kann, die vorhandene Ausschilderung zu ergänzen. Dort, wo die Zugänge eher unauffällig sind (v.a. Gassen westlich des Steinwegs), befinden sich im Rahmen eines Fußgängerleitsystems bereits an mehreren Stellen Wegweiser zur Fußgängerzone bzw. Innenstadt.

Störend wirkt z.T. die Beschilderung von Parkplätzen. Die Nutzungsbedingungen der Stellplätze werden an vielen Stellen additiv auf bis zu sechs Schildertafeln erklärt. Dies sorgt nicht nur für Verwirrung, sondern beeinträchtigt auch das Stadtbild – besonders wenn Schilder direkt vor historischen Fassaden aufgestellt sind. Anschaulich wird dies am Beispiel des Gemüsemarkts: Rund um den kleinen Platz stehen vier Parkplatzschilder mit je sechs Schildertafeln.

Werbeanlagen

Zur Regulierung von Qualität und Quantität der Werbemaßnahmen des Handels hat die Stadt Coburg bereits eine Innenstadtwerbeanlagensatzung erlassen. Werbeanlagen sind in deren Geltungsbereichen weitgehend zurückhaltend gestaltet und daher gut in das Fassaden- und Straßensbild integriert. Lediglich in Einzelfällen (v.a. im Steinweg, der Spitalgasse und in der Mohrenstraße) fällt zuweilen aufdringlich wirkende Werbung und eine intensive Nutzung des öffentlichen Raums für Warenauslagen auf. Für Marktplatz, Theaterplatz und Ketschenvorstadt existieren bereits Gestaltungsrichtlinien, in denen Qualität und Quantität von Sondernutzungen im öffentlichen Raum (Außengastronomie, Warenpräsentation) vorgegeben sind.

5.7 Nutzungen

Funktionale Gliederung

Die Innenstadt Coburg verfügt über eine klare funktionale Gliederung, die sich über die Jahrhunderte als Konstante erwiesen hat. Deren wesentliche Elemente sind der zentral gelegene Markt, die in Nord-Süd-Richtung verlaufende historische Handelsachse, die Bündelung aller wichtigen öffentlichen Einrichtungen in der höher gelegenen Altstadt und die drei Vorstädte mit ihrer Mischung aus Wohnen, Handwerk und Dienstleistungen. Dieses Gefüge hat sich bewährt, weil es zeitlos ist. Es erfüllt die Bedürfnisse der Stadtbürger nach z.B. sozialer Nähe, Repräsentanz, Versorgung und Sicherheit.

Traditionelle Mischung

In Abb. 5.7/3 (S. 55) sind die Aussagen des Flächennutzungsplans vereinfacht dargestellt, der die funktionale Gliederung weiterhin sichert. Die Flächen der Innenstadt sind im Wesentlichen als Gemischte Baufläche oder Fläche für den Gemeinbedarf vorgesehen. Eine Ausnahme sind Teilbereiche in der Ketschenvorstadt und der Judenvorstadt, die ausschließlich für Wohnen bestimmt sind.

Eine Festschreibung von Flächen ausschließlich für Wohnen ist innerhalb der historischen Innenstadt kritisch zu sehen, da die Entstehung vielfältiger Nutzungsmischungen hierdurch unterbunden wird. Die traditionelle Kombination aus Gewerbe und Wohnen innerhalb eines Grundstücks, wie sie im Großteil der Innenstadt Coburgs bis heute zu finden ist, prägt hingegen deren vielfältigen Charakter.

Abb. 5.7/1 Rathaus Coburg – Repräsentationsanspruch der Stadt



Resilienz dank vieler Akteure

Ein großer Vorteil liegt darin, dass Entwicklungen in den kleinteiligen Stadtquartieren Coburgs besonders souverän ablaufen können: Die große Anzahl an Akteuren, wie Händler, Gastronomen, Dienstleister, Eigentümer, Bewohner, Vereine und Initiativen erfordert immer eine direkte oder indirekte Verständigung über gemeinsame Ziele. Zwar schreiten Entwicklungsprozesse dadurch mitunter nur schrittweise voran, doch schützt sich die Stadt auf diese Weise auch vor gravierenden Fehlentwicklungen. Durch die Aufteilung von Risiken auf zahlreiche Eigentümer können Veränderungen zudem schneller und leichter bewältigt werden. Hierin liegt die große Widerstandsfähigkeit, welche die Stadt Coburg seit Jahrhunderten so erfolgreich macht. Die Gefahr besteht, dass diese nachhaltigen Nutzungsarten und Stadtstrukturen durch größere städtebauliche Eingriffe aufgelöst werden.

Abb. 5.712 Kleinteilige Strukturen, viele Akteure: Ein widerstandsfähiges und erhaltenswertes Prinzip



- | Zentraler Versorgungsbereich
- Wohnbaufläche
- Gewerbliche Baufläche
- Gemischte Baufläche
- Fläche für Gemeinbedarf
- Fläche für Versorgungsanlagen
- Grünflächen
- Grünflächen mit Zweckbestimmung

Zweckbestimmungen

- ◻ Soziale Einrichtung
- ▼ Kulturelle Einrichtung
- + Kirche
- ☺ Kinderkrippe
- ☺ Kindergarten
- ▲ Schule
- Verwaltung
- ☕ Spielplatz
- ++ Friedhof
- Parkanlage
- ◻ Sporthalle
- ☺☺☺ Grünfläche mit besonderen Anforderungen der Gartendenkmalpflege
- P Parkhaus
- P Tiefgarage

Abb. 5.7/3 Nutzungen (vereinfachte Darstellung auf Grundlage des FNP Coburg)



6 Marktanalyse

6.1 Kaufkraft

Das Kaufkraftniveau einer Region hängt vom Einkommen der Bevölkerung ab, das wiederum Folge der Wirtschaftskraft dieser Region ist. Wie die nebenstehende Abbildung verdeutlicht, weist Coburg eine 4,6 Prozentpunkte über dem Bundesdurchschnitt liegende einzelhandelsrelevante Kaufkraft auf. Auch wenn die Kaufkraft im gesamtbayrischen Vergleich leicht unterdurchschnittlich ist, fällt sie im direkten Vergleich zu den umliegenden bayrischen Konkurrenzorten Würzburg, Schweinfurt und Bamberg deutlich höher aus. Auch der thüringische Konkurrenzort Suhl weist eine rd. 10 Prozentpunkte geringere Kaufkraft auf. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft des Landkreises Coburg liegt knapp auf dem bundesdeutschen Niveau. Im Rahmen der Erstellung des letzten ISEK 2008 wurde eine Kaufkraftkennziffer von 106,2 % ermittelt. Im Vergleich zu den aktuell verfügbaren Kaufkraftkennziffern aus dem Jahr 2017 hat Coburg mit einem Wert von 104,6 % leicht an Kaufkraftniveau verloren.

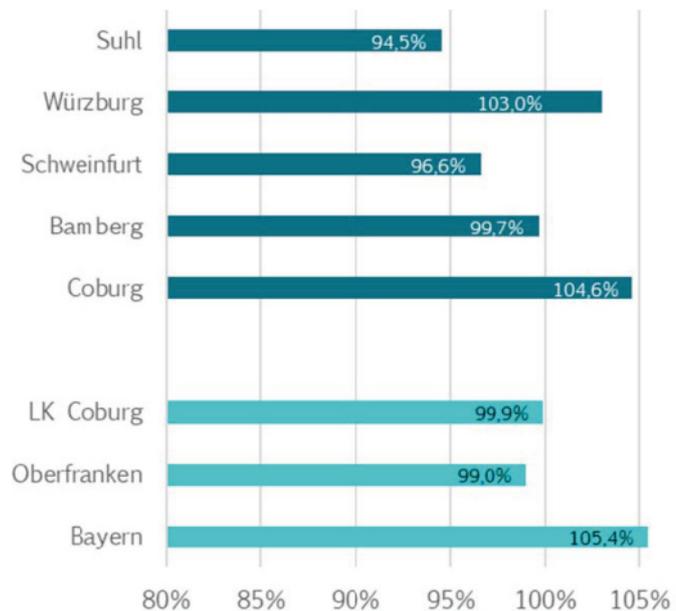


Abb. 6.1/1 Kaufkraftkennziffern 2017 (in % vom Bundesdurchschnitt)
(Quelle: BBE!cima!mbResearch, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

6.2 Zentralität und regionale Konkurrenzsituation

Die Zentralitätskennziffer spiegelt die relative Stärke und Zentralität eines Handelsstandortes in Relation zur örtlich verfügbaren Kaufkraft wider. Die Einzelhandelszentralität wird aus dem Quotienten zwischen Einzelhandelsumsatz und Kaufkraft innerhalb der Stadt gebildet. Ein Wert von 100 bedeutet demnach, dass Umsatz und Kaufkraft genau gleich sind. Bei einem Wert über 100 übersteigt der Umsatz die Kaufkraft entsprechend, es gibt also per Saldo einen Kaufkraftzufluss aus umliegenden Regionen. Ein Wert unter 100 signalisiert einen entsprechenden Kaufkraftabfluss. Der Coburger Einzelhandel generiert aktuell mit einer von der cima berechneten Einzelhandelszentralität von 150,3 deutlich mehr Umsatz, als an Kaufkraftvolumen im Stadtgebiet tatsächlich vorhanden ist. Dies bedeutet, dass Coburg stark von Kaufkraftzuflüssen profitiert.

Dies ist auf das umfassende Einzelhandelsangebot in der Stadt zurückzuführen. Die kartographische Übersicht zur regionalen Konkurrenzsituation auf der nächsten Seite zeigt, dass Coburg derzeit im Vergleich über eine durchschnittliche Zentralität im Wettbewerbsumfeld verfügt. Die Wettbewerbsstandorte südlich und westlich von Coburg weisen häufig eine höhere Zentralität auf. Dazu gehören die Oberzentren Schweinfurt (222,8) und Würzburg (183,2) oder die Mittelzentren Bad Neustadt an der Saale (236,3) und Haßfurt (257,3). Dagegen liegen die Standorte nördlich und östlich größtenteils unter dem Coburger Zentralitätswert. So ist die Zentralität des Oberzentrums Erfurt (116,4), des Mittelzentrums mit Teilfunktion eines Oberzentrums Suhl (131,8) oder des Mittelzentrums Ilmenau (128,8) geringer als in Coburg. Das Oberzentrum Bamberg

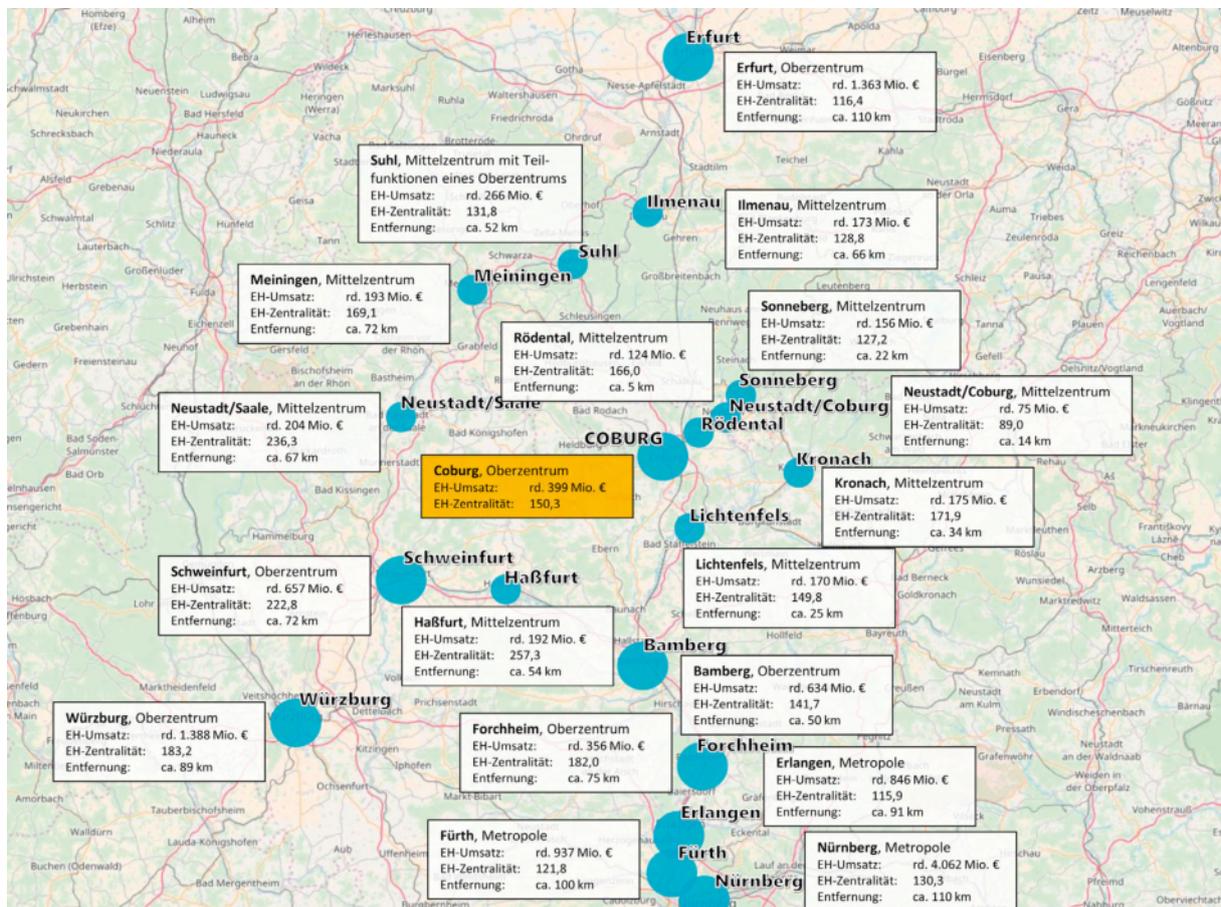


Abb. 6.2/1 Regionale Konkurrenzsituation (Quelle: Maptitude, BBE!cima!mbResearch; eigene Datengrundlage, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2018)

(141,7) sowie die Metropolen Fürth, Erlangen und Nürnberg weisen ebenfalls eine niedrigere Zentralität auf (vgl. Karte). Im direkten Städtevergleich wird aber deutlich, dass beispielsweise subjektiv und objektiv attraktive Einkaufsstädte wie Nürnberg (130,3) eine geringere Zentralität aufweisen als beispielsweise Haßfurt (257,3).

Dieses Beispiel zeigt, dass der Zentralitätsgrad allein noch keine qualitative Bewertung eines Einkaufsstandortes zulässt. Zur Messung der Einkaufsattraktivität einer Kommune ist der Zentralitätsgrad allein untauglich. Er kann aber als erstes Indiz für die Zugkraft in einer Region dienen.

6.3 Einzugsgebiet

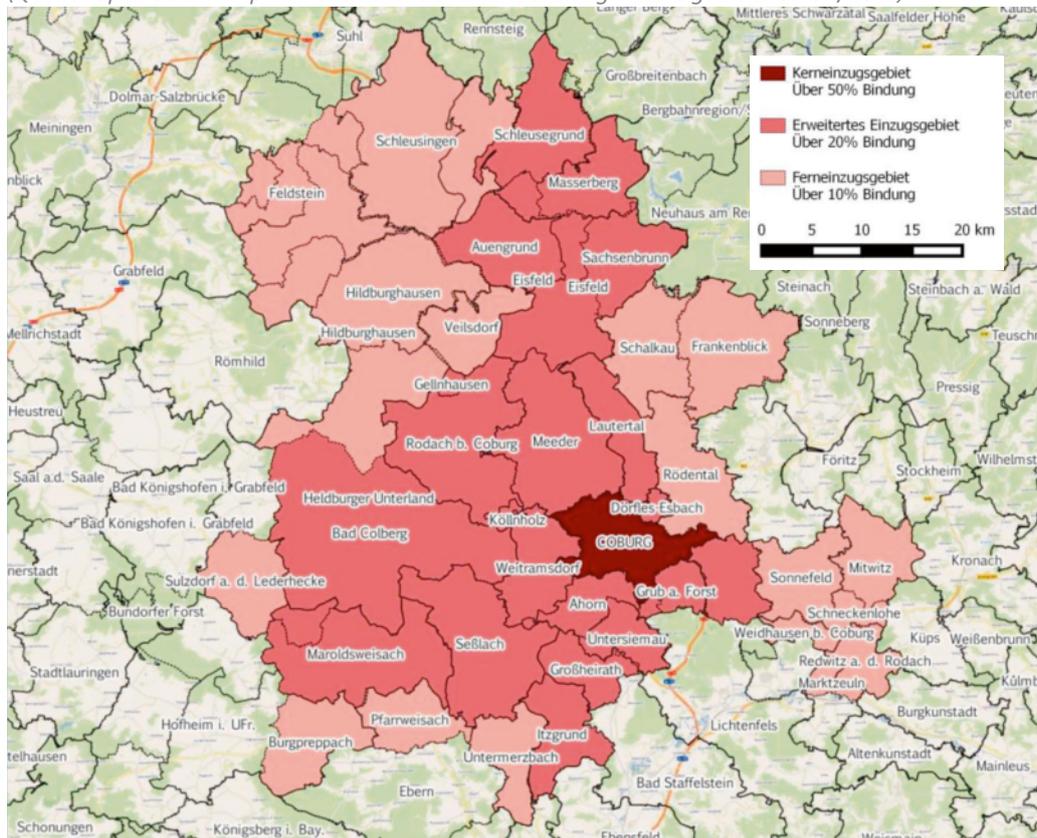
Das durchschnittliche Einzugsgebiet des Coburger Einzelhandels über alle Branchen wurde auf Basis einer ökonomischen Modellrechnung nach Huff ermittelt und kartographisch dargestellt. Das Einzugsgebiet Coburgs ist proportional zur Stadtgröße und der Leistungsfähigkeit des örtlichen Handels sehr weit gefasst und erstreckt

sich u.a. entlang der Hauptverkehrsachsen A 73, B 303 und B 4. Begrenzt wird das Einzugsgebiet neben anderen Faktoren wie bspw. Distanz auch von den dezidierten Einzugsgebieten der umliegenden Städte. Dies umfasst die Einzugsgebiete von Suhl, Meiningen und Ilmenau im Norden, von Kronach und Sonneberg im Osten, von

Lichtenfels und im weiteren Sinne auch von Bamberg im Süden. In westlicher Richtung wirkt bereits das Einzugsgebiet von Bad Königshofen im Grabfeld sowie der Stadt Schweinfurt auf die umliegenden Gemeinden. Das in Abb. 6.3/1 aufgeführte Einzugsgebiet umfasst allerdings nur den Durchschnitt über alle Einzelhandelsbetriebe in Coburg. Sehr spezialisierte Betriebe, aber auch populäre Einzelhandelslagen sind in der Lage, auch aus Orten weit über diesen abgegrenzten Bereich hinaus Kunden anzuziehen. Das Einzugsgebiet des Coburger Einzelhandels setzt sich zusammen aus dem Kerneinzugsgebiet, welches nur die Stadt Coburg umfasst und mehr als 50 % der dortigen Kaufkraft bindet, dem erweiterten Einzugsgebiet, dessen Kaufkraft zwischen 20 % und 50 % gebunden wird, sowie dem Ferneinzugsgebiet, in dem nur Bindungen von unter 10 % zum

Coburger Einzelhandel auftreten. Die nachstehende Tabelle gibt eine Übersicht über das errechnete Gesamtmarktpotential im Einzugsgebiet von Coburg, das bedingt durch Entfernung und Attraktivität unterschiedlich stark in der Stadt gebunden werden kann. Innerhalb des erweiterten Einzugsgebietes wohnen derzeit 73.027 Einwohner, die ein Marktpotential von 424,8 Mio. Euro aufweisen. Das Ferneinzugsgebiet mit einem Marktpotential von 441,5 Mio. Euro weist eine Einwohnerzahl von rd. 81.600 auf. Insgesamt wohnen damit außerhalb des Kerneinzugsgebiets der Stadt Coburg 154.617 Einwohner, die ein Marktpotential von 866,34 Mio. Euro aufweisen. Das gesamte Einzugsgebiet des Coburger Einzelhandels umfasst 195.934 Einwohner, die über ein Marktpotential von 1.120,84 Mio. Euro verfügen.

Abb. 6.3/1 Einzugsgebiet der Stadt Coburg nach Kaufkraftbindung je Gemeinde
(Quelle: Open Street Map und Mitwirkende: CIMA Beratung + Management GmbH, 2016)



6.4 Markt- und Umsatzpotentiale

Das Marktpotential der Stadt Coburg errechnet sich aus der verfügbaren Kaufkraft, der Einwohnerzahl und den Verbrauchsausgaben. Um ein dezidiertes Umsatzpotential zu ermitteln, werden diesem noch das touristische Marktpotential und der Kaufkraftzufluss aus allen Gemeinden außerhalb der Stadtgrenzen addiert. Ermittelte Kaufkraftabflüsse werden dabei dem Umsatzpotential abgezogen.

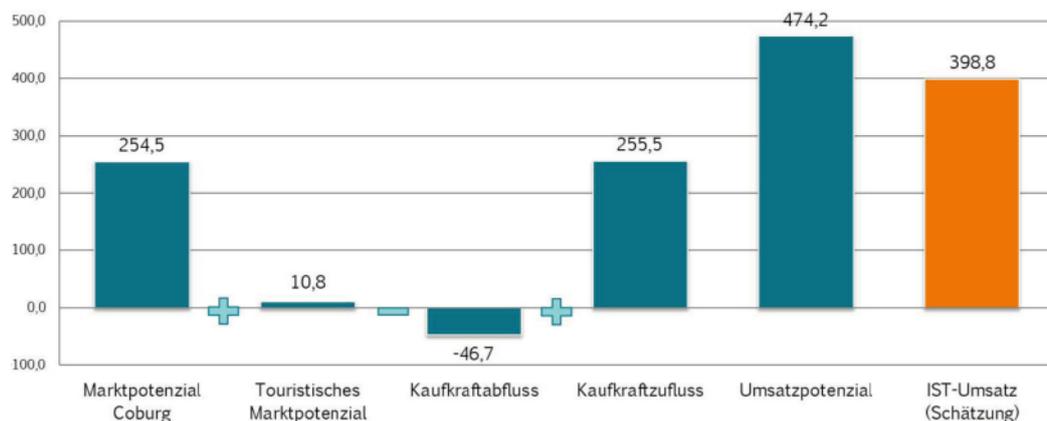
Somit wird einerseits ein Teil der verfügbaren Kaufkraft der Bevölkerung Coburgs durch Einkäufe in andere Orte abfließen, andererseits wird auch ein nicht unerheblicher Teil der Bevölkerung des Umlandes Einkäufe in Coburg tätigen. Coburg weist einen IST-Umsatz über alle Betriebe in Höhe von 398,8 Mio. Euro auf. Von dem am Ort vorhandenen Marktpotential in

Höhe von 265,3 Mio. Euro (einschließlich des touristischen Potentials) fließen insgesamt 46,7 Mio. Euro (ca. 17,6 %) in die Konkurrenzcentren ab. Dem stehen beachtliche Zuflüsse aus dem Einzugsgebiet in Höhe von 255,5 Mio. Euro gegenüber. So ergibt sich ein Gesamtumsatzpotential von rd. 474,2 Mio. Euro. Im Vergleich zur letzten Analyse 2008 ergeben sich folgende Veränderungen: Das Marktpotential ist von 237,9 Mio. Euro im Jahr 2008 um rd. 7 % angestiegen, der Kaufkraftzufluss aus der Region von 230,2 Mio. Euro im Jahre 2008 um rd. 11 %. Trotz gestiegener Kaufkraftabflüsse in die Konkurrenzcentren von 34,0 Mio. Euro auf heute 46,7 Mio. Euro ist der IST-Umsatz im selben Zeitraum von rd. 377,6 Mio. Euro um rd. 5,6 % gestiegen.

Einzugsgebiet	Einwohner	Marktpotenzial
Kerneinzugsgebiet (>50%)	41.317	254,50 Mio. €
Erweitertes Einzugsgebiet (Bindung >20%)	73.027	424,80 Mio. €
Ferneinzugsgebiet (Bindung >10%)	81.590	441,54 Mio. €
Summe	195.934	1.120,84 Mio. €

Abb. 6.4/1 Einwohner und Marktpotenzial im Einzugsgebiet (2017)
(Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

Abb. 6.4/2 Markt- und Umsatzpotential Coburg
(Quelle: eigene Berechnungen, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

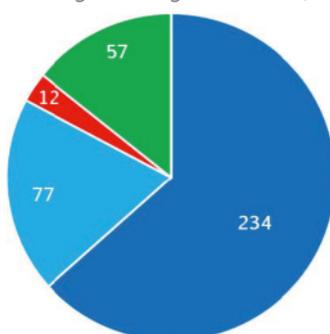


6.5 Leistungsdaten und Struktur des Coburger Einzelhandels

Die Bestandsaufnahme des Einzelhandels in Coburg erfolgte im September des Jahres 2017 durch die cima. Alle nachfolgenden Aussagen und Empfehlungen beziehen sich auf diesen Stand, genauer Stichtag ist der 20.09.2017. Es wurden alle Betriebe des stationären Einzelhandels persönlich aufgesucht und nach Standort, geführten Sortimenten (es wurden also nicht nur die Hauptsortimente erfasst), sortimentspezifischer Verkaufsfläche, Betriebstyp, Sortimentsniveau und Zustand erfasst. Dabei wurden neben quantitativen auch zahlreiche qualitative Merkmale (z.B. Zielgruppenorientierung, Warenpräsentation, Wettbewerbsfähigkeit) erhoben, die im Anschluss ausgewertet und dargestellt werden. Die Berechnung der Umsätze erfolgte auf Basis eigener Schätzungen und bekannter Leistungskennziffern überregionaler Filialisten, differenziert nach insgesamt 32 Branchen. Zum Zeitpunkt der Verkaufsflächenerhebung (Stichtag 20.09.2017) verfügt die Stadt Coburg über eine aktive Gesamtverkaufsfläche von 100.951 m², die sich auf 380 Betriebe verteilt. Im weiteren Verlauf der Strukturbeschreibung werden folgende Großlagen innerhalb Coburgs unterschieden:

- zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (räumliche Abgrenzung siehe Abb. 7.1/1 bzw. 7.4/3)
- Kernstadt Coburg
- Lauterer Höhe
- sonstige Stadt

Abb. 6.5/1 Einzelhandelsstruktur Coburg: Anzahl Betriebe nach Großlagen
(Quelle: eigene Analyse, 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

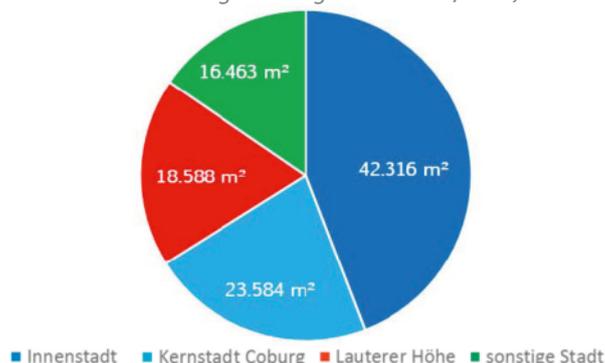


- Rund 61,6 % der Betriebe befinden sich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, der damit den wesentlichsten Anteil innerhalb der Großlagen besitzt.
- Die restliche Kernstadt, d.h. die Kernstadt Coburg ohne den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, stellt rd. 20,3 % aller Einzelhandelsbetriebe in Coburg.
- Die Betriebe innerhalb des Gewerbegebietes Lauterer Höhe haben nur einen Anteil von rd. 3,2 % am Gesamtbestand.
- Die restlichen 14,9 % der Betriebe befinden sich in den übrigen Zentren und Standorten, d.h. der sonstigen Stadt.
- Den größten Verkaufsflächenanteil innerhalb der Großlagen weist der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt mit rd. 41,9 % auf.
- Die restliche Kernstadt besitzt mit rd. 23,4 % den zweithöchsten Anteil an der Verkaufsfläche Coburgs.
- Die Lauterer Höhe sowie die sonstige Stadt nehmen mit rd. 18,4 % bzw. 16,3 % ähnlich große Anteile der Verkaufsfläche ein.

Die Zeitreihe zeigt deutliche Zu- und Abnahmen der Verkaufsflächen innerhalb der Großlagen:

- Die Coburger Innenstadt hat über die letzten Jahre an Verkaufsfläche eingebüßt (10,4 %).
- Die restliche Kernstadt hat in den letzten Jahren rd. 7,4 % ihrer Verkaufsfläche verloren. Handelsflächen, die geschlossen oder anderen Nutzungen zugeführt wurden.

Abb. 6.5/2 Einzelhandelsstruktur Coburg: Verkaufsfläche nach Großlagen
(Quelle: eigene Analyse, 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)



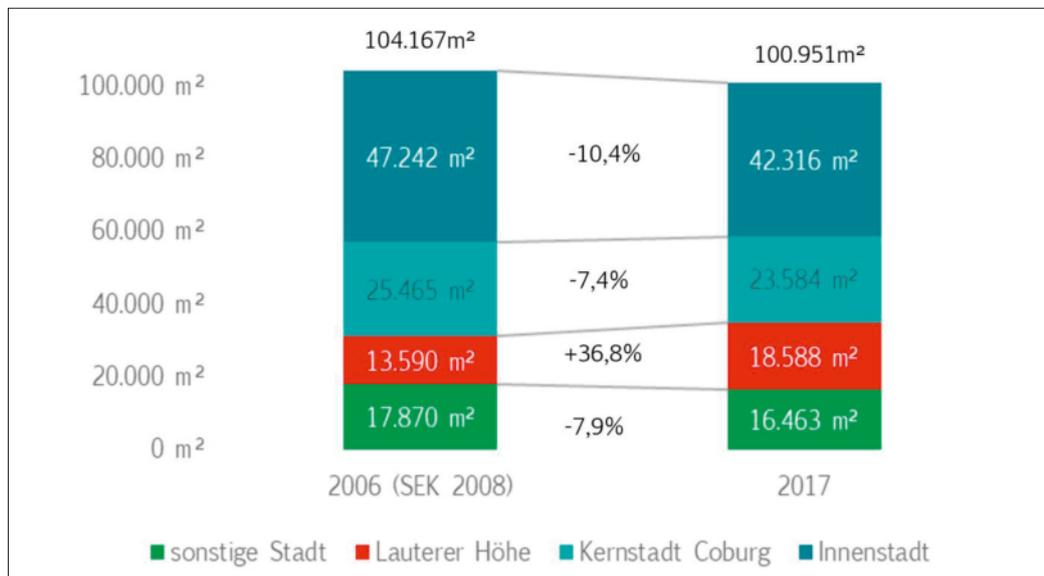


Abb. 6.5/3 Verkaufsflächenentwicklung in den Großlagen 2006 – 2017
(Quelle: eigene Analyse, 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

den, sind z.B. (unter Angabe der ehemaligen Einzelhandels-Verkaufsfläche): Extra Bau+Hobby 3.900 m², Matzer & Worsch 1.800 m², 9 Schlecker-Filialen 1.200 m², Nahkauf Schlücke 750 m².

- Das Gewerbegebiet Lauterer Höhe hat in den letzten Jahren die Verkaufsfläche um 36,8 % gesteigert.
- In der sonstigen Stadt sank die Verkaufsfläche von 2006 bis 2017 um rd. 7,9 %.

Wesentliche Entwicklungen nach Lagen

Folgende wesentliche Entwicklungen lassen sich in handelsrelevanter Hinsicht seit der letzten ISEK-Erstellung in den vier betrachteten Großlagen feststellen:

- In der Innenstadt wurde das ehemalige Kaufhaus Weka durch C&A, S.Oliver sowie Petra Reuther Mode ersetzt. Die ehemalige C&A-Immobilie in der Ketschengasse konnte durch Wöhrl neu besetzt werden. Im Bekleidungsbereich konnten u.a. Tredy fashion, Engbers und Hallhuber neu angesiedelt werden. K+L Ruppert hat Teile seines Hauses am Steinweg stillgelegt, Matzer & Worsch sowie Kaspar haben ihre Modehäuser geschlossen. Durch die Schließung der Lebensmittelfläche im ehemaligen Weka-Kaufhaus und die Verlagerung

des Aldi aus der Innenstadt (Mohrenstraße) an die Callenberger Straße ist die Nahversorgungsfunktion der Innenstadt reduziert worden. Zwar konnte die ehemalige Aldi-Fläche durch Norma neu besetzt werden, doch hat sich diese lediglich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt verlagert (von der Hindenburgstraße). Für die drei innerstädtischen Schlecker-Märkte konnte in Randlage zur Innenstadt ein Ersatz etabliert werden (dm an der Callenberger Straße). Während sich die Einzelhandelsverkaufsfläche und Anzahl der Betriebe am Steinweg reduziert hat, konnte die Ketschenvorstadt gewinnen.

- Im Bereich der sonstigen Stadt sind u.a. die Schließungen des Extra-Baumarktes als umfangreichste Einzelfläche, des Edeka Nah und Gut Kliner in Scheuerfeld sowie der insgesamt 5 weiteren Schlecker-Märkte zu verzeichnen.

Demgegenüber sind zahlreiche Neuansiedlungen durch den Betreiber Netto zu verzeichnen (Übernahme der ehemaligen Plus-Filialen in Cortendorf und Wirtsgrund sowie am Viktoriabrunnen, 3 Neuansiedlungen an der Callenberger Straße, der Karchestraße und der Neustadter Straße).



Abb. 6.5/4 Trendige Bekleidung in der Judengasse
(Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2015)

Verkaufsflächenausstattung

Das Verkaufsflächenaufkommen liegt in Coburg mit 2,44 m² Verkaufsfläche pro Einwohner ziemlich genau auf dem Wert vergleichbarer Oberzentren in Bayern (5 Oberzentren, in denen die CIMA in den letzten 3 Jahren Vollerhebungen des Einzelhandels durchgeführt hat). Über diese Orte wurde zum Vergleich ein Wert von rd. 2,48 m² pro Einwohner ermittelt. Wie der in der folgenden Abbildung dargestellte Vergleich nach Sortimentsbereichen zeigt, hat Coburg trotz einiger Schließungen im Bereich Bekleidung eine höhere Verkaufsflächenausstattung in diesem Bereich als die Vergleichs-Oberzentren. Auch im Lebensmittel- und Elektrobereich ist Coburg besser ausgestattet. Sehr viel höher liegt die Coburger Verkaufsfläche pro Einwohner auch im Bau- und Gartenmarktbereich, während Möbel aufgrund der sehr starken Ausstattung des Nachbarortes Rödental unterrepräsentiert sind.

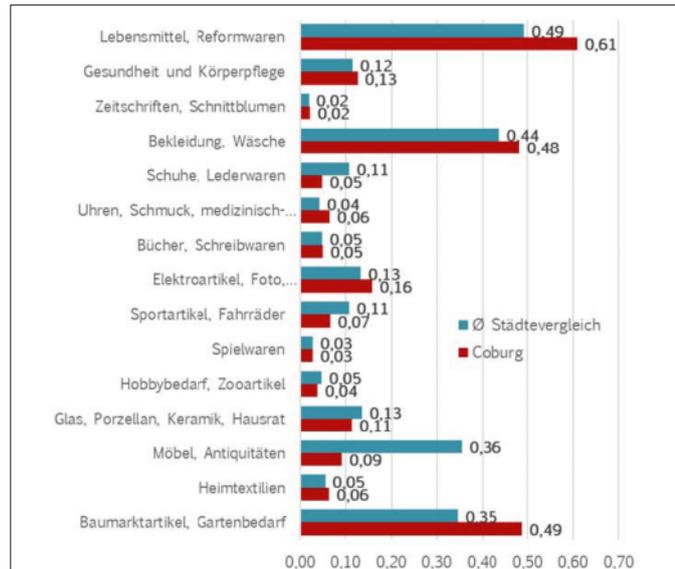


Abb. 6.5/5 Verkaufsfläche pro Einwohner im Städtevergleich
(Quelle: eigene Analyse, 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

Abb. 6.5/6 Branchenstruktur des Coburger Einzelhandels (Angaben in m²)

(Quelle: eigene Erhebungen, 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

CIMA Warengruppe	Innenstadt	übrige Stadt	Lauterer Höhe	Gesamt	Anteil nach Branchen
Lebensmittel, Reformwaren	3.381	17.979	3.806	25.166	24,9%
Gesundheit und Körperpflege	1.508	2.527	1.161	5.196	5,1%
Zeitschriften, Schnittblumen	291	607	0	898	0,9%
Bekleidung, Wäsche	18.587	1.305	29	19.921	19,7%
Schuhe, Lederwaren	1.967	0	0	1.967	1,9%
Uhren, Schmuck, <u>medizin.-orthopäd.</u> Bedarf	2.577	75	0	2.652	2,6%
Bücher, Schreibwaren	1.810	243	0	2.053	2,0%
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	1.340	1.822	3.349	6.511	6,4%
Sportartikel, Fahrräder	1.400	1.317	19	2.736	2,7%
Spielwaren	1.010	105	0	1.115	1,1%
Hobbybedarf, Zooartikel	100	404	1.045	1.549	1,5%
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	3.595	806	279	4.680	4,6%
Möbel, Antiquitäten	2.415	566	800	3.781	3,7%
Heimtextilien	1.925	658	0	2.583	2,6%
Baumarktartikel, Gartenbedarf	410	11.633	8.100	20.143	20,0%
Summe	42.316	40.047	18.588	100.951	100,0%

Branchenstruktur des Coburger Einzelhandels

Bei Betrachtung der Branchenstruktur lassen sich mehrheitlich räumliche und auch einige branchenspezifische Schwerpunkte erkennen. Angebotsseitig liegen die Schwerpunkte mit 24,9 % im Bereich Lebensmittel und Reformwaren. Auch das Segment Bekleidung und Wäsche besitzt mit 19,7 % einen deutlichen Verkaufsflächenschwerpunkt im Coburger Einzelhandel. Baumarktartikel und Gartenbedarf weisen sortimentstypisch ebenfalls hohe Verkaufsflächenanteile auf (20,0 %). Diese drei Segmente konstituieren somit alleine rd. 65 % aller Verkaufsflächen in Coburg. Die Innenstadt wird maßgeblich durch das Bekleidungssegment geprägt, wogegen die übrige Stadt vor allem durch Lebensmittelanbieter (in wohnortnahen Versorgungslagen) dominiert wird.

Zentralität nach Branchen

Die Branchenzentralität ist eine gebräuchliche Kennziffer zur differenzierten Evaluierung der örtlichen Versorgungssituation und des Branchenmixes. Die Zentralität

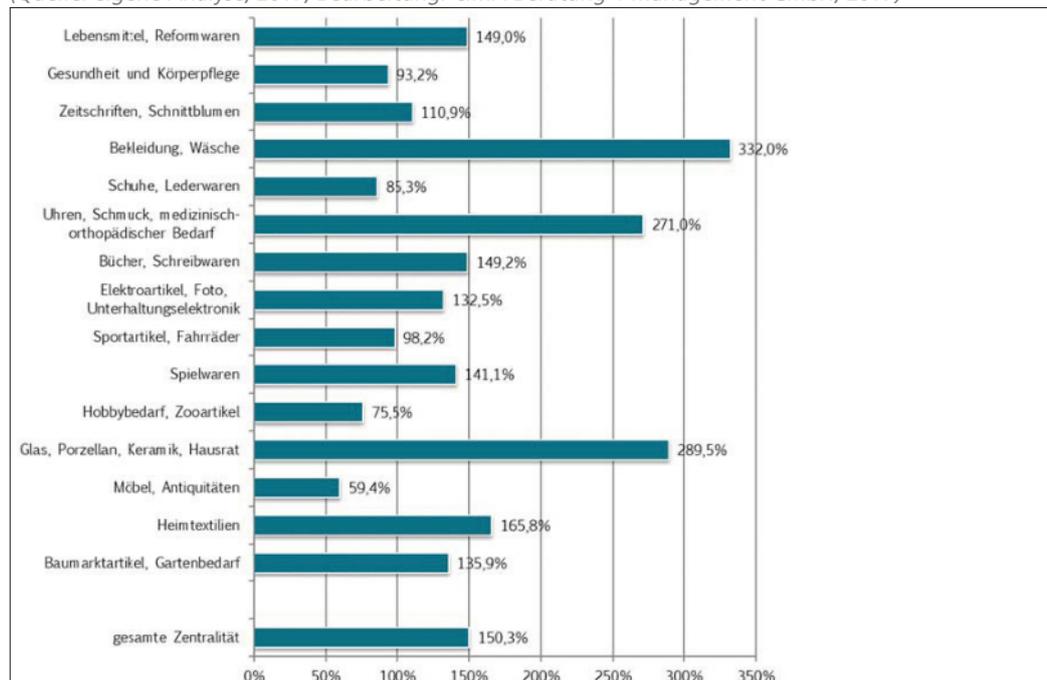
beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten branchenspezifischen Umsatzes zur vorhandenen Nachfrage innerhalb des Stadt- oder Gemeindegebietes (= Marktpotential).

Der Zentralitätsgrad (auch Bindungsquote genannt) eines Branchenbereiches gibt an, inwieweit die vorhandenen Kapazitäten in der Lage sind, das Marktpotential vor Ort zu binden. Eine Zentralität unter 100 % weist entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss per Saldo hin, eine Zentralität über 100 % auf einen Kaufkraftzufluss.

Die Zentralität über alle Branchen beträgt in Coburg 150,3 % (Grundlage: Berechnung Echtzahlen). Damit kann Coburg insgesamt deutlich mehr Kaufkraft vor Ort binden als lokales Marktpotential vorhanden ist – und dies fast in allen Branchenbereichen:

- Bei der Betrachtung wird deutlich, dass es neben der wichtigen innerstädtischen Leitbranche Bekleidung, Wäsche vor allem das überregional bedeutende Angebot aus

Abb. 6.5/7 Zentralität nach Branchengruppen
(Quelle: eigene Analyse, 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)



dem Bereich Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf (236,1 %) sowie Heimtextilien und GPK (Glas, Porzellan, Keramik) ist, das Kaufkraftzuflüsse nach Coburg generiert.

- Erfreulich ist auch die hohe Bindungsquote im Bereich Heimtextilien sowie Bücher (ohne Schreibwaren).
- Die zweite wichtige innerstädtische Leitbranche Schuhe/Lederwaren hat an Zentralität eingebüßt, was sich auch durch die großflächige Ansiedlung von Schuh Mücke in Rödental begründen lässt.
- Generell weist Coburg in fast allen zentrenrelevanten Branchengruppen hohe Zentralitäten auf.
- Deutlichere Kaufkraftabflüsse verzeichnet Coburg lediglich innerhalb der Branchengruppe Hobbybedarf/Zooartikel sowie in der Branche Möbel, Antiquitäten, in der das benachbarte Rödental außergewöhnlich stark aufgestellt ist.

Betriebstypenstruktur

- Inhabergeführte und filialisierte Fachgeschäfte weisen die höchste Anzahl aller Betriebe auf und erwirtschaften mit etwa 46 % des Gesamtumsatzes in Coburg den größten



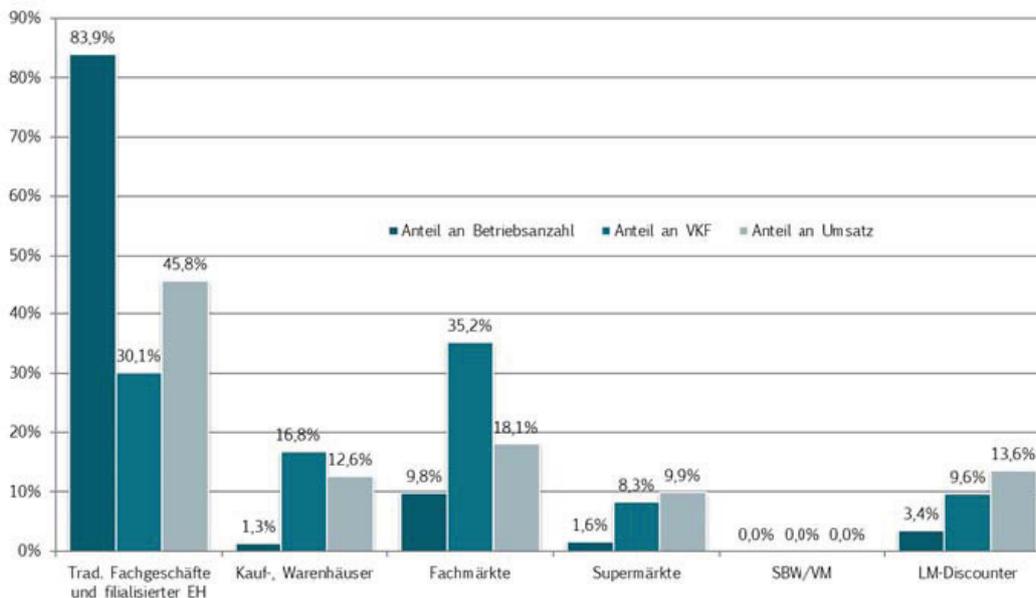
Abb. 6.5/8 Kleinbetriebliche Struktur in der Großen Johannissgasse (Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

Umsatzanteil. Sie machen rund 30 % der Gesamtverkaufsfläche aus.

- Nur rd. 10 % aller Einzelhandelsbetriebe in Coburg sind Fachmärkte. Diese nehmen aber mehr als 35 % der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt ein und erwirtschaften rd. 18 % des Gesamtumsatzes (ohne Lebensmitteldiscounter).
- Warenhäuser spielen innerhalb der Betriebsanzahl von Coburgs Einzelhandel naturgemäß nur eine geringe Rolle. Dieser Betriebstyp hat aber rund 13 % Anteil an der Gesamtverkaufsfläche.

Abb. 6.5/9 Betriebstypenstruktur in Coburg

(Quelle: eigene Analyse, 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)



- Das Segment Nahversorgung vereint mit den Betriebstypen Supermärkte und Lebensmittel-Discounter 5 % aller Betriebe in der Stadt. Die Lebensmittelmärkte haben mit rd. 18 % der gesamten Verkaufsfläche einen beträchtlichen Verkaufsflächenanteil in Coburg. Vom gesamten Umsatz stammen rd. 23,5 % von Supermärkten und Lebensmitteldiscountern.
- Knapp zwei Drittel (64,5 %) aller Betriebe in Coburg weisen weniger als 100 m² Verkaufsfläche auf. Sie nehmen dementsprechend nur einen sehr geringen Teil (9,6 %) der Gesamtverkaufsfläche ein.
- Rund 27 % aller Betriebe weisen zwischen 100 und weniger als 800 m² auf. Knapp 28 % der Gesamtverkaufsfläche wird von diesen Betriebsgrößen vereinnahmt.
- Nur rund 8 % aller Betriebe in Coburg sind als großflächig zu kategorisieren (> 799 m²). Diese nehmen aber 60,5 % der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt ein.

Qualitative Bewertung

Zusätzlich zur Bestandserhebung wurde in Coburg auch eine qualitative Bewertung des Angebotsniveaus und der Warenpräsentation vorgenommen (s. Abb. 6.5/11). Die Bewertungen erfolgten dabei

anonym. Das Gutachterteam beurteilte basierend auf der Warenpräsentation und der Schaufenstergestaltung der Geschäfte sowie dem äußeren Gesamteindruck folgende qualitative Kriterien des Einzelhandelsangebotes:

- Zielgruppen- und Qualitätsorientierung
- Warenpräsentation/Ladengestaltung

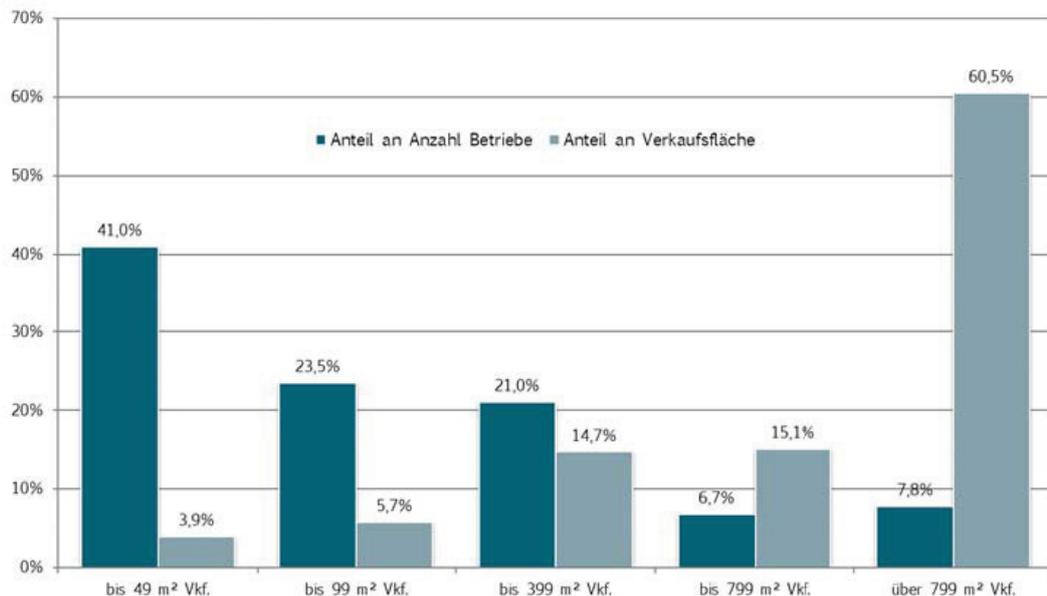
Dabei präsentiert sich der örtliche Einzelhandel im Städtevergleich mit anderen, von der cima in den letzten 3 Jahren untersuchten bayerischen Oberzentren (Augsburg, Freising, Ingolstadt, Landshut, Straubing) als durchaus positiv.

Im Vergleich zu den untersuchten Orten des Städtevergleiches (24,9 %) fällt der Bestand an Betrieben, die eine qualitätsorientierte Zielgruppenorientierung (33,1 %) aufweisen, deutlich höher aus.

Coburg weist entsprechend des höheren Anteils qualitativ hochwertigen Angebotes einen geringeren Anteil (42,1 %) an standardisiertem und konsumigem Besatz (Vergleichsorte 64,6 %) auf. Allerdings ist auch der Anteil an Geschäften mit

Abb. 6.5/10 Betriebsgrößenstruktur in Coburg

(Quelle: eigene Analyse, 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)



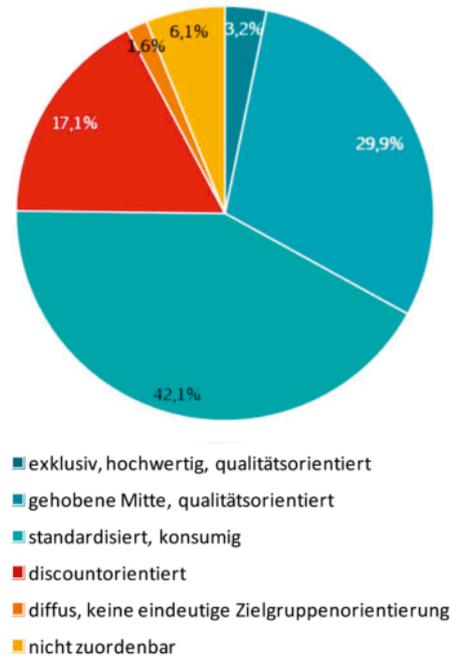
einem discountorientierten Angebot in Coburg höher (17 % ggü. 7 % in den Vergleichsorten).

Bezüglich der Warenpräsentation präsentiert sich in der Stadt Coburg folgender Eindruck: Rund 14,4 % der Einzelhändler weisen sortimentsübergreifend eine sehr gute Warenpräsentation auf. In den Vergleichskommunen ist dieser Anteil mit 7,2 % nur halb so hoch.

In den bayrischen Vergleichsstädten fällt die Warenpräsentation zu rd. 46 % normal aus, d.h. diese weisen keine Highlights auf und sind teils optimierungsbedürftig. In Coburg ist dieser Wert mit rd. 36 % deutlich geringer. Allerdings fällt in Coburg der Anteil an Geschäften mit veralteter bzw. modernisierungsbedürftiger Warenpräsentation mit 14,7 % etwas höher aus als in dem in den Vergleichsorten ermittelten Durchschnitt von rd. 11 %.

Sowohl im Bereich der Zielgruppenorientierung (Sortimentsniveau, beschreibt im Wesentlichen das Angebotsniveau des örtlichen Einzelhandels) als auch in der Warenpräsentation (Gestaltungsniveau, kennzeichnet den Marktauftritt durch Schaufenster und Ladengestaltung) hat Coburg einen deutlich höheren Anteil qualitativer Betriebe als in anderen untersuchten Oberzentren. Hier kommt zum Tragen, das neben der Haupteinkaufslage der Innenstadt auch die innerstädtischen Nebenlagen über einen im Städtevergleich modernen und attraktiven Besatz verfügen.

Zielgruppenorientierung



Warenpräsentation

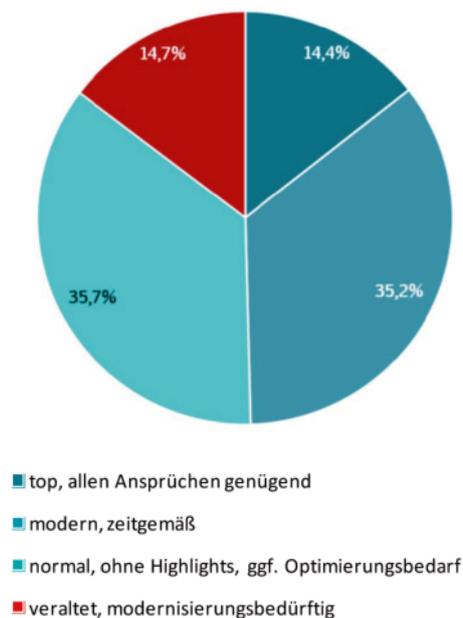


Abb. 6.5/11 Qualitative Bewertung des Einzelhandelsbesatzes (Gesamtstadt)
(Quelle: eigene Analyse, 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

6.6 Sonderbetrachtung Innenstadt

Handelslagen:

Die Handelslagenabgrenzung der cima erfolgt stadtspezifisch anhand folgender Kriterien:

- Passantenfrequenz
- Dichte des Geschäftsbesatzes
- Funktionsmischung (Ergänzungseinrichtungen)
- Branchen- und Betriebstypenmix
- Angebotsattraktivität
- Filialisierungsgrad
- Funktionslücken, Mindernutzungen und Leerstände

Im direkten Vergleich zur letzten Untersuchung der Innenstadt 2008 haben sich folgende Veränderungen in der Güte der Handelslagen ergeben.

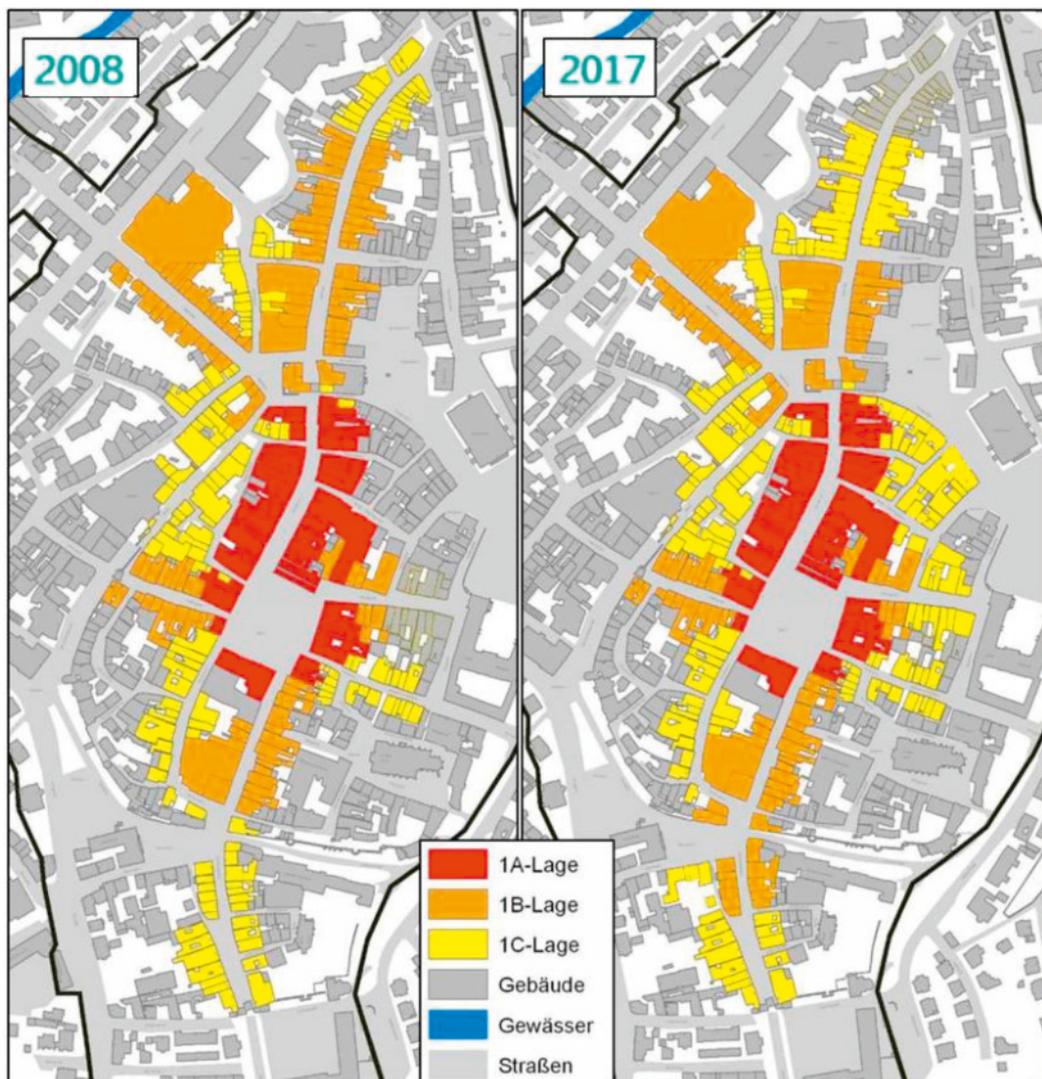
1A-Lage

Die 1A-Lage hat sich in ihrer Ausdehnung nicht verändert und umfasst nach wie vor den Markt und die Spitalgasse.

1B-Lagen

Die 1B-Lagen sind ebenfalls größtenteils gleich geblieben. Lediglich im Steinweg im Norden (Hausnummern 19 bis 41) wurde

Abb. 6.6/1 Handelslagen Innenstadt 2008/2017 (Quelle: Stadt Coburg, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)



die ehemalige 1B-Lage zur 1C-Lage herabgestuft. Dagegen konnten im Süden die Hausnummern 25 bis 38 sowie die Hausnummer 40 der Ketschengasse und der Albertsplatz 5 von der 1C- in die 1B-Lage aufgestuft werden.

1C-Handelslagen

Die auffälligsten Veränderungen haben sich innerhalb der vormaligen 1C-Handelslagen ergeben. Hier ist der Besatz an den Randbereichen im Norden stark zurückgegangen. Dies trifft besonders auf den Steinweg (Hausnummern 42 bis 62) zu, der im Gegensatz zu früher keine qualifiziertere Handelslage mehr darstellt. Dagegen konnten in den letzten Jahren aber auch neue Handelslagen erschlossen werden. Vor allem der Bereich Theaterplatz, Kleine und Große Johannissgasse, Theatergasse und Salzmarkt sowie der östliche Teil der Herrngasse konnten im Jahr 2015 als neu entwickelte 1C-Lagen identifiziert werden. Ebenfalls neu dazu kommen in der 1C-Lage die Kuhgasse sowie der Albertsplatz 2 bis 4.

Zur Verdeutlichung der Entwicklung in den einzelnen Lagen werden im Folgenden die kundenorientierten Nutzungen sowie die qualitative Einschätzung der Einzelhandelsbetriebe in einzelnen Handelslagen verglichen.

Abb. 6.6/2 gibt zunächst einen Überblick über den innerstädtischen Gesamtbestand an kundenorientierten Erdgeschoßnutzungen in der Coburger Innenstadt 2008 und 2017. Der Gesamtbestand an kundenorientierten Erdgeschoßnutzungen (ohne Leerstände) hat sich im 9-Jahreszeitraum um 1,5 % verringert. In der Einzelbetrachtung der Nutzungsarten fällt vor allem der Rückgang der Einzelhandelsbetriebe um 56 Geschäftseinheiten auf. Während 2008 noch 42,7 % aller innerstädtischen Erdgeschoßnutzungen dem Einzelhandel zuzurechnen waren, sind dies aktuell nur mehr 34,5 %.

ISEK 2008			ISEK 2017			
Einzelhandel	290	42,7%	↓	Einzelhandel	234	34,5%
Gastronomie	99	14,6%	↑	Gastronomie	110	16,2%
Dienstleistung	167	24,6%	↑	Dienstleistung	176	25,9%
Sonstiges	70	10,3%	↑	Sonstiges	97	14,3%
Leerstand	53	7,8%	↑	Leerstand	62	9,1%
Gesamt	679	100,0%		Gesamt	679	100,0%

Abb. 6.6/2 Anzahl der Betriebe und deren prozentuale Anteile am Gesamtaufkommen der Innenstadt (Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

Die Anzahl an Gastronomie-, Dienstleistungs- und sonstigen kundenorientierten Betrieben hat dementsprechend zugenommen. Ebenso ist die Zahl der Leerstände angewachsen. Somit kann von einer starken Substitution ehemaliger Handelslagen durch ergänzende Nicht-Handelnsutzungen sowie teilweise auch durch Leerstand ausgegangen werden.

Von der Anzahl der Leerstände kann jedoch nicht auf deren jeweilige Größe oder Bedeutung innerhalb des Innenstadtegefüges geschlossen werden. Dafür ist die Betrachtung nach Einzellagen (s. Abb. 6.6/3 – 6.6/6) notwendig.

In der aktuellen 1A-Lage sind zwar mehr Einzelhandelsbetriebe ansässig als in der 2008 abgegrenzten Top-Lage. Doch durch den deutlich höheren Leerstandsanteil ist der Anteil des Einzelhandels auf 71,2 % von 77,8 % gefallen.

Das betriebliche Gestaltungsniveau konnte nicht ganz auf seinem hohen Niveau gehalten werden. Das Sortimentsniveau verschiebt sich minimal in Richtung des konsumigen Niveaus.

Die Entwicklung in den weiteren Einkaufslagen gestaltet sich sehr unterschiedlich. So ist beispielsweise im Steinweg die Einzelhandelsfunktion seit dem Jahr 2008 stark zurückgegangen. Es handelt sich dabei um eine Abnahme der Händleranzahl um über 40 %. Die Händler haben den Steinweg zugunsten von Gastronomie, Dienstleistungen und sonstigen Nutzungen

ISEK 2008			ISEK 2017			
Einzelhandel	49	77,8%	↔	Einzelhandel	52	71,2%
Gastronomie	5	7,9%	↔	Gastronomie	5	6,8%
Dienstleistung	5	7,9%	↔	Dienstleistung	6	8,2%
Sonstiges	2	3,2%	↔	Sonstiges	2	2,7%
Leerstand	2	3,2%	↔	Leerstand	8	11,0%
Gesamt	63	100,0%		Gesamt	73	100,0%
Ø Gestaltungsniveau	1,5		↔	Ø Gestaltungsniveau	1,7	
Ø Sortimentsniveau	2,6		↔	Ø Sortimentsniveau	2,8	

Abb. 6.6/3 Anzahl der Betriebe und deren prozentuale Anteile am Gesamtaufkommen der 1A-Lage (Spitalgasse, Markt)
(Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

verlassen, die alle Zuwächse verzeichnen konnten. Der zwischenzeitlich starke Anstieg der Leerstände konnte ausgeglichen werden, sodass die Leerstandsquote mit 11,8 % als moderat zu bezeichnen ist.

Betrachtet man das Gestaltungsniveau des Einzelhandels im Steinweg, so fällt auch dort ein Rückgang um 0,5 Punkte im Durchschnitt auf. Im Steinweg sind somit grundlegende Maßnahmen zur Lageprofilierung notwendig.

ISEK 2008			ISEK 2017			
Einzelhandel	46	63,9%	↔	Einzelhandel	26	34,2%
Gastronomie	11	15,3%	↔	Gastronomie	21	27,6%
Dienstleistung	9	12,5%	↔	Dienstleistung	18	23,7%
Sonstiges	0	0,0%	↔	Sonstiges	2	2,6%
Leerstand	6	8,3%	↔	Leerstand	9	11,8%
Gesamt	72	100,0%		Gesamt	76	100,0%
Ø Gestaltungsniveau	2,0		↔	Ø Gestaltungsniveau	2,5	
Ø Sortimentsniveau	2,8		↔	Ø Sortimentsniveau	3,1	

Abb. 6.6/4 Anzahl der Betriebe und deren prozentuale Anteile am Gesamtaufkommen im Steinweg
(Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

In der Mohrenstraße von der Hindenburgstraße bis zur Spitalgasse (1B-Lage) sind dagegen kaum Änderungen im Besitz der Einkaufslage seit 2008 erkennbar. Auch das Gestaltungs- und Sortimentsniveau ist nahezu gleichgeblieben. Dennoch sind auch in dieser Einkaufslage bereits leichte »Downgrading«-Tendenzen erkennbar, sodass eine Einleitung von qualifizierten Gegenmaßnahmen sinnvoll wäre.

ISEK 2008			ISEK 2017			
Einzelhandel	17	60,7%	↔	Einzelhandel	16	57,1%
Gastronomie	3	10,7%	↔	Gastronomie	4	14,3%
Dienstleistung	7	25,0%	↔	Dienstleistung	6	21,4%
Sonstiges	0	0,0%	↔	Sonstiges	0	0,0%
Leerstand	1	3,6%	↔	Leerstand	2	7,1%
Gesamt	28	100,0%		Gesamt	28	100,0%
Ø Gestaltungsniveau	1,7		↔	Ø Gestaltungsniveau	1,8	
Ø Sortimentsniveau	2,6		↔	Ø Sortimentsniveau	2,7	

Abb. 6.6/5 Anzahl der Betriebe und deren prozentuale Anteile am Gesamtaufkommen in der Mohrenstraße (Spitalgasse bis Hindenburgstraße)
(Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

Die Ketschengasse hat im Vergleich zu 2008 deutlich an Einzelhandelsbesatz verloren. Von ehemals 36 Einzelhandelsbetrieben ist die Zahl um rd. 30 % auf 25 Betriebe zurückgegangen. Zwar ist die Zahl der kundenorientierten Einrichtungen in der Ketschengasse insgesamt angestiegen, doch wurde der Einzelhandel durch Gastronomie, Dienstleistung und sonstige Nutzungen ersetzt. Auch die Zahl der Leerstände ist aufgrund laufender Sanierungen angestiegen.

ISEK 2008			ISEK 2017			
Einzelhandel	36	80,0%	↔	Einzelhandel	25	53,2%
Gastronomie	4	8,9%	↔	Gastronomie	2	4,3%
Dienstleistung	1	2,2%	↔	Dienstleistung	7	14,9%
Sonstiges	0	0,0%	↔	Sonstiges	4	8,5%
Leerstand	4	8,9%	↔	Leerstand	9	19,1%
Gesamt	45	100,0%		Gesamt	47	100,0%
Ø Gestaltungsniveau	1,9		↔	Ø Gestaltungsniveau	1,9	
Ø Sortimentsniveau	2,4		↔	Ø Sortimentsniveau	2,3	

Abb. 6.6/6 Anzahl der Betriebe und deren prozentuale Anteile am Gesamtaufkommen in der Ketschengasse
(Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

Das 2008 schon hohe Gestaltungsniveau konnte gehalten werden. Das Sortimentsniveau ist nochmals gestiegen und ist nun das höchste der in der Coburger Innenstadt untersuchten Einzellagen. Die Ketschengasse ist also einerseits auf dem Weg, eine sehr gute Individual- und Qualitätsslage zu werden, andererseits muss die Einzelhandelsdichte wieder gesteigert werden, um auch als Individual- und Qualitäts-Einkaufslage gelten zu können.

Fazit

Zusammenfassend hat sich die Einkaufslage seit der letzten Untersuchung leicht von Norden nach Süden verschoben. Während die südlichen Einkaufslagen der Innenstadt an Niveau in Qualität zulegen konnten, so müssen in der nördlichen Innenstadt qualifizierende Gegenmaßnahmen ergriffen werden, um einem »Downgrading-Prozess« entgegensteuern zu können. Als Positivbeispiele können hierbei der Theaterplatz und der Albertsplatz genannt werden, die sowohl durch städtebauliche wie auch gebäudebezogene Maßnahmen deutlich aufgewertet werden konnten. Diese Aufwertung hat Positiveffekte auf die Passantenfrequenz und die Nutzungsstruktur.



Abb. 6.6/7 Albertsplatz

Abb. 6.6/8 Positive städtebauliche und gebäudebezogene Aufwertungen am Beispiel Theaterplatz



6.7 Nahversorgung in Coburg

Die Nahversorgungssituation in Coburg kann in weiten Teilen als sehr gut bezeichnet werden. In den meisten Stadtteilen sind Lebensmittelmärkte (Vollsortimenter, Discounter) wohnortnah vorhanden. Zudem wurde das Angebot im Verlauf dieser Untersuchung um einen Aldi Discounter (Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung), einen denn's Biomarkt, einen Sagasser Getränkemarkt und einen dm Drogeriemarkt in der Callenberger Straße ergänzt. Hier ist somit ein neues Nahversorgungszentrum entstanden. In den Stadtteilen Löbelstein/Seidmannsdorf, Lützelbuch, Neu- und Neersdorf, Rögen sowie Scheuerfeld sind Lücken in der fußläufig erreichbaren Nahversorgung festzustellen.

Die Marktanteile der Betriebstypen in Coburg unterscheiden sich von den aktuellen deutschlandweiten Werten. In Coburg ist der Marktanteil der Vollsortimenter (Supermärkte bis 2.500 m²) am Gesamtumsatz des Segmentes Lebensmittel innerhalb der Stadt deutlich höher als in Gesamtdeutschland. Dagegen sind die Betriebstypen der großen Supermärkte und SB-Warenhäuser in Coburg nicht existent. Der Anteil der Lebensmittel-Discounter liegt knapp 6 Prozentpunkte unter dem deutschland-

weiten Vergleich. Auch wird in Coburg ein sehr viel höherer Marktanteil innerhalb des Lebensmittelbereiches durch SB-Betriebe unter 400 m² erwirtschaftet. Hier kommt Coburg auf 24,0 %, der gesamtdeutsche Wert liegt bei 3,1 %.

Große Supermärkte ab 2.500m² sind in Coburg nicht vertreten, der Edeka-Markt auf der Lauterer Höhe erreicht diese Größenordnung jedoch fast. Dieser Betriebstyp nimmt im gesamtdeutschen Vergleich einen Anteil von 9,9 % ein. Der Betriebstyp des SB-Warenhauses, der in Deutschland 12,3 % Marktanteil aufweist, ist in Coburg nicht vertreten. Ein solcher sehr großflächiger Vollsortimenter (ab 5.000 m² Verkaufsfläche) wird in Coburg durch die zahlreichen Supermärkte ersetzt.

Als wichtiger Bestandteil der innerstädtischen Nahversorgung sollten die Wochenmärkte weiterhin gefördert werden. Sie steigern zudem die Innenstadt-Attraktivität und spielen damit eine wichtige belebende Rolle. Sie stellen einen wesentlichen Absatzweg für Produkte aus regionaler Landwirtschaft und Gartenbau dar und sind wichtige Werbeträger für die regionale Erzeugung.

Abb. 6.7/1 Marktanteile Lebensmittel Betriebstypen
(Quelle: EHI 2015, Bearbeitung CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)



6.8 Offene Umsatzpotentiale

Grundlage für die Ermittlung von branchenspezifischen Umsatzpotentialen sind zunächst unsere Berechnungen in einem raumökonomischen Zeit-Distanz-Simulationsmodell nach Huff.

Die folgenden Tabellen geben, geordnet nach Bedarfsbereichen, einen ersten Überblick über die Branchenbereiche in Coburg, die offene Umsatzpotentiale aufweisen. Es können dabei nur Potentiale innerhalb der mittel- und langfristigen Bedarfsbereiche ausgewiesen werden, der kurzfristige Bedarfsbereich weist keine ungedeckten Umsatzpotentiale auf.

In Coburg bestehen somit in Summe ungedeckte Umsatzpotentiale von rd. 75,4 Mio. Euro.

Den höchsten Anteil an ungedeckten Umsatzpotentialen weist die Branche Möbel mit 20,2 Mio. Euro ungedeckten Potentialen, gefolgt von Kfz-Zubehör mit 12,1 Mio. Euro und der Branchengruppe Schuhe und Lederwaren mit 11,0 Mio. Euro auf.

Insgesamt sind in den innenstadtrelevanten Sortimenten Schuhe, Lederwaren, Sportartikel, Bürobedarf/Schreibwaren und Spielwaren noch Umsatzpotentiale von rund 24,4 Mio. Euro verfügbar.

Die Aussagen zu den in einzelnen Branchen noch offenen Umsatzpotentialen erlauben eine Orientierung, ersetzen bei einem tatsächlichen Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben jedoch keine einzelbetriebliche Betrachtung. Im Ansiedlungsfall muss nach Standort, Ausstattungs- und Angebotsniveau zusätzlich eine objektspezifische, betriebliche Wirtschaftlichkeitsberechnung erfolgen.

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.

Abb. 6.8/1 Offene Umsatzpotentiale nach Sortimentsbereichen – mittelfristiger Bedarf
(Quelle: eigene Analyse, CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

Sortimentsbereich	Ungedecktes Umsatzpotenzial in Mio. €
Schuhe, Lederwaren	11,0
Sportartikel	6,7
Bürobedarf, Schreibwaren	4,2
Spielwaren	2,5
Zooartikel	3,3
Gesamt	27,7

Abb. 6.8/2 Offene Umsatzpotentiale nach Sortimentsbereichen – langfristiger Bedarf
(Quelle: eigene Analyse, CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

Sortimentsbereich	Ungedecktes Umsatzpotenzial in Mio. €
Möbel	20,2
Kfz-Zubehör	12,1
Elektroartikel, EDV	8,6
Farben/Tapeten/Bodenbeläge	2,5
Fahrräder und Zubehör	4,3
Gesamt	47,7

6.9 Branchenempfehlungen

In der Branche Schuhe (ohne Lederwaren) besteht, wie die nicht gedeckten Umsatzpotentiale von rd. 11,0 Mio. Euro veranschaulichen, zum momentanen Zeitpunkt eine Lücke, die u.E. gut von höherwertigen Filialisten zu füllen wäre. Die ebenfalls nicht unerheblichen Umsatzpotentiale im Segment Sportartikel bilden eine echte Angebotslücke im innerstädtischen Einzelhandelsangebot, die optimalerweise durch Spezialisten besetzbar wäre (z.B. aus den Bereichen Sportschuhe oder Outdoor-Artikel). Der Bereich Bürobedarf/Schreibwaren wird überwiegend als Randsortiment geführt, was das ungedeckte Umsatzpotential an dieser Stelle erklärt. Eine Erweiterung um ein vor allem höherwertiges Angebot in diesem Bereich wäre wünschenswert. Auch im Segment Spielwaren ist eine Lücke im Besatz speziell im Bereich Individualspielzeug und folglich auch in den Umsatzpotentialen vorhanden. Dieses Sortiment befindet sich momentan allerdings in einem schwierigen Marktumfeld, weshalb sich eine Schließung der Lücke als schwierig erweisen dürfte. Die Branchen Möbel, Kfz-Zubehör, Farben/Tapeten/

Bodenbeläge, Zoobedarf und Fahrräder besitzen – wie bereits erwähnt – keine Zentrenrelevanz und können dementsprechend auch im Fachmarktzentrum Lauterer Höhe realisiert werden. Eine Ausschöpfung der Potentiale könnte hier zumindest zum Teil realisiert werden. Aufgrund des sehr starken Möbel-Besatzes in Rödental sind die Potentiale im Möbelbereich eher theoretischer Natur. Die in Coburg laut Sortimentsliste (s. S.76) innenstadtrelevante Branche Elektroartikel und EDV weist örtlich ebenfalls hohe Umsatzpotentiale auf. Diese könnten zumindest zum Teil durch einen optimalerweise in der Innenstadt situierten, namhaften Fachfilialisten abgedeckt werden. Das Bekleidungs-sortiment, in dem rein rechnerisch keine offenen Potentiale bestehen, weist dennoch Konzeptlücken bzw. unterbesetzte Sortimentsbereiche auf, z.B. bei Herren- und Kinderbekleidung. Auch fehlen namhafte Filialisten, die in anderen Oberzentren häufig in Innenstadtlage anzutreffen sind und den Innenstadt-Bestand in Coburg positiv ergänzen könnten.

Abb. 6.9/1 Sport-Spezialanbieter in der Mohrenstraße
(Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)



7 Gesamtstadt: Entwicklungskonzept Einzelhandel

7.1 Vorbemerkungen

Der vorliegende Untersuchungsbericht hat die Teilfortschreibung des Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes aus dem Jahre 2008 zum Ziel. Kernstück des aktualisierten Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Coburg bildet das hierarchisch gegliederte Zentrenmodell mit der Innenstadt als primär zu entwickelndem zentralen Versorgungsbereich sowie den Nahversorgungs- und Ergänzungszentren als Standorte zur Versorgung der Stadtbezirke und dem Fachmarktzentrum Lauterer Höhe als ergänzende Standorte. Dieses ausdifferenzierte System zentraler Orte des Einzelhandels gewährleistet zum einen die verbrauchernahe Versorgung und kann zum anderen Handelsschwerpunkte im Stadtgebiet definieren, an denen zukünftig maßgeblich Einzelhandel stattfinden soll. Die an die Vorgaben der Landesentwicklungsplanung angepasste »Coburger Sortimentsliste« kann dabei als Instrument für die Bauleitplanung wichtig sein und bildet ein weiteres wichtiges Kernstück des Einzelhandelskonzeptes. Zur Einordnung der nachfolgenden Empfehlungen in den stadtentwicklungspolitischen Kontext ist es zunächst notwendig, die Anforderungen an das Konzept und die Aufgaben eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes herauszustellen.

Der Handel hat für den Städtebau und die Stadtentwicklung einer Stadt eine hohe Bedeutung. Neben seiner Versorgungsfunktion für die Bevölkerung trägt er entscheidend zur Belebung, Gestaltung und Funktion von Innenstädten bei, so dass diese ihren Aufgaben im Gefüge der Stadt als attraktiver Aufenthaltsort, als Ort der Kommunikation und identifikationsbildender Bereich der Stadt gerecht werden können. Daher ist auch die Sicherung der lokalen Versorgungsstrukturen so wichtig. Zu berücksichtigen ist grundsätzlich, dass alle Investitions- und Sachentscheidungen im Einzelhandel in privater Hand liegen. Die Stadt Coburg kann nur die Rahmen gebenden Bedingungen der Einzelhandelsentwicklung als Planungsgrundlage

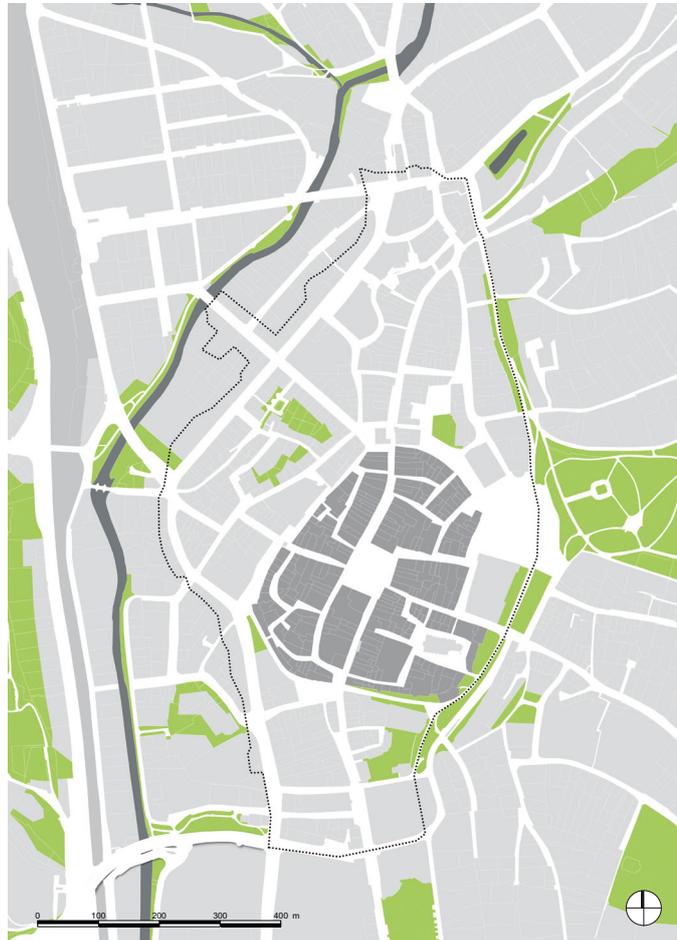


Abb. 7.1/1 Zentraler Versorgungsbereich

vorgeben. Steuernd darf die Kommune mit den zur Verfügung stehenden, planungsrechtlichen Mitteln nur dann eingreifen, wenn andernfalls negative Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung oder die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu befürchten sind. Das Coburger Einzelhandelsentwicklungskonzept verfolgt städtebauliche Zielvorstellungen, ein Eingriff in den Wettbewerb zu Gunsten einzelner Betriebe findet nicht statt. Die Umsetzung dieser räumlichen Ziele sieht vorrangig die Schaffung von Planungssicherheit vor. Lenkung und Steuerung im Sinne der Planungshoheit der Kommune soll zur gezielten Stärkung bestehender zentraler Versorgungsbereiche sowie zur Fortentwicklung der Ergänzungslagen eingesetzt werden.

7.2 Leitlinien der Einzelhandelsentwicklung

(1) Die Einzelhandelsentwicklung für die Stadt Coburg folgt dem landesplanerischen Ziel einer Erfüllung der oberzentralen Versorgungsfunktion und Arbeitsplatz-zentralität im Einzelhandel.

(2) Die Innenstadt ist der (ober-)zentrale, höherrangige Einzelhandelsstandort für die Gesamtstadt und die Region mit einer entsprechenden Angebotsdichte und vollständigem Branchenmix. Die gesamtstädtische Einzelhandelsentwicklung orientiert sich am Nutzen einer Attraktivitätssteigerung der Innenstadt.

(3) Die Einzelhandelsentwicklung folgt einer zentren- und agglomerationsorientierten Leitlinie. Mögliche Ansiedlungen orientieren sich am vorhandenen Versorgungsnetz. Durch Ansiedlungen in peripheren Lagen darf die verbrauchernahe Versorgung an zentralen Standorten nicht gefährdet werden.

(4) Eine bedarfsorientierte, wohnortnahe Versorgung mit Waren des täglichen und periodischen Bedarfes folgt der polyzentrischen Siedlungsstruktur der integrierten Stadt- und Ortsteile in Coburg.

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

(6) Einzelhandelsansiedlungen in Gewerbegebieten sind nur ausnahmsweise und mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten möglich.

Daraus ergeben sich für die Stadt Coburg folgende konkrete Leitvorstellungen:

- Ausbau der Einzelhandelszentralität durch vorrangig qualitative und nachrückend quantitative Weiterentwicklung des Einzelhandelsbestandes
- Einhaltung der festgelegten Zentrenstruktur

- Anpassung der Coburger Sortimentsliste an die Sortimentsliste des LEP Bayern 2013
- Ausweisung des Zentralen Versorgungs-bereichs Innenstadt
- Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt ist dabei das zu priorisierende Zentrum zur Ansiedlung aller Sortimente des Innenstadtdarfs
- Reduzierung des Abflusses und Erhöhung des Zuflusses von Kaufkraft in den Sortimenten Möbel, Kfz-Zubehör, Farben/ Tapeten/Bodenbeläge, Zoobedarf, Fahrräder und Zubehör, Schuhe, Sportartikel, Bürobedarf/Schreibwaren, Spielwaren, Musikalien/Sammelhobbies, Lederwaren und Computer/Telekommunikation
- Schließung von Branchen- und Konzeptlücken in der Innenstadt (vgl. S.73)
- Profilierung als attraktiver Wohnstandort
- Schließung der Nahversorgungslücken in den östlichen Stadtteilen (Löbelstein/Seidmannsdorf, Lützelbuch, Neu- und Neersdorf, Rögen sowie Scheuerfeld)

Vgl. hierzu auch die Aussagen in Kapitel 7.4 zu den Entwicklungsperspektiven der einzelnen Zentren.

7.3 Sortimentsliste

Ergänzend zu Zielen unter 7.2 ist es in Einzelhandelskonzepten obligatorisch, eine begründete ortsspezifische Sortimentsliste zur Differenzierung von zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten aufzustellen, die bei formellen Planverfahren zur Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen Teil der Bebauungspläne ist. Zentrenrelevante Sortimente sind primär den zentralen Versorgungsbereichen und den Stadtteilzentren vorbehalten. Bei Ansiedlungen außerhalb sind Verträglichkeitsprüfungen als obligatorisch anzusehen, um mögliche schädliche Wirkungen auf die städtebauliche Funktion und Ordnung dieser Zentren auszuschließen und eine Vereinbarkeit mit dem Zentrenkonzept zu überprüfen. Nicht zentrenrelevante Sortimente hingegen sind im Sinne der Systematik grundsätzlich für alle Gebiets- und Zentren typen geeignet.

Coburger Sortimentsliste

Diese Einteilung der Sortimente innerhalb der Liste orientiert sich an der des LEP Bayern 2013. Abweichungen zu dieser im Rahmen der Neuformulierung des LEP festgelegten Einteilung sind für Coburg aufgrund der aktuell bestehenden und gewünschten Verteilung der Sortimente auf das Stadtgebiet nicht sinnvoll.

Nahversorgungsbedarf

- Nahrungs- und Genussmittel, Getränke

Innenstadtbedarf

- Arzneimittel, medizinische und orthopädische Produkte
- Baby- und Kinderartikel
- Bekleidung
- Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse
- Bücher, Zeitungen, Zeitschriften
- Drogerie- und Parfümeriewaren
- Elektronikartikel [Unterhaltungselektronik (»braune Ware«), Haushaltselektronik (»weiße Ware«), Computer und Zubehör, Foto, Film]
- Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren
- Haus- und Heimtextilien, Bettwaren



Abb. 7.3/1 Schaufenster im Steinweg

- Lederwaren
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Schuhe
- Spielwaren
- Sport- und Campingartikel
- Uhren und Schmuck

Waren des sonstigen Bedarfs

- Autoteile und Autozubehör
- Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse
- Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren
- Boote und Zubehör
- Fahrräder und Zubehör
- Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge
- Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen
- Leuchten und Zubehör
- Möbel, Küchen
- Zooartikel, Tiere

Grenzen einer Sortimentsliste

Die Differenzierung der einzelnen Sortimente muss marktüblichen Gegebenheiten entsprechen.¹ Dabei kann aus Listen in Orientierungshilfen wie dem LEP Bayern die ortsspezifische Sortimentsliste hergeleitet werden, wenn dadurch bestimmte Arten von Anlagen i. S. des § 1 Abs. 9

BauNVO gekennzeichnet werden. »Auch eine Typisierung nach – in einer auf die konkret planende Gemeinde bezogenen Sortimentsliste enumerativ und abschließend aufgeführten – nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten begegnet [...] im Ergebnis keinen grundsätzlichen Bedenken (vgl. OVG Nordrhein-Westfalen, Urt. v. 18.09.2009 Az. 7 D 85/08.NE)²«. Ferner sollte die Sortimentsliste nicht abschließend formuliert sein, sondern einen Entwicklungsspielraum aufweisen, um auch Sortimente zuzuordnen zu können, die nicht explizit erwähnt sind. Der Feindifferenzierung einzelner Sortimente sind zudem Grenzen gesetzt. Die Bildung unbestimmter Kategorien wie beispielsweise »großformatige Musikalien« oder »großformatige Sportgeräte« können nicht hinreichend definiert werden und die Reichweite des jeweiligen Sortimentsausschlusses kann nicht zweifelsfrei ermittelt werden. Zudem zeigt sich die Problematik im Bereich des generellen Ausschlusses von zentrenrelevanten Sortimenten. Da auch nicht zentrenrelevante Betriebe als begleitendes Angebot (Randsortiment) zentrenrelevante Angebote führen, ist ein genereller Ausschluss aus Sicht der

Rechtsprechung kritisch zu betrachten, da kaum Betriebsformen existieren, die ohne Randsortimente auskommen. Eine Festsetzung in Bebauungsplänen (GE, MI etc.) hinsichtlich des Ausschlusses zentrenrelevanter Kernsortimente und der Festsetzung maximaler Verkaufsflächen im Bereich der Randsortimente (z. B. max. 10 % der Verkaufsfläche, aber nicht mehr als 800 m² bei großflächigen Betrieben [> 800 m² Verkaufsfläche] oder 80 m² bei kleinflächigen Betrieben [< 800 m²]) sollte daher im Vordergrund stehen³. Eine Sortimentsliste muss, soll sie in der Stadtplanung bauleitplanerische Anwendung finden, politisch per Stadtratsbeschluss bestätigt werden. Dies nützt letzten Endes auch den Betroffenen (Investoren, Immobilienbesitzer, vorhandene Einzelhandelsbetriebe), die sich aufgrund der Verbindlichkeit der Festsetzungen auf eine gewisse Investitionssicherheit (auch außerhalb des jeweiligen »beschränkten« Gebietes) verlassen können.

¹ Vgl. BVerwG, Beschl. v. 04.10.2001 Az. 4 BN 45.01

² Vgl. VG Bayern (Regensburg) RO 2 K 09.2419 vom 22. Juli 2010

³ Vgl. OVG Münster 10 D 52/08.NE vom 04. Dezember 2009

Abb. 7.3/2 Markt



7.4 Zentrenstruktur



Abb. 7.4/1 Zentrenstruktur Coburg

(Quelle: ©OpenStreetMap 2017; Bearbeitung CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)

Zentrenhierarchie

Notwendigkeit der Zentrenhierarchie:
Ein hierarchisch gegliedertes Zentrenmodell stellt das Kernstück eines Einzelhandelskonzeptes dar. Als in unterschiedliche zentrale Einzelhandelsstandorte ausdifferenziertes System gewährleistet es zum einen die verbrauchernahe Versorgung und definiert zum anderen Handelsschwerpunkte im Stadtgebiet, an denen zukünftig maßgeblich Einzelhandel stattfinden soll. Vor dem Hintergrund der vorhandenen Fachmarktlage (Lauterer Höhe) mit umfangreichen Einzelhandelsflächen und den Nahversorgungs- und Ergänzungszentren ist eine hierarchische Angebotsvielfalt für die Stadt Coburg wichtig. Dabei sollten die qualitativ höherwertigen Angebote in besonderem Maße dem Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt vorbehalten bleiben, um im Wettbewerb der Kommu-

nen ein Alleinstellungsmerkmal aufweisen zu können. Die Fachmarktlage soll dagegen eine ergänzende Rolle einnehmen und im verkehrsorientierten und oftmals auch preisgünstigen Segment Angebote vorhalten. Ziel der Zentrenhierarchisierung ist es daher, die zukünftigen planungsrechtlichen Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass auch weiterhin im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, den Stadtteilzentren sowie in der Fachmarktlage eine Einzelhandelsentwicklung stattfinden wird, die sich gegenseitig ergänzen kann. Die »Coburger Sortimentsliste« (s. S. 76) ist dabei als Instrument für die Bauleitplanung äußerst wichtig und bildet ein weiteres wichtiges Kernstück des ISEK.

Grundsätzliche Hierarchie der Einzelzentren untereinander:

Die erste Stufe in der Zentrenhierarchie

Coburgs wird von dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt eingenommen.

Daneben bilden die Stadtteilzentren die zweite Hierarchiestufe. Diese umfasst die Zentren Nord (Floßanger/Neustadter Straße/Rodacher Straße) und Süd (Bamberger Straße), welche sich als vorrangig zu entwickelnde Versorgungsbereiche qualifizieren. Neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und den Stadtteilzentren sind zentrenrelevante Entwicklungen ebenfalls auf die Nahversorgungszentren innerhalb des Stadtgebietes zu beziehen, da diese die wohnortnahe Grundversorgung sicherstellen.

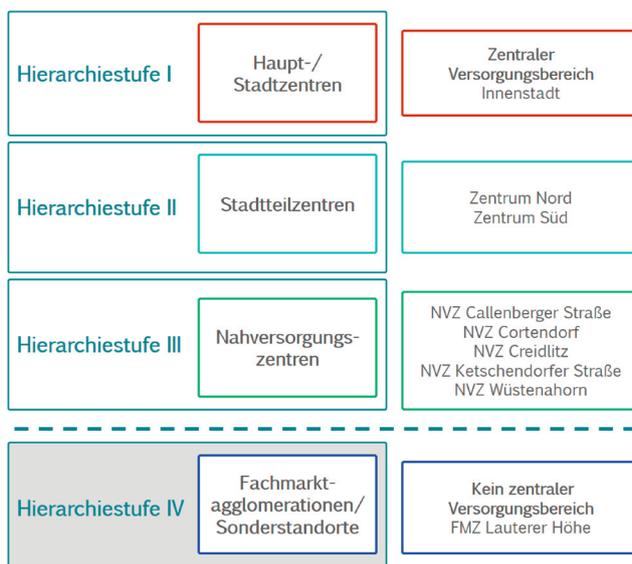
Der Fachmarktstandort Lauterer Höhe entfaltet wegen seines umfassenden Angebotes auch eine regionale Wirkung und stellt eine wesentliche und wichtige Ergänzung des Coburger Einzelhandelsangebotes dar. Aufgrund der dort vorrangig anzusiedelnden nicht zentrenrelevanten Sortimente ist die Lauterer Höhe nicht als Zentraler Versorgungsbereich auszuweisen. Die weiteren Nahversorgungsangebote in integrierter Lage dienen der wohnortnahen Grundversorgung und sollten bei Auswirkungsanalysen zukünftiger Ansiedlungsvorhaben berücksichtigt werden.

Entwicklungsperspektiven der Zentren

Der Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt erstreckt sich von der Bahnhofstraße im Norden bis hin zu Schützenstraße/ Berliner Platz im Süden. Im Westen verläuft die Grenze zunächst entlang der Hindenburgstraße, dann im Bereich der Mohrenstraße entlang der Itz, im weiteren Verlauf dann über die Löwen- und Viktoriastraße, den Ernstplatz und die Goethestraße bis zur Schützenstraße. Im Osten bilden Allee, Schlossplatz, Wettiner Anlage und Untere Anlage bis zum Berliner Platz die Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs (vgl. Abb. 7.1/1 bzw. 7.4/3). Ziel eines florierenden Einzelhandelsstandortes sollte stets ein weiteres Wachstum sein. Für die Coburger Innenstadt sollte dabei die qualitative Weiterentwicklung des Einzelhandelsbestandes und des ergänzenden Angebotes einer quantitativen Erweiterung vorgezogen werden. Zudem wäre eine Fortentwicklung der städtebaulichen Qualität wünschenswert. Um die Qualität des Einzelhandels noch weiter verbessern zu können, müssen die aktuell noch vorhandenen Branchen- und Konzeptlücken geschlossen werden. Zu nennen sind hierbei insbesondere die Branchen Bekleidung, Schuhe sowie Drogerie- und Parfümeriewaren. Zudem sind branchenübergreifende und innovative Konzepte zur Qualitätssteigerung gefragt, die bevorzugt von inhabergeführten Geschäften aufgegriffen und umgesetzt werden.

Größere leer stehende Flächen stellen als Entwicklungsfläche die Chance dar, attraktive neue Anbieter im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu etablieren. Die aktuell bestehenden Entwicklungsflächen, die zu einer Angebotsergänzung genutzt werden können, sind vor allem die in der 1A-Lage sowie der Ketschengasse befindlichen Immobilien. Hier wäre es möglich, weitere »Pop-up stores«, die in Coburg schon länger als innovative Nutzungsform eingesetzt werden (z.B. die »Gute Stube«) als temporäre Maßnahmen in der Innenstadt zu etablieren. Leerstände

Abb. 7.4/2 Zentrenhierarchie Coburg (Quelle: eigene Darstellung, CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)



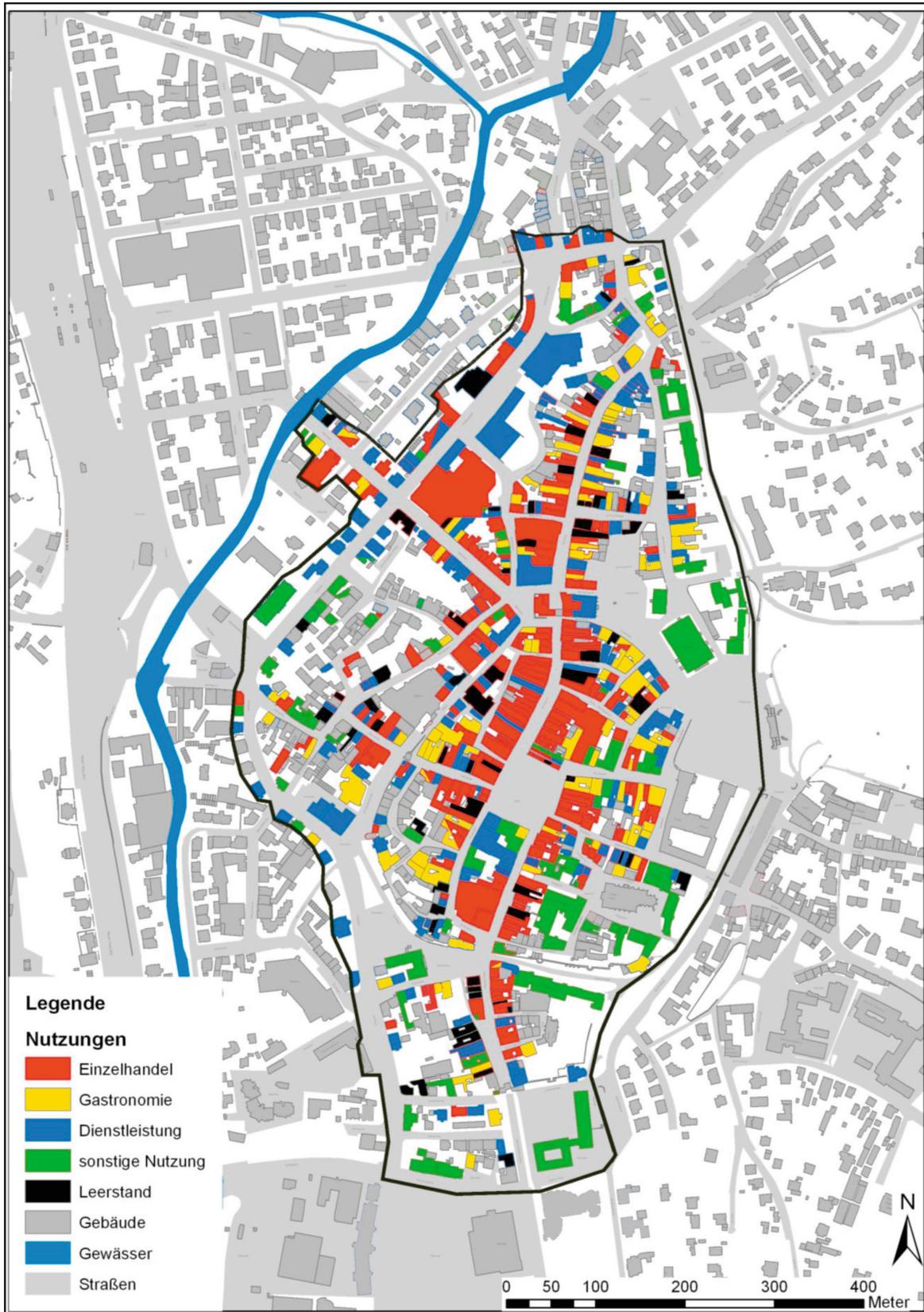


Abb. 7.4/3 Nutzungskartierung Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Coburg
(Quelle: Stadt Coburg, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management, 2017)

der weniger frequenzstarken Nebenlagen könnten »Coworking spaces« (Bürogemeinschaften, in denen verschiedene Berufsbereiche mit ähnlicher, z.B. kreativer Ausrichtung, zusammen arbeiten) aufnehmen.

Daneben ist die Coburger Innenstadt als Einkaufs-, Kultur- und Erlebnisinnenstadt weiter zu profilieren. Durch eine Kundenbindungsoffensive der einzelnen Betriebe zusammen mit Zentrum Coburg, dem Citymanagement und der Stadt kann der Servicegedanke in den Mittelpunkt gestellt werden und die Innenstadt als Ganzes zum Erlebnis für die Kunden gemacht werden. Um die Aufenthaltsqualität noch weiter zu steigern, müssen Online- und Offline-Strategien genutzt werden. Die Innenstadt muss also vom Verkaufs- zum Kommunikationsstandort werden (Persönlichkeit entwickeln). Um eine Qualitätssteigerung und eine Profilierung der Coburger Innenstadt zu erreichen, sollte sich zunächst auf Lagen mit Nachholbedarf konzentriert werden. Hier sind vor allem die Lagen Mauer, Mohrenstraße und Steinweg zu nennen. Für die innerstädtische Weiterentwicklung bestehen keine Sortimentsbeschränkungen.

Stadtteilzentren

Das Stadtteilzentrum Nord umfasst einen um drei Straßen situierten Bereich an der Neustadter Straße, dem Vorderen Floßanger und dem südlichen Abschnitt der Rodacher Straße. Aktuell werden hier neben Waren des täglichen Bedarfs (u.a. zwei große Lebensmittelsupermärkte, zwei Getränkemärkte sowie ein Lebensmittel-discounter) auch innenstadtrelevante Sortimente angeboten (Sportartikel, Elektro, Heimtextilien und GPK). Somit bildet dieses Zentrum mehr als ein reines Nahversorgungszentrum und wird daher als Stadtteilzentrum geführt. Denkbar wäre die Ergänzung des Bestandes um einen Drogeriemarkt, um das Nahversorgungsangebot abzurunden, aber auch anderer Sortimente. Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben mit den

Hauptsortimenten Bekleidung, Schuhe, Sport und Drogerie ist jedoch unzulässig. Generell muss bei einer weiteren Ansiedlung von Einzelhandel stets geprüft werden, ob nicht eine Ansiedlung im Zentralen Versorgungsbereich möglich wäre. Ähnlich verhält es sich mit dem (perspektivischen) Stadtteilzentrum Süd. Es beinhaltet den Bereich an der Bamberger Straße, der aktuell von einem Supermarkt im Norden und einer Tankstelle an der Ernst-Faber-Straße im Süden begrenzt wird. Dieses Zentrum befindet sich noch auf dem Weg zu einem Stadtteilzentrum. Auch hier gilt, dass Ansiedlungsvorhaben zunächst immer einer möglichen Ansiedlung im ZV Innenstadt gegenübergestellt werden. Möglich wären hier sowie im Zentrum Nord generell Ansiedlungen auch innenstadtrelevanter Sortimente. In beiden Stadtteilzentren sind jedoch keine Ansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsvorhaben mit den Hauptsortimenten Bekleidung, Schuhe, Sport und Drogerie zulässig.

Fachmarktzentrum Lauterer Höhe

Im einzigen Fachmarktzentrum der Stadt befinden sich neben den Angeboten des täglichen Bedarfs (ein Supermarkt, ein Lebensmitteldiscounter, ein Getränkemarkt, eine Apotheke, ein Drogeriemarkt sowie Lebensmittelhandwerk) und einem Elektrofachmarkt auch nicht zentrenrelevante Sortimente wie Baumarktartikel und Möbel. Die innerhalb der Innenstadt oder der Stadtteilzentren räumlich nicht mögliche Ansiedlung des Elektrofachmarktes bedeutet aufgrund seiner Verlagerung aus dem Mittelzentrum Rödental ins Oberzentrum eine sinnvolle Entwicklung. Zukünftig sollten jedoch keine innenstadtrelevanten Sortimente in diesem FMZ angesiedelt werden. Dabei müssen auch die maßgeblichen Randsortimente potentieller Anbieter überprüft werden. Aktuell hält sich der innenstadtrelevante Sortimentsbereich an diesem Standort erfreulicherweise noch in Grenzen.

Nahversorgungszentren

Innerhalb der festgelegten Nahversorgungszentren Cortendorf, Callenberger Straße, Wüstenahorn, Ketschendorfer Straße und Creidlitz stehen Erhalt und Weiterentwicklung der Nahversorgungsfunktion im Vordergrund. Die anzusiedelnden Sortimente sind auf den Nahversorgungsbedarf und den ergänzenden Innenstadtbedarf (Apotheken, Drogeriebedarf, Papier- und Schreibwaren sowie Zeitschriften) festzulegen.

Das Nahversorgungszentrum Cortendorf deckt mit einem Netto Lebensmitteldiscounter, einem Getränkemarkt und einem Bäcker die Grundversorgung der umliegenden Wohngebiete ab. Zudem befindet sich an diesem Standort auch ein Matratzengeschäft. Die Angebotsstruktur weist in diesem Gebiet nur geringe Highlights auf.

Im Nahversorgungszentrum Callenberger Straße sind ein Aldi Lebensmitteldiscounter, ein Sagasser Getränkemarkt, ein denn's Biomarkt, ein dm Drogeriemarkt sowie Lotto Wöhner vorhanden. Dieser Standort ist modern und zeitgemäß aufgestellt und bietet gute Parkmöglichkeiten. Er schließt mit dem gehobenen Angebot des Biomarktes eine Versorgungslücke in Coburg. Das in Entwicklung befindliche ehemalige Brockardtareal bildet den nördlichen Teil dieses Nahversorgungszentrums.

Im NVZ Wüstenahorn befindet sich lediglich ein sehr kleiner Netto Lebensmitteldiscounter, der von einem Bäcker und einem Metzger ergänzt wird. Das Angebot deckt ausschließlich den Lebensmittelbereich ab. Auch hier ist eine Vergrößerung des Nettomarktes sowie ggfs. die Ergänzung des Angebotes um ein erweitertes Drogeriewaren-Sortiment empfehlenswert, das aktuell in Teilen nur von einer Apotheke in fußläufiger Entfernung geboten wird.

Das Nahversorgungszentrum Ketschendorfer Straße bietet für die östlich angrenzenden Wohngebiete eine gute Versorgungsstruktur.

An diesem Standort befinden sich ein Edeka-Supermarkt, ein Lidl Lebensmitteldiscounter sowie ein dm Drogeriemarkt. Ergänzt werden diese Nahversorger durch einen Tedi und eine Tankstelle. Um die Nahversorgung dort zu sichern, sind die Betriebe im Bestand zu pflegen und gegebenenfalls einem steigenden Verkaufsflächenbedarf anzupassen.

Zur Versorgung der umliegenden Bevölkerung ist das Nahversorgungszentrum Creidlitz mit einem Aldi Lebensmitteldiscounter und einem Bäcker in fußläufiger Erreichbarkeit gut aufgestellt. Ein großer Weinhandel ergänzt das kurzfristige Angebot, ist allerdings vom Aldi Lebensmitteldiscounter bereits kaum noch fußläufig zu erreichen. Über den nahversorgungsrelevanten Bedarf hinaus bietet der Standort noch zusätzliche Angebote, u.a. innerhalb des langfristigen Bedarfsbereiches in Gestalt eines toom Baumarktes. Ein Entwicklungshemmnis stellt die begrenzende Wirkung der Bundesstraße B4 auf der einen und der Bahngleise auf der anderen Seite dar. Das NVZ wirkt dadurch sehr langgestreckt. Kopplungswirkungen zwischen den Betrieben können sich somit nicht vollständig entwickeln. Zur Aufrechterhaltung einer ausreichenden Nahversorgung ist die Struktur des Zentrums gerade wegen der suboptimalen Verteilung der Betriebe unbedingt zu stärken und gegebenenfalls weiterer Entwicklungsspielraum einzuräumen.

Außerhalb der definierten Zentren

Hier können Einzelhandelsbetriebe mit Hauptsortimenten des Innenstadtbedarfs sowie des Nahversorgungsbedarfes zugelassen werden, wenn sie in städtebaulich integrierten Lagen geplant sind und von ihnen keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich zu erwarten sind. Negative Auswirkungen sind laut LEP 2013 in der Regel dann nicht anzunehmen, wenn diese Betriebe die Schwelle der Großflächigkeit nicht überschreiten (Regelvermutungsgrenze von 800 m² Verkaufsfläche) und der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw.

Nahbereich dieser Betriebe dienen (z.B. zur Versorgung in einem Allgemeinen Wohngebiet). Dies bedeutet zugleich den weitgehenden Ausschluss solcher Betriebe bzw. der Einzelhandelsnutzung in den Bereichen Innenstadt- und Nahversorgungsbedarf generell außerhalb der festgelegten Zentren. Der Ausschluss hat durch entsprechende bauplanungsrechtliche Steuerung zu erfolgen. Als Instrument bieten sich §1.5, §1.9 (zum Ausschluss einzelner Nutzungsarten der §2 und §4 bis §9 BauNVO) sowie §11.3 BauNVO an.

Bevorzugt zu entwickeln ist in mehreren Stadtbereichen die wohnortnahe Versorgung mit einem nachfragegerechten Lebensmittelangebot. So hat statt des gewünschten Ausbaus der Nahversorgung die im 2008er ISEK als Nahversorgungszentrum eingestufte Einheit am Altenhofer Weg in Scheuerfeld ihre Funktion durch die Schließung des dortigen Edeka Nah + Gut verloren.

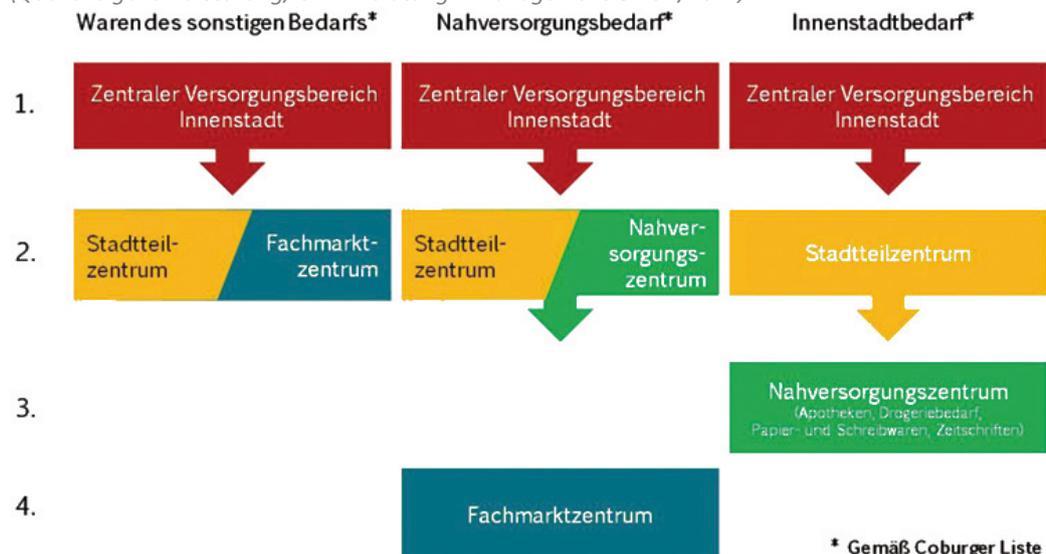
Im Bereich der unterversorgten Stadtteile Neu- und Neershof, Lützelbuch, Rögen und Seidmannsdorf mit zusammen 1.627 Einwohnern sowie in Scheuerfeld mit 2.231 Einwohnern (Stand jeweils 2014) ist die Einwohnerzahl für eine eigenständige Nahversorgung durch einen Supermarkt

oder Lebensmitteldiscounter als zu gering anzusehen. Ein Kleinflächenkonzept wie »tegut Lädchen« oder »Um's Eck« (www.ums-eck.de) würde mit dieser Einwohnerzahl jedoch auskommen. So würde sich zwar kein Nahversorgungszentrum, aber doch eine möglichst zentral gelegene Nahversorgungseinrichtung schaffen lassen.

Umsetzungshinweise bei potentiellen Einzelhandelsansiedlungen

Für neue Einzelhandelsbetriebe ist verpflichtend eine Ansiedlung im ZV Innenstadt zu prüfen. Ist diese dort nicht möglich oder auch nicht gewünscht (z.B. bei Waren des sonstigen Bedarfs), sind die beiden Stadtteilzentren (Hierarchiestufe 2) als Standort zu prüfen. Großflächige Einzelhandelsvorhaben mit den Hauptsortimenten Bekleidung, Schuhe, Sport und Drogerie sind ausschließlich im ZV Innenstadt unterzubringen. Für Nahversorger ist alternativ die Ansiedlung in einem der Nahversorgungszentren (Hierarchiestufe 3), bei Waren des sonstigen Bedarfs im Fachmarktzentrum Lauterer Höhe vorzunehmen. Da diesem bereits heute eine Nahversorgungsfunktion zukommt, ist es auch als Standort für Betriebe mit Nahversorgungsbedarf zu klassifizieren. Ansonsten ist die Lauterer Höhe bevorzugter Standort für Betriebe mit Sortimenten des sonstigen Bedarfs.

Abb. 7.4/4 Zentrenhierarchie und Standortprüfung bei Neuansiedlungen
(Quelle: eigene Darstellung, CIMA Beratung + Management GmbH, 2017)



8 Innenstadt: Entwicklungskonzept Städtebau und Einzelhandel

8.1 Bedeutung der Entwicklung seit 2008

Die Veränderungen der Rahmenbedingungen im Handel waren der Anlass für die Teilfortschreibung des ISEKs Coburg. Die allgemeinen Trends wie der Onlinehandel, aber auch lokale Veränderungen wie die Entstehung von Fachmärkten auf der Lauterer Höhe und konkurrierende Handelsentwicklungen mit innenstadtrelevanten Sortimenten in den Nachbargemeinden erfordern eine Anpassung der Ziele im Einzelhandel. Das 2008 als potentielle Entwicklungsfläche für den Einzelhandel gesehene Postareal ist mittlerweile durch andere Nutzungen belegt, weshalb keine größeren Entwicklungsareale in der Coburger Innenstadt zur Verfügung stehen.

Im Sinne einer integrierten Stadtentwicklung muss die Aufmerksamkeit jedoch auch auf Entwicklungen anderer innerstädtischer Nutzungen gerichtet werden. Die Umsetzung schnell wirksamer, wirtschaftsfördernder Maßnahmen mag naheliegend und erfolversprechend sein, doch langfristig ist der Handel darauf angewiesen, dass die Stadt ihre Qualitäten als Ort öffentlicher und gemeinnütziger Aufgaben, der Kultur und des Wohnens erhält.

Ein Blick auf die Situation in Coburg und auch auf die Entwicklungen in anderen mittelalterlich geprägten Städten zeigt, dass die Stadt gerade auch als Wohnstandort unter Druck steht. Gestiegene Wohnansprüche, wie Größe und flexible Nutzbarkeit der Wohnräume, Belichtung, Ruhe, Ausstattung, Nutzbarkeit des Wohnumfelds und Naherholungsmöglichkeiten, lassen das Leben in historischen Innenstädten unattraktiv erscheinen gegenüber außerhalb gelegenen Wohngebieten. Das Wohnen ist aber die Voraussetzung für die Entstehung öffentlichen Lebens und die Existenzgrundlage für viele andere Funktionen der Stadt – auch des Handels. Für die weitere Entwicklung Coburgs bedeutet dies, das Augenmerk darauf zu legen, die Innenstadt auf die Erfüllung vielfältiger Bedürfnisse auszurichten und insgesamt attraktiver zu machen.

Der Ansatz dieses Konzeptes ist daher, den Charakter der Innenstadt und ihrer Quartiere Altstadt mit Schlossquartier, Ketschenvorstadt, Judenvorstadt und Steinwegvorstadt (s. Abb. 8.4/3) weiterzuentwickeln. Anhand der Leitziele soll die Ausprägung wichtiger Qualitäten im Blickfeld behalten werden, an der die verschiedenen Akteure der Innenstadt im Rahmen der empfohlenen Handlungsfelder mitwirken können.

Die Profilierung der Quartiere und die quartiersbezogenen Maßnahmen sind Bestandteil einer differenzierten Weiterentwicklung, welche die Stärkung der unterschiedlichen Handelslagen und des sozialen Zusammenhalts in den Stadtteilen zum Ziel hat. Der Entwicklungsschwerpunkt der nächsten Jahre soll dabei auf die Steinwegvorstadt gelegt werden. Dies erfordern die baulich-strukturellen Schwächen, der Sanierungsbedarf der Bausubstanz und die funktionalen Veränderungen der letzten Jahre mit dem Rückgang des Handels und der Entstehung von Abendgastronomie. Wesentlich ist die Stärkung des Wohnens in den Obergeschossen in diesem Quartier.

8.2 Empfehlungen zur Koordination und Förderung von Maßnahmen

Die erfolgreiche Umsetzung der auf S. 84 ff. empfohlenen Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Innenstadt erfordert das gemeinsame Handeln aller Beteiligten. Außer der Stadt und weiterer öffentlicher Aufgabenträger ist auch das Engagement von Privatpersonen, wie Gewerbetreibenden, Eigentümern und Bewohnern, gefragt. Die Vielzahl der Akteure und deren unterschiedliche Möglichkeiten der Mitwirkung macht die Koordination und Finanzierung der Maßnahmen zu einer anspruchsvollen Aufgabe. Es ist daher zu empfehlen, im Vorfeld geeignete Lösungen für eine sukzessive Umsetzung des Konzepts zu entwickeln.

Bereits vorhanden ist in Coburg ein Citymanagement, das als Ansprechpartner für Einzelhändler und Dienstleister dient und deren Anliegen mit öffentlichen Stellen und privaten Akteuren abstimmt. Die Planung und Durchführung einzelhandelsrelevanter Maßnahmen kann durch das Citymanagement auf diese Weise wirkungsvoll unterstützt werden.

Einrichtung von Quartiersmanagements und Projektfonds

Um auch bauliche und gestalterische Verfahrensschritte betreuen zu können, die auf Grundlage der Ergebnisse der ISEK Teilfortschreibung erforderlich sind, ist die Beauftragung eines geeigneten Quartiersmanagements zu empfehlen. Dieses organisiert, unterstützt und berät in einem Stadtteilbüro vor Ort die Akteure der Stadtteile bei quartiersbezogenen Projekten und Maßnahmen. Die Tätigkeit des Quartiersmanagers beinhaltet zugleich Aufgaben als Initiator, aber auch Moderator, Vermittler und Berater für verschiedene Interessengruppen der Beteiligten. In Kooperation mit dem vorhandenen Citymanagement kann so der Rahmen für eine integrierte Entwicklung der beiden fachlichen Schwerpunkte der ISEK Teilfortschreibung »Städtebau und Einzelhandel« geschaffen werden.

Zur Erhöhung des finanziellen Handlungsspielraums wird empfohlen, Projektfonds als städtebauliches Instrument einzurichten. Üblicherweise setzt sich ein Projektfonds zu verschiedenen Teilen aus öffentlichen und privaten Mitteln zusammen. Es wird empfohlen, die Möglichkeit einer Bezuschussung aus Fördermitteln zu prüfen.

Ziel ist es, mithilfe der Projektfonds Anreize für privates Engagement zu schaffen und die kurzfristige Umsetzung kleiner privater Maßnahmen zu fördern, die im Sinne der ISEK Teilfortschreibung zur Weiterentwicklung der Innenstadtquartiere beitragen. Verwaltet werden die Fonds vom jeweiligen Quartiersmanagement und können zusätzlich eingesetzt werden für z.B.:

- Gestaltungsprojekte im öffentlichen Raum (keine baulichen Umgestaltungen)
- organisatorische und planerische Maßnahmen, wie Umfragen, Schulungen, Konzeptentwicklungen
- Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Charakters/Verbesserung der Außenwirkung der Innenstadt
- Quartiersfeste, Ausstellungen, Mitmachaktionen
- lokale Initiativen, Vereine
- kreative Projekte, die zur Belebung und Profilierung der einzelnen Quartiere beitragen

In diesen Anwendungsfeldern werden in Coburg bereits zahlreiche Maßnahmen unternommen, weshalb die Projektfonds als zusätzliches Instrument verstanden werden müssen.

8.3 Fünf Leitziele und Handlungsfelder

Leitziel 1: NÄHE

Nähe ist sowohl geographisch wie auch sozial zu verstehen und meint die Nähe zu anderen Nutzungen, Einrichtungen, Räumen, Angeboten, Menschen. Sie ermöglicht das unmittelbare persönliche Erleben, das Gegenüber des Anderen, den unmittelbaren Austausch. Nähe produziert den Augenblick, die reale erlebbare Welt und steht im Gegensatz zur digitalen, medialen Kommunikation.

Nähe ist abhängig von kurzen Wegen und leidet unter funktionaler Trennung und erzwungener Distanz. Nähe wird umgekehrt unterstützt durch kleinteilige Mischung, komfortable Erreichbarkeit, gute Wahrnehmbarkeit.

Coburgs Innenstadt ist in ihrer gesamten Grundstruktur für diese Art des Austauschs besonders qualifiziert – von der kleinteiligen Parzellierung in Streubesitz, den damit verbundenen Akteuren als Eigentümer, Dienstleister, Händler, sowie der hieraus



Abb. 8.3/1 Übergang Ketschengasse/Albertsplatz

resultierenden Vielfalt und Mischung von Läden, Gastronomie, öffentlichen Einrichtungen. Getragen wird dies durch die sichtbare Gegenwart von Menschen, die hier wohnen und leben.

Abb. 8.3/2 Markt



	Altstadt	Ketschen- vorstadt	Judenvor- stadt	Steinweg- vorstadt
Handlungsfelder Städtebau				
▪ Aufwertung des Wohnumfelds zur Förderung öffentlichen Lebens	■	■	■	■
▪ Konsequente Orientierung von Neubauten zum öffentlichen Raum	■	■	■	■
▪ Stärkung aller Fuß- und Radwege zur Stadtmitte – Anbindung der Innenstadt an angrenzende Gebiete sowie touristische und überregionale Radwege	■	■	■	■
▪ Räumlich selbsterklärende Wege zwischen Parkhäusern und Handelslagen	✓	✓	✓	■
▪ Verbesserung der Erreichbarkeit durch Querungshilfen an Verkehrsstraßen	▣	▣	▣	▣
Handlungsfelder Einzelhandel				
▪ Stärkung von Kopplungseffekten und Kooperation zwischen Lagen, Standorten und Betrieben	■	□	■	■
▪ Unterstützung innerstädtischer Betriebsansiedlungen in festgelegten Branchen und Lagen mit Nachholbedarf (z.B. Mauer, Mohrenstraße, Steinweg)	■	□	■	■
▪ Unterstützung von Verlagerungen abgelegener Betriebe in die Innenstadt	▣	□	■	▣
▪ Einbeziehung der Innenstadtbewohner und -besucher durch eine qualitative Befragung	■	■	■	■
▪ Ausbau der Nahversorgungsmöglichkeiten	■	■	■	■

- Priorität**
- Hoch
 - ▣ Mittel
 - Gering
- ✓ Anforderung erfüllt
— Keine Relevanz

Leitziel 2: INDIVIDUALITÄT

Das Faszinierende Coburgs liegt in seiner Besonderheit, die sich aus der geografischen Lage, der Landschaft, der Geschichte entwickelt hat. Im Laufe der Jahrhunderte entstand so ein stadt- und sozialräumliches Gefüge von Straßen, Plätzen und Häusern. Viele Generationen haben ihre Spuren hinterlassen – die heutigen wirken weiter als Eigentümer, Gastronomen, Einzelhändler oder Bewohner an der Erhaltung und Entwicklung mit.



Abb. 8.3/3 Individuelle Gestaltung von Warenauslagen

Angesichts wachsender globaler Einflüsse besteht die Gefahr zunehmender Vereinheitlichung und des Verlusts des eigenen Profils. Coburg kann sich deshalb nicht allein auf seine reiche Geschichte berufen, sondern muss seine Identität auch aus seiner ständigen Erneuerung gewinnen. Die Ausgangsbasis ist jedoch ausgesprochen positiv, gerade auch in Handel und Gastronomie, die durch überdurchschnittlich viele

inhabergeführte Betriebe gekennzeichnet ist. Deren Individualität, Vielfalt und Qualität ihres Angebots tragen wesentlich zur Attraktivität der Innenstadt bei, machen sie einzigartig und müssen im Mittelpunkt auch der weiteren Ausbildung einer besonderen Stadtpersönlichkeit stehen.

Abb. 8.3/4 Schloss Ehrenburg und Veste (Hintergrund)



	Altstadt	Ketschen- vorstadt	Judenvor- stadt	Steinweg- vorstadt
Handlungsfelder Städtebau				
▪ Profilierung der Innenstadt und der drei Vorstädte: Ausprägung der jeweiligen Charaktere, Mischungen, Besonderheiten, Themenschwerpunkte	■	■	■	■
▪ Schaffung von Quartiersplätzen als Mitte für jedes Quartier	✓	✓	■	■
▪ Abgestimmte Gestaltung der Oberflächen von Straßen, Gassen und Plätzen: Standards je Quartier definieren	■	■	■	■
▪ Gestaltungsprinzipien für Außengastro- nomie und andere Sondernutzungen mit Qualitätsstandards	▣	▣	▣	▣
▪ Entwicklung eines abgestuften Lichtkonzepts	▣	▣	▣	▣
Handlungsfelder Einzelhandel				
▪ Stärkung der Profilierung und Positionie- rung der Betriebe (Crosschannel- und Store-Checks)	■	■	■	■
▪ Optimierung von Warenpräsentation, La- dengestaltung, Außenauftritt und Fernwir- kung	■	□	■	■
▪ Ermöglichung von Pop-Up- und Co-Working-Initiativen (Nutzungen leer stehender Gebäude: Arbeitsplätze für Stu- denten, Seminarräume o. ä.)	▣	▣	▣	▣
▪ Ausbau der Personifizierung (Inhaber, An- gestellte) zur betrieblichen Profilierung und Kundenbindung	▣	▣	▣	▣
▪ Verbesserung des aktiven Shoppingtouris- mus und Stärkung der Kopplungseffekte zwischen Tourismus und Einzelhandel	▣	▣	▣	▣
▪ Lokale Schulungen und Qualifizierungen	▣	▣	▣	▣

Priorität

- Hoch
- ▣ Mittel
- Gering

- ✓ Anforderung erfüllt
- Keine Relevanz

Leitziel 3: KOMFORT

Mit dem Leben in der Stadt werden nicht nur Erwartungen an vielfältige Angebote, anregende Atmosphäre und Begegnungen verknüpft. Insgesamt geht es unter diesem Leitziel um Bequemlichkeit und Behaglichkeit, die den Nutzern geboten werden. Dabei entwickeln Bewohner, Arbeitende, Kunden, Besucher, alte Menschen oder Kinder sehr unterschiedliche und teilweise kontroverse Ansprüche und Bedürfnisse. Angesprochen werden unter dem Leitziel »Komfort« Themen wie Orientierung, Erreichbarkeit, Sauberkeit, Sicherheit, kurze Wege, Barrierefreiheit, Ausstattung, Angebotsvielfalt, Service.

Der Anspruch an Komfort muss jedoch seine Grenzen finden, wenn es um Bewahrung struktureller Eigenschaften der Stadt bzw. der Quartiere geht. Mit der städtebaulichen Vorstellung der mittelalterlichen Stadt ist eine andere Komfor-

terwartung verbunden als etwa an ein modernes Shoppingcenter. Nicht alle aus der Topographie resultierenden Höhenunterschiede können und sollten barrierefrei und rollstuhlgerecht umgestaltet werden. Die Intensität des Erlebens wird weniger durch besonderen Komfort bewirkt, sondern vielmehr auch durch eine gewisse Unbequemlichkeit (oder auch Diskomfort), die eine individuelle Herausforderung darstellt. Gerade für junge Menschen kann das Unkomfortable attraktiv sein, während die Komforterwartung mit dem Alter der Nutzer zunimmt. Dieser Widerspruch kann sich in den Leitzielen »Individualität« und »Erlebbarkeit« ausdrücken, die gegensätzliche Anforderungen stellen können und deshalb untereinander abzuwägen sind. Wesentlich ist der Aspekt des Komforts besonders im Bereich des Einzelhandels, da hier durch den Internethandel neue Komforterwartungen entstanden sind.

Abb. 8.3/5 Neu gestaltete Oberflächen in der Ketschenvorstadt



	Altstadt	Ketschen- vorstadt	Judenvor- stadt	Steinweg- vorstadt
Handlungsfelder Städtebau				
▪ Verbesserung der Parkraumbewirtschaftung: Vermeidung von Parksuchverkehr, bessere Auslastung der Parkhäuser, kostengünstige Angebote für Anwohnerparken	■	■	■	■
▪ Konzept zur Stärkung der Fahrradnutzung: Fahrradverleihsysteme, Erweiterung Abstellmöglichkeiten und E-Bike als Potential	▣	▣	▣	▣
▪ Rahmenkonzept: Differenzierung Komfortzonen (z.B. Barrierefreiheit auf allen Hauptverbindungen)	▣	▣	▣	▣
Handlungsfelder Einzelhandel				
▪ Abstimmung einheitlicher Öffnungszeiten	■	■	■	■
▪ Ausbau des Themas Convenience (in Angebots- und Ladengestaltung, durch Leistungen wie Warenabholung, Reparaturannahme) als moderne Form der Kundenorientierung	■	■	■	■
▪ Eindeutige Quartiers- und Lagenkennzeichnung zur Förderung der Wahrnehmung und Orientierung	▣	▣	▣	▣
▪ Einsatz digitaler Kundenbindungsinstrumente	■	■	■	■
▪ Testimonial-Kampagne zur Neukundengewinnung	▣	▣	▣	▣
▪ Förderung Barrierefreiheit in gewerblich genutzten Gebäuden	▣	▣	▣	▣
▪ Kundenbetreuung im öffentlichen Raum, z.B. durch Ausbildung der Parkraumüberwachung zu City-Servicekräften	▣	▣	▣	▣
▪ Zentrale Kundenservicestelle (stationär und digital)	□	□	□	□

Priorität

- Hoch
- ▣ Mittel
- Gering

✓ Anforderung erfüllt
— Keine Relevanz

Leitziel 4: STABILITÄT

Städte und ihre komplexen sozialen, politischen, wirtschaftlichen Zusammenhänge können mit Ökosystemen verglichen werden, die sich unterschiedlich widerstandsfähig gegen Veränderungen der Rahmenbedingungen und äußere Einflüsse zeigen. Während manche bei Störungen kollabieren, zeigen sich andere robust und anpassungsfähig – eine Eigenschaft, die heute allgemein als Resilienz bezeichnet wird.

Coburg hat wie die europäischen Städte im Allgemeinen seine besondere Überlebensfähigkeit über Jahrhunderte hinweg bis heute beweisen können. Hierbei hat sich die Aufteilung der Verantwortung auf viele Akteure als besonders tragfähig erwiesen. Mit der kleinteiligen Gliederung der Stadt in Viertel, Straßen und Parzellen wurde die dauerhafte Struktur für eine vielfältige Arbeitsteilung gelegt, die bis heute wirksam ist. Mit der Vergrößerung der Strukturen wird das System Stadt

empfindlicher, wie das auch am Coburger Stadtgrundriss zu sehen ist: Wenn große Einheiten ausfallen, kann das gesamte System gefährdet sein. Der Vielfalt der Akteure entspricht eine vielseitige Handlungs- und Anpassungsfähigkeit. Diese Robustheit oder Resilienz wird unter dem vierten Leitziel als besonderer Wert gesehen und gefördert.

Priorität

- Hoch
- ▣ Mittel
- Gering

- ✓ Anforderung erfüllt
- Keine Relevanz

Abb. 8.316 Kleinteiligkeit – ein wichtiges Kriterium für die Widerstandsfähigkeit der Stadt.



	Altstadt	Ketschen- vorstadt	Judenvor- stadt	Steinweg- vorstadt
Handlungsfelder Städtebau				
▪ Baurechtliche Sicherung der Parzellen- und Baustruktur	■	■	■	■
▪ Rahmenkonzept für Stadtbild- und Denkmalpflege	■	■	■	■
▪ Förderung des Wohnens im Bestand	■	■	■	■
▪ Förderung von Altbausanierungen, maßvolle Sanierung der Altbausubstanz	■	■	■	■
▪ Konfliktvermeidung: verträgliche Nutzungsmischungen fördern	■	■	■	■
▪ Auslotung von Entwicklungsspielräumen	□	□	■	■
▪ Gründung/Unterstützung von lokalen Initiativen, wie Stadtteil- und Bürgervereinen	◻	◻	◻	◻
▪ Generierung studentischer Milieus	□	□	□	■
Handlungsfelder Einzelhandel				
▪ Gründung von Standortgemeinschaften	■	■	■	■
▪ Wiederbesetzung von prägenden Leerständen	■	■	■	■
▪ Citykonjunkturprogramm – Modernisierung, Profilierung, Qualifizierung, Kooperation	■	■	■	■
▪ Schließung der Branchen- und Konzeptlücken	■	■	◻	◻
▪ Regionale Abstimmung der Flächen- und Standortentwicklung zur Vermeidung von Kannibalisierungseffekten innerhalb der Region	■	■	■	■
▪ Ansiedlung ergänzender mittelständischer Unternehmen zum Ausbau eines Coburgspezifischen Angebotsmixes durch branchenübergreifende innovative Konzepte, bevorzugt inhabergeführt	■	■	■	■
▪ Erhöhung der gemeinsamen Stammkundenbindung	■	■	■	■
▪ Systematischer Ausbau von betriebs- und branchenübergreifendem Empfehlungsmarketing/Cross-Selling	■	■	■	■
▪ Online-Warenkorb, unternehmensübergreifend	◻	◻	◻	◻
▪ Kontrollierte Flächenzusammenlegungen	◻	◻	■	◻
▪ Sicherung der Unternehmensnachfolge im Einzelhandel	■	■	■	■

Leitziel 5: ERLEBBARKEIT

Die Attraktivität Coburgs muss weniger an der Größe, Quantität und Preisgunst festgemacht werden als vielmehr an ihren kulturellen, gastronomischen, geschäftlichen Qualitäten – und der Art, wie sich diese in der Stadt erschließen lassen und präsentieren. Die Erlebbarkeit ist eng verknüpft mit der Hierarchie der Stadträume und der Hauptwege und spiegelt sich in den abgestuften Einkaufslagen wider. Diese Hierarchie ist strukturell im Stadtgrundriss verankert und damit kaum veränderlich. Aber es stellt sich die Aufgabe, die verschiedenen Eigenarten, Qualitäten, Besonderheiten sichtbar und erlebbar zu machen. Dies betrifft wiederum alle Ebenen: von der Stadtgeschichte und dem Stadtraum über Architektur, Kultur, Gastronomie und Handel bis zu Festen, kulturellen Veranstaltungen und sonstigen Events. Grundlage hierfür kann nur die Authentizität sein. Alles Künstliche und Aufgesetzte würde das Profil Coburgs beeinträchtigen. Im Gegensatz zur medialen Kommunikation stehen in der städtischen Welt die unmittelbare Begegnung und das reale



Abb. 8.3/7 Coburg – Stadt mit hohem Erlebniswert!

Erleben im Vordergrund. Die Städte sind hier zunehmend gefordert, durch besondere Ereignisse die Erlebnisqualität gezielt zu steigern. Feste, Märkte, kulturelle Veranstaltungen, Festivals und Kongresse bieten die Chance, die Stadt und ihre Geschichte zu thematisieren und zum unverwechselbaren Erlebnis zu gestalten. Mit dem Ensemble von Landestheater, Schlossplatz, Ehrenburg, Hofgarten und Altstadt mit vielfältiger Gastronomie ist ein einmaliges Potential gegeben für eine weitergehende Inszenierung der Individualität Coburgs.

Abb. 8.3/8 Das neue Wasserspiel am Albertsplatz wird gut angenommen.



	Altstadt	Ketschen- vorstadt	Judenvor- stadt	Steinweg- vorstadt
Handlungsfelder Städtebau				
▪ Historische Nutzungen und Stadtstrukturen lesbar machen (z.B. Verlauf der früheren Stadtbefestigung)	✓	✓	■	■
▪ Stärkung des Grünzusammenhangs (z.B. Verbindung Untere Anlage – Wettiner Anlage – Schlossplatz – Allee im Kontext mit dem Hofgarten)	■	■	■	■
▪ Fluss-Erlebnis durch Zugänge zur Itz	—	—	■	■
▪ Schaffung von selbst erlebbaren Themenwegen	□	□	□	□
Handlungsfelder Einzelhandel				
▪ Weitere Profilierung als Einkaufs-, Kultur- und Erlebnisinnenstadt	■	■	■	■
▪ Schaffung von 100 % Präsenz des Angebots im Internet	■	■	■	■
▪ Transformationsmanagement – Digitaler Wandel Innenstadt (Modellprojekt Digitale Stadt)	■	■	■	■
▪ Verknüpfung Handel und Tourismus – auch im regionalen Kontext	■	■	■	■
▪ Thematische Kultur- und Einkaufsführungen	■	■	■	■
▪ Schulprojekttage zu Innenstadt und Handel zur frühzeitigen Sensibilisierung	□	□	□	□

- Priorität**
- Hoch
 - Mittel
 - Gering
- ✓ Anforderung erfüllt
— Keine Relevanz

8.4 Vier Innenstadtquartiere: Profilierung und Maßnahmen

Innerhalb der Innenstadt wurden vier Teilbereiche identifiziert, die aufgrund ihrer Lage, Geschichte und Ausprägung gemeinsame Merkmale aufweisen. Hierbei folgt die Strukturierung des Stadtgrundrisses den auch im Sprachgebrauch verankerten Begriffen, in denen die Entstehungsgeschichte der Stadt und ihre räumliche Ordnung zum Ausdruck kommen:

- Altstadt mit Schlossquartier
- Ketschenvorstadt
- Judenvorstadt
- Steinwegvorstadt mit Mohrenstraße

Diese Quartiere sollen in der weiteren Entwicklung mit ihren unterschiedlichen Profilen herausgearbeitet und erkennbar gemacht werden und

- zur Identität der einzelnen Quartiere und Selbstorganisation ihrer Bürgerschaft beitragen,
- Interessensgemeinschaften für Handel, Gastronomie und Gewerbetreibende erleichtern,
- für Besucher und Kunden die Orientierung und Auffindbarkeit verbessern,
- die Umsetzung der Entwicklungsziele durch gezielte Maßnahmen und Programme ermöglichen,
- die Generierung unterschiedlicher Erlebnisqualitäten herausstellen.

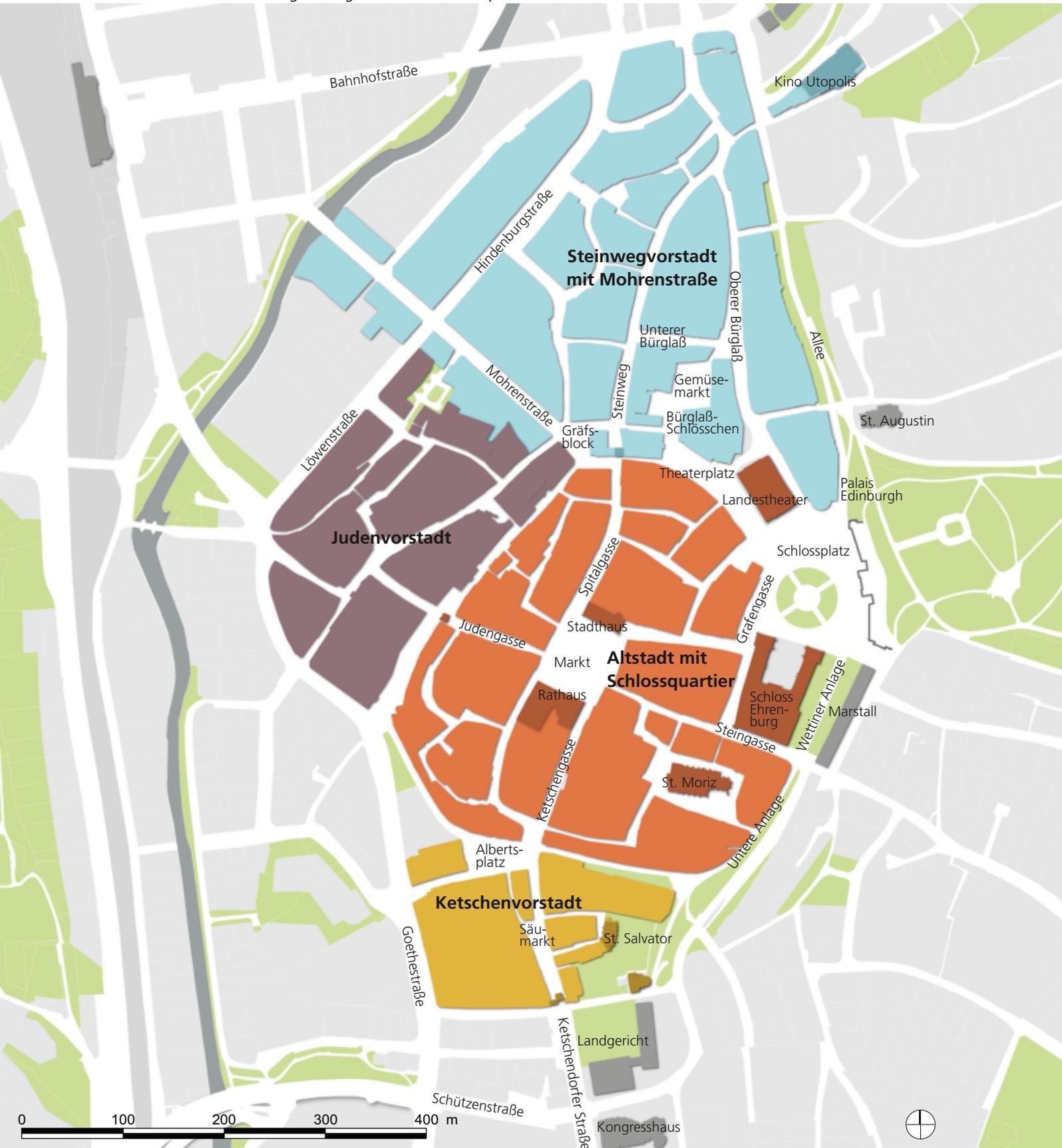


Abb. 8.4/1 Zentrum des Handels: Wochenmarkt auf dem Marktplatz.



Abb. 8.4/2 Mohrenstraße: Boulevardcharakter.

Abb. 8.4/3 Räumliche Abgrenzung der vier Innenstadtquartiere



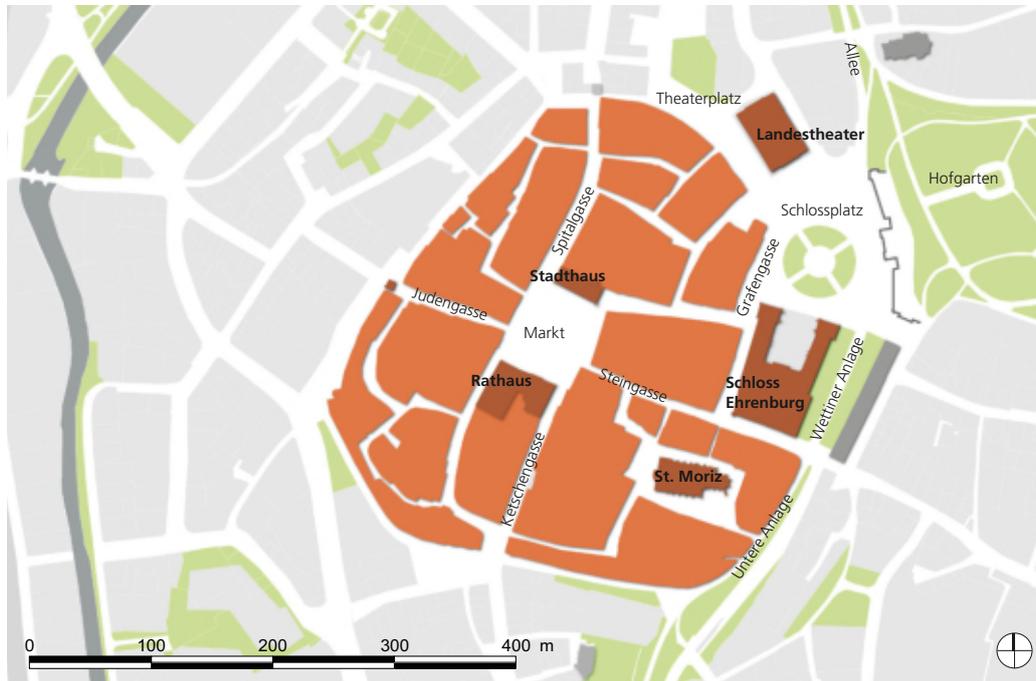


Abb. 8.4/4 Altstadt mit Schlossquartier

Altstadt mit Schlossquartier

Der mittelalterliche Stadtkern in seiner ersten Umgrenzung zusammen mit der Erweiterung der Residenzstadt mit Schloss Ehrenburg, Landestheater, Schlossplatz und Hofgarten bildet insgesamt das Coburg prägende Zentrum. Hier finden sich die wichtigsten Bauten und Einrichtungen des Handels, der Kultur, Gesellschaft und Politik. Die besten Einkaufslagen (1A-Lage) finden sich von hier ausgehend in der Spitalgasse und im Bereich um den Markt, sowie gute Einkaufslagen (1B) in der Herrengasse, Judengasse und Ketschengasse.

Die Bezeichnung »Altstadt mit Schlossquartier« ist nach außen für Touristen und Besucher sehr gut zu vermitteln und entspricht einem allgemeinen Sprachgebrauch. In Coburg selbst wird dies verallgemeinernd evtl. auch auf die Vorstädte bezogen. Korrekt unterscheidet jedoch auch das Denkmalkataster zwischen Altstadt als dem historischen Kern und den Vorstädten.

Die Einbeziehung des Schlossquartiers verdeutlicht die enge Verflechtung mit der Altstadt und der in diesem Bereich ausgeprägten Gastronomie und Einzelhandelslagen. Als zugehörig zum Schlossquartier werden Landestheater und Ehrenburg mit dem Theaterplatz, dem Schlossplatz, aber auch der Hofgarten bis zur Veste sowie die Promenaden der Unteren und Wettiner Anlage über Allee bis zum Rittersteich verstanden. Park und Promenade stellen ein wichtiges die Stadtgestalt prägendes Freiraumsystem dar, das die Altstadt und ihre südliche und nördliche Vorstadt verbindet. Mit dem Begriff »Schlossquartier« werden Qualität, historische Kraft und kulturgeschichtlicher Anspruch auf die gesamte Altstadt projiziert.

Mittelpunkt ist der Markt, der aufgrund der Straßen- und Wegeführung den eindeutigen Fokus der Stadt bildet. Hier wird gehandelt – ökonomisch und politisch. Der mittelalterliche Charakter dieses Bereichs ist in diesem Teil der Innenstadt am stärksten ausgeprägt. Der Stadtgrundriss und

Stärken	Schwächen
Völlig stimmiges Bild einer mittelalterlich geprägten Stadt	Starke, störende verkehrliche Belastung Theaterplatz, Grafengasse, Rückertstraße
Funktionierender sozialer, wirtschaftlicher, historischer Mittelpunkt Coburgs	Ketschengasse und Rosengasse (zwischen Albertsplatz und Markt) und Steingasse noch asphaltiert und mit Trennprofilen
Hohe Gestaltqualität der Gebäude und öffentlichen Räume	
Hohes Gestaltungsniveau im Einzelhandel	
Hohe Dichte kundenorientierter Nutzungen, insbesondere Einzelhandel und Gastronomie	
Relativ große Innenstadt, gemessen an der Größe Coburgs	
Alleinstellungsmerkmal: herausragende städtebauliche Konstellation mit Ehrenburg – Schlossplatz – Landestheater – Hofgarten – Veste	
Markt und Schlossplatz: Kristallisationsorte des öffentlichen und kulturellen Lebens	
Repräsentative Freiräume für vielfältige Veranstaltungen	

die Stadträume sind nahezu unverändert und entsprechen der mittelalterlichen Entstehung. Der gesamte mittelalterliche Kern der Stadt mit seinen Bauten ist denkmalgeschützt – wie auch das gesamte Schlossquartier mit Hofgarten und den aufgelassenen früheren Befestigungsanlagen.

Zielprofilierung

- Herz der Stadt
- Handel und Politik
- Bühne der Stadt
- Kultur und Genuss

Quartiers-/Stadtmitte

- Markt
- Schlossplatz

Maßnahmen

- Strukturell und übergeordnet
- Schaffung von zusätzlichen Verweil- und Aufenthaltsmöglichkeiten auf dem Schlossplatz
 - Shuttle-Service zur Veste, z.B. mit Elektrobusen

Öffentlicher Raum

- Verkehrsberuhigte Gestaltung der Grafengasse, Rückertstraße und Steingasse: Verbesserung der Querungsmöglichkeit für Fußgänger
- Aufwertung Kirchhof/Obere Kirchgasse/Pfarrgasse: Belebung der Erdgeschosse, Verbesserung der Nutzbarkeit der Platzränder (für z.B. Gastronomie)
- Umgestaltung in Rosengasse und Ketschengasse (Lückenschluss zwischen Albertsplatz und Markt)

Gebäude

- Sanierung Steingasse 7 und Aufwertung des Platzes vor dem Stadtarchiv. Verlegung des Parkens und Gestaltung als Aufenthaltsort (z.B. für Außengastronomie)

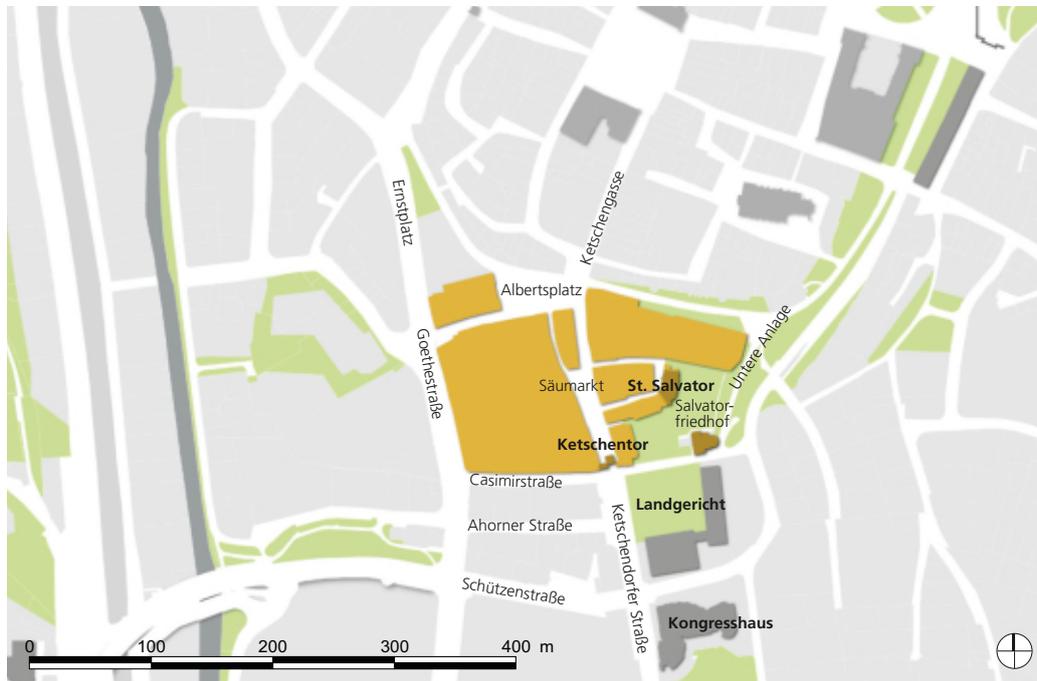


Abb. 8.4/5 Ketschenvorstadt

Ketschenvorstadt

Die Ketschenvorstadt umfasst die südliche mittelalterliche Stadterweiterung zwischen Goethestraße, Casimirstraße und Unterer Anlage – ein kleines Viertel, das sich vor dem ersten, inneren Ketschentor entlang der Ketschengasse mit Säumarkt entwickelt hatte und durch das heutige, zweite Ketschentor im Süden abgeschlossen wurde.

Auch hier ist die mittelalterliche Prägung in den öffentlichen Räumen und in der Parzellenstruktur ablesbar geblieben und vermittelt über die Fassaden einen räumlich geschlossenen Eindruck, obwohl die Bauten insgesamt aus den letzten sieben Jahrhunderten stammen.

Das Quartier mit Ketschengasse bildet das lebendige und stimmungsvolle Entrée von Süden, das bevorzugt von Touristen

genutzt wird. Die umfangreiche Sanierungs- und Neubaumaßnahme mit großer Tiefgarage, Wohn- und Geschäftsbauten mit Nahversorger hat zu einer wirksamen Aufwertung des Quartiers und seiner Geschäftslagen geführt. Zusammen mit der gestalterischen Aufwertung der öffentlichen Räume hat sich der Albertsplatz in Verbindung mit dem marktplatzähnlichen Säumarkt als Quartiersmittelpunkt herausgebildet. Ein wenig beachtetes Potential als kleiner Rückzugsraum besteht in dem etwas versteckt liegenden früheren Salvatorfriedhof.

Zielprofilierung

- Südliches Entrée der historischen Altstadt
- Individuelles Angebot

Quartiersmitte

- Albertsplatz

Stärken	Schwächen
Albertsplatz als gelungener Quartiersplatz und südliches Entrée der Stadt	Funktionale und gestalterische Barriere Goethestraße/Ernstplatz
Lage innerhalb der verbliebenen Stadttore: Gefühlte Innenstadt	
Vorbild für die Entwicklung der Steinwegvorstadt	
Entwickelt sich innerhalb des Einzelhandelsstandortes Innenstadt zu einer guten Individual- und Qualitätslage	

Maßnahmen

- Strukturell und übergeordnet
- Profilierung und Ausweisung als »touristisches Altstadtentrée«

Fußgänger und Radfahrer; u.a. Anpassung des Straßenquerschnitts, Reduzierung der Trennwirkung

- Öffentlicher Raum
- Aufwertung Untere Anlage und Umfeld
- Umgestaltung Casimirstraße, Ahorner Straße
- Umgestaltung Ketschendorfer Straße (zwischen Ketschentor und Kongresshaus): Verbesserung der Bedingungen für

Abb. 8.4/6 Albertsplatz





Abb. 8.417 Judenvorstadt

Judenvorstadt

Westlich der Altstadt vor deren Mauern hat sich seit dem 13./14. Jahrhundert eine weitere Vorstadt gebildet, die wegen ihrer jüdischen Bewohner bereits 1321 als Judenvorstadt beschrieben wurde. Eingefasst wurde diese ursprünglich durch Mühlgräben, an denen sich verschiedenes Handwerk ansiedelte, das in den Straßennamen Webergasse oder Walkmühlgasse fortlebt. Das fast dörflich wirkende Gefüge steht im Gegensatz zur geordneten und planmäßigen Struktur der Altstadt.

Zwischen dem Straßenzug Viktoriastraße – Löwenstraße und Mohrenstraße hat dieses Quartier bis heute seinen Charakter als einfaches Handwerker- und ruhiges Wohnviertel bewahrt.

Das Parkhaus Mauer stellt einen Maßstabswechsel im ansonsten kleinteiligen Parzellengefüge dar. In seinem Schatten

wird das Viertel weniger wahrgenommen und wirkt weniger öffentlich. Dies sichert jedoch auch seine Qualität als ruhiges Wohnviertel mit intimen Gassen. Lediglich ausgehend von der Mohrenstraße finden sich im nördlichen Ende der Webergasse Geschäftslagen der Innenstadt.

Ein räumlicher Quartiersmittelpunkt wie in der Ketschenvorstadt ist kaum erkennbar, obwohl hier historisch die Einmündung von Webergasse und Walkmühlgasse in die Judengasse als solch ein Platz gesehen wurde.

Zielprofilierung

- Wohnen, Leben, Arbeiten in der Stadt

Quartiersmitte

- Bisher nicht erlebbar – entwickeln!

Stärken	Schwächen
Attraktives und ruhiges innerstädtisches Wohnquartier: sensibel und schützenswert	Keine ausgeprägte Quartiersmitte vorhanden
Produktive Mischung: Geschichtliche Prägung als Handwerkerviertel, Nahversorgung, Bildung (VHS, Rückertschule), Kinderzentrum (KIZ)	Webergasse und Judengasse noch asphaltiert und mit Trennprofilen, schmale Gehwege, keine Vorflächen für Läden
Abwechslungsreiche Identität der Teilbereiche: Judenvorstadt, westliche Innenstadt	
Wohnliche Gassen mit überwiegend alter Bausubstanz, zum Teil Erneuerungsbedarf	

Maßnahmen

Strukturell und übergeordnet

- Maßvolle Erneuerung mit Rücksicht auf Bewohner – Sicherung der sozialen Mischung
- Ggf. Einrichtung eines Quartierszentrums
- Ausweisung der Quartiersstraßen als verkehrsberuhigter Bereich

Öffentlicher Raum

- Aufwertung Viktoriastraße und Löwenstraße: Verbesserung der Bedingungen für Fußgänger und Radfahrer; u.a. Anpassung des Straßenquerschnitts, Reduzierung der Trennwirkung

- Gestaltung einer Quartiersmitte für die Judenvorstadt, z.B. als Straßenplatz zwischen Judengasse, Webergasse und Walkmühlgasse
- Konzept für den Freiherr-von-Stockmar-Platz: Aufwertung der Verbindung zwischen Webergasse und Mauer, Gestaltung als Ruhebereich mit Sitzgelegenheiten und Begrünung

Abb. 8.4/8 Spielgarten des Familienzentrums Coburg in der Mühlgasse



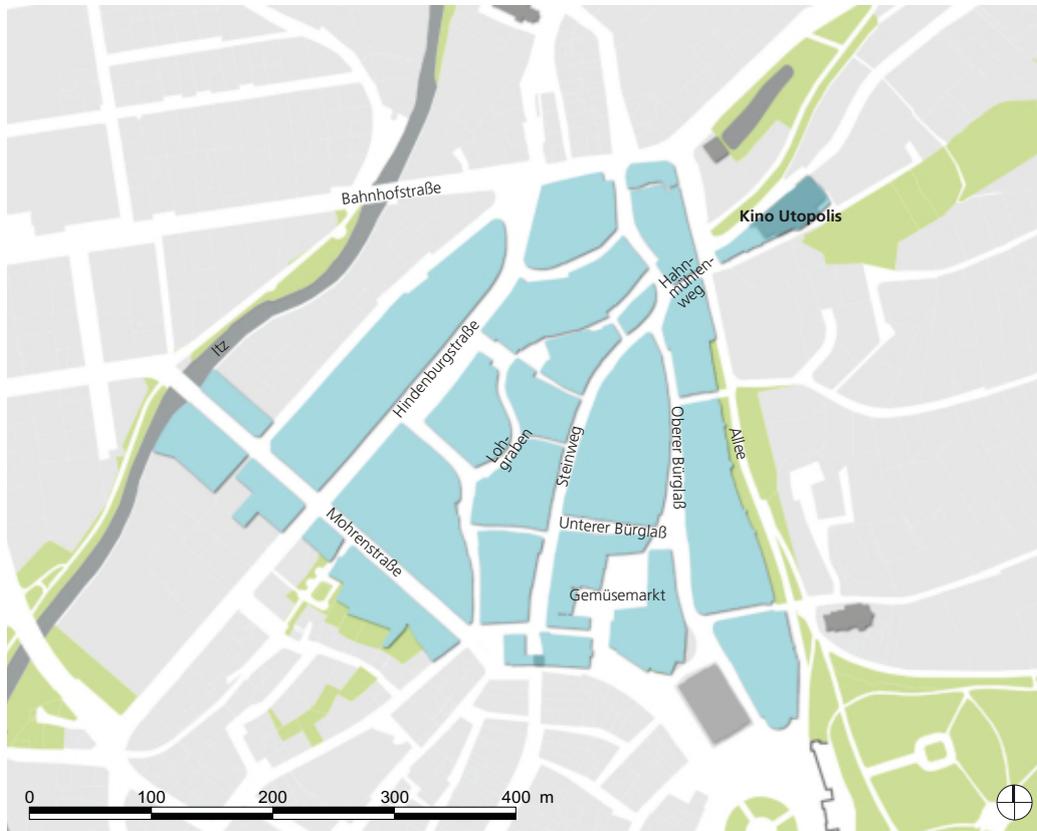


Abb. 8.4/9 Steinwegvorstadt

Steinwegvorstadt mit Mohrenstraße

Die Steinwegvorstadt umfasst die Stadterweiterung nördlich des Spitaltors zwischen Hindenburgstraße, Bahnhofstraße und Allee. Funktional als zugehörig betrachtet wird die Mohrenstraße bis zur Itz sowie das Kino Utopolis an der Kreuzung Allee/Hahnmühlweg. Die offensichtlichen Schwächen des Quartiers mit Leerstand, Nutzungswechsel und Substandards waren Anlass für den Beschluss zur Vorbereitenden Untersuchung zur Stadtsanierung. Die Probleme finden städtebaulich verschiedene Begründungen. Historisches Rückgrat der Vorstadt ist der Steinweg mit einem geschlossenen Straßenraum, der von Wohn- und Geschäftshäusern eingefasst wird.

Nach dem Bau der Eisenbahnlinie ist ab 1875 die Mohrenstraße als geplante Direktverbindung zwischen Innenstadt und Bahnhof gebaut worden, die mit ihrer

gründerzeitlichen Bebauung vor allem im oberen Abschnitt das Straßenbild des Historismus präsentiert. Die Zäsur zwischen unterem und oberem Teil der Mohrenstraße ist die Kreuzung mit der westlichen Hauptverkehrsstraße, die im Abschnitt innerhalb der Steinwegvorstadt Hindenburgstraße heißt. Mit dem denkmalgeschützten ehemaligen Hauptpostamt, dem Parkhaus Post und dem Kaufhof sind in diesem Bereich großmaßstäbliche Einheiten entstanden. Nicht zuletzt deshalb zeigt der Lohgraben mit seiner Historie als Viertel der Gerber und Bader heute noch erhebliche Schwächen, die aus der städtebaulich unbewältigten Konfrontation mit diesen Großstrukturen und deren Rückseiten resultieren.

Der Obere Bürglaß wird durch die hohe verkehrliche Belastung in seiner Entwicklung eingeschränkt und zeigt strukturelle Schwächen, die sich in der heterogenen



Abb. 8.4/10 Steinweg

Stärken	Schwächen (Entwicklungshemmnisse)
Unterer Bürglaß: angenehm gestalteter Straßenplatz, gelungene Gestaltung des Steinwegs	Steinweg: Rückgang der Einzelhandelsfunktion und abnehmendes Gestaltungsniveau im Einzelhandel ggü. dem ISEK 2008, hohe Leerstandsquote
Mohrenstraße: Städtische Haupt- und Geschäftsstraße mit hoher öffentlicher Bedeutung als Zugangsraum zur Stadt	Abendgastronomie wirkt profilbildend, schränkt jedoch Wohnnutzung ein
	Lage außerhalb der verbliebenen Stadttore: wird nicht mehr als Innenstadt wahrgenommen
	Stadträumlich schwach vernetzt, wenig Wohnen im direkten Umfeld
	Viele Gebäude mit Sanierungsbedarf
	Hauptstraßen einseitig verkehrsorientiert
	Hindenburgstraße: sehr heterogene Bebauung, stark belasteter Verkehrsraum
	Mohrenstraße einseitig verkehrsorientiert
	Mohrenstraße: Gründerzeitlicher Stadt- raum mit starken Eingriffen der Moderne

Bebauung und Nutzung abbilden.

Die Steinwegvorstadt weist keine eigene räumliche Mitte auf, es sei denn, der Untere Bürglaß und obere Steinweg (zwischen Spitaltor und Unterer Bürglaß) werden mit ihren Aufweitungen als Straßenplätze aufgefasst. Der Gemüsemarkt kann diese Rolle aufgrund seiner versteckten Lage und Nutzung als Parkplatz kaum übernehmen.

Im Gegensatz zur Ketschenvorstadt ist der Zugang zur Steinwegvorstadt weniger prägnant und einladend. Das Hahntor ist als räumlicher Abschluss des Steinwegs heute nicht mehr vorhanden und ein städtischer Empfangsraum vergleichbar dem Albertsplatz fehlt bisher. Der Bereich im Umfeld der Hahnmühle im Übergang des Straßenraums zwischen Oberem Bürglaß und Heiligkreuzstraße ist als Potential für die Schaffung eines nördlichen Stadtzugangs zu sehen, mit dem der Steinweg insgesamt aufgewertet würde. Ein wichtiges Ziel wäre hierbei eine fußgängerfreundliche Verbindung weiter nach Norden über den Hahnmühlenweg zum Kino Utopolis und zur Allee/Hahnweg.

Zielprofilierung

- Junges Wohnen
- Kreative Szene
- Abendlicher Treffpunkt
- Raum für Zukunft
- Mohrenstraße: Urbane Eingangsachse

Quartiersmitte

- Unterer Bürglaß. Weiterer Platz am nördlichen Ende des Steinwegs als nördlicher Stadtzugang

Maßnahmen

Strukturell und übergeordnet

- Ausprägung von Nutzungsschwerpunkten:
 - Unterer Steinweg: Gastronomie/Dienstleistungen + Wohnen
 - Oberer Steinweg: Einzelhandel/Dienstleistungen + Wohnen
- Wohnen stärken, Nutzungskonflikte vermeiden: Junges Wohnen, Studenten, Sonderformen wie Hostel

- Aufwertung des Wohnumfelds: Nutzbarkeit und Gestaltung der Innenhöfe verbessern
- Ermöglichung von Pop-Up- und Co-Working-Initiativen (Nutzungen leer stehender Gebäude: Arbeitsplätze für Studenten, Seminarräume o. ä.)
- Gestaltungsprinzipien für Außengastronomie und andere Sondernutzungen mit Qualitätsstandards
- Auswirkungen auf umgebende Quartiere: Handlungsspektrum und Planungsalternativen ausloten
- Langfristige Szenarien für alternative Entwicklungen prüfen (best case – worst case)
- Ggf. Einrichtung eines Quartierszentrums.

Öffentlicher Raum

- Aufwertung der Ost-West-Verbindung zwischen Steinweg und Seifahrtshofstraße für Fußgänger (inkl. Brunngasse, Schenkngasse, Querungsmöglichkeit Hindenburgstraße, Zufahrtbereich Parkhaus Post, Passage Hindenburgstraße 9)
- Platzgestaltung: Schaffung eines Entrées für die Steinwegvorstadt als nördliches Pendant zum Albertsplatz
- Umgestaltung Hindenburgstraße: Verbesserung der Bedingungen für Fußgänger und Radfahrer, u.a. Reduzierung der Trennwirkung (bessere Querungsmöglichkeiten)

Abb. 8.4/11 Oberer Bürglaß am nördlichen Ende des Steinwegs. Für diesen Bereich soll die Gestaltung eines Straßenplatzes als Entrée zur Steinwegvorstadt geprüft werden.



- Freiraumkonzept Lohgraben: Reintegration der historischen Gerberhäuser in das Straßenprofil, Belebung der Erdgeschosse und ggf. Gestaltung eines Wasserlaufs unter Rückgriff auf den verrohrten Hahnfluss
 - Aufwertung der Badergasse von Hindenburgstraße bis Abzweig zum Steinweg, u.a. Belebung des Erdgeschosses/der Anlieferungszone des Kaufhof-Gebäudes
 - Umgestaltung Oberer Bürglaß: Verbesserung der Bedingungen für Fußgänger und Radfahrer; u.a. Anpassung des Straßenquerschnitts, Reduzierung der Trennwirkung
 - Umgestaltung Gemüsemarkt: Wiederherstellung als Platzraum zur Aufwertung des Wohnumfelds. Prüfung einer Quartiersgarage für Anwohner (s. Parkraumkonzept)
- Gebäude
- Nutzungskonzept Postareal
 - Sanierung und Nutzungskonzept Schlick-Gebäude. Ggf. Abriss und Ersatz des nicht denkmalgeschützten Nebengebäudes am Lohgraben.
- Maßnahmen Mohrenstraße**
Strukturell und übergeordnet:
- Sicherung und ggf. Wiederherstellung des gründerzeitlichen Charakters, v. a. der historischen Fassaden
 - Öffnung und Orientierung von Geschäften und Gastronomie zur Straße – Erzeugung von »Boulevardcharakter«
- Gebäude
- Wiederbesetzung des prägenden Leerstands Mohrenstraße 18–20

Abb. 8.4/12 Mohrenstraße zwischen Lossastraße und Hindenburgstraße. Dieser Straßenabschnitt soll entsprechend der Aussagen im ISEK 2008 umgestaltet werden.



8.5 Aktualisierung des räumlichen Leitbilds Innenstadt

Die vier Leitbilder für die Innenstadt (ISEK 2008) haben im Wesentlichen auch weiterhin Bestand. Im Folgenden werden einzelne Anpassungen beschrieben und dargestellt.

Leitbild »Grünzusammenhang«

In diesem Leitbild sind die prägenden Grünstrukturen dargestellt. Die Zielaussagen sind weiterhin gültig. Nicht weiter verfolgt bzw. verworfen wurde von Seiten der Stadt die Fortsetzung der Allee in der östlichen Bahnhofstraße. An der Mohrenstraße und Viktoriastraße wurden im Leitbild straßenbegleitende Bäume ergänzt.

-  Grünfläche
-  Raumwirksame Bäume
-  Allee
-  Straßenbegleitendes Grün
-  Bäume, punktuell



Abb. 8.5/1 Untere Anlage

Ziele

[A] Vernetzung und Gliederung des Stadtkörpers über grüne Stadträume: Allee, Promenade, Park

[B] Freiraumvernetzung:
Der Innenstadtbereich wird ebenfalls von einer Grünverbindung umschlossen, die ausschließlich städtischen Charakter besitzt. Den Ringschluss im Westen bildet hierbei die Itz, im Osten stellen Rosengarten – Schlossplatz – Rittersteich Hauptpunkte innerhalb der Grünverbindung dar. Eine Erweiterung der Grünverbindung nach Westen über Schindberg – Kanzel – Schloss Hohenfels bietet sich an.

[C] Ablesbarkeit des historischen Stadtgrundrisses des Altstadtkerns durch die Begrünung entlang der noch vorhandenen alten Stadtmauer und punktuelle Bäume bzw. Grünflächen entlang des Verlaufs der alten Stadtmauer

Abb. 8.5/2 Grünzusammenhang

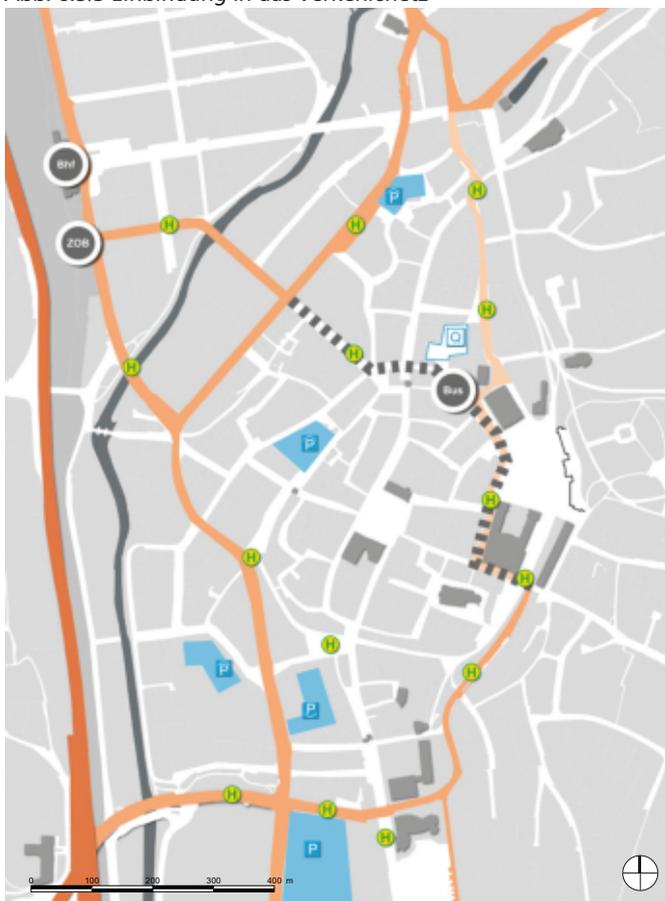


Leitbild »Einbindung in das Verkehrsnetz«

Hierin wurde die Frage nach zusätzlichen Tiefgaragen mit der Entwicklung weiterer Einzelhandelsflächen verknüpft (ISEK 2008, S. 139). In der Ketschenvorstadt sind auf diese Weise 176 neue Stellplätze in einer neuen Quartierstiefgarage entstanden. Damit wurde der südliche Zugang und die Handelsachse bis zum Markt gestärkt. Die bereits damals diskutierte Frage nach einer Tiefgarage unter dem Schlossplatz wird mit dieser Teilfortschreibung des ISEK ausführlicher abgehandelt. Die Prüfung einer Tiefgarage Post erscheint aufgrund veränderter Nutzungsziele nicht weiter aktuell. Der Theaterplatz als Rendezvousplatz für Busse hat sich etabliert, erhöht die Fußgängerfrequenzen in der nördlichen Altstadt und stabilisiert damit Einzelhandel und Dienstleistungen in der Innenstadt.

- B 4 – Hauptverkehrsstraße mit überörtlicher Verbindungsfunktion
- Hauptverkehrsstraßen mit örtlicher Verbindungsfunktion
- Hauptsammelstraßen innerhalb der historischen Innenstadt: Eingeschränkte Leistungsfähigkeit
- Busroute innerhalb der historischen Innenstadt
- Bhf Bahnhof
- ZOB Zentraler Omnibushof
- Bus Rendezvous-Platz
- H Bushaltestelle
- P Parkhaus
- P Tiefgarage
- P Großflächiger Parkplatz
- Q Integrierbarkeit Quartiersgarage prüfen

Abb. 8.5/3 Einbindung in das Verkehrsnetz



Ziele

[A] Einordnung Verkehr in den gegebenen Stadtraum: verträgliches Miteinander aller Funktionen, Umgestaltungen jeweils unter Abwägung der einzelnen Nutzungsansprüche

[B] Stärkung des innerstädtischen Zusammenhangs: Integrative Gestaltung der öffentlichen Räume

- soziale Funktion des Straßenraums stärken
- Raum für angrenzende Nutzungen freihalten
- Adressenbildung
- Querungen ermöglichen
- Umgestaltung entlasteter Straßen

[C] Haupterschließung mit der Tiefgarage Ketschenvorstadt und den Parkhäusern Zinkenwehr, Post und Mauer von Westen

[D] Östliche Erschließung aufgrund der vorhandenen Raumsituation und des hohen geschichtlichen Anspruchs untergeordnet und nicht durchgängig

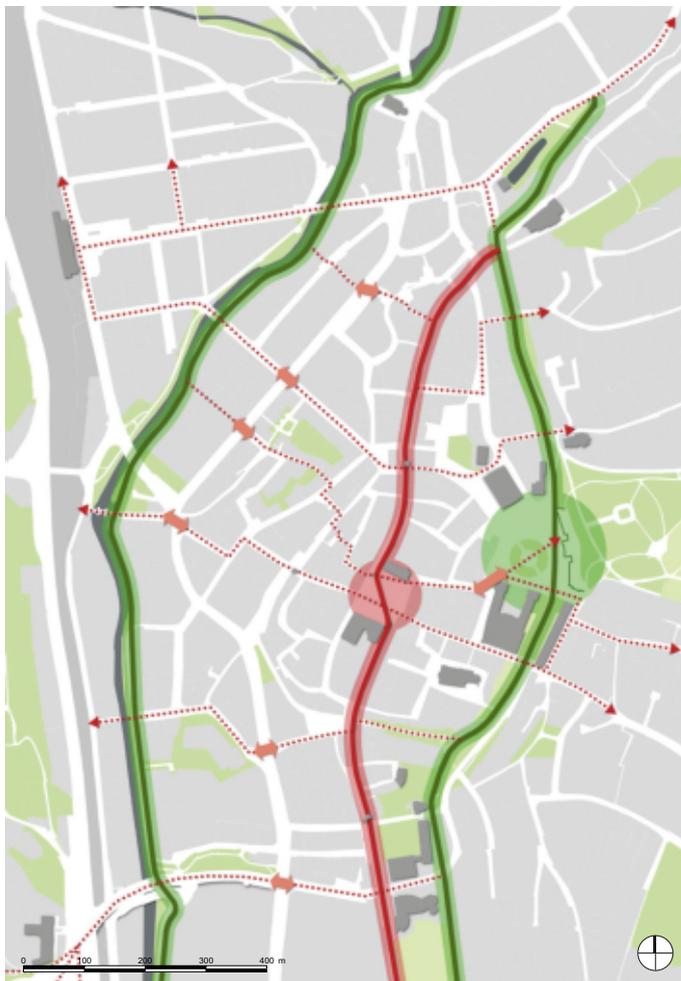
Leitbild »Feinteiliges Wegenetz«

Die Aussagen des Leitbildes haben weiterhin Bestand. Der Itz-Radweg konnte bisher nicht realisiert werden. Zum Teil konnten von Seiten der Stadt jedoch bereits Flächen gesichert/erworben werden. Eine Umsetzung ist mittel- bis langfristig realistisch, gekoppelt an weitere Planungen, Entscheidungen des Wasserwirtschaftsamts, der möglichen Förderung durch das neue Städtebauförderprogramm »Zukunft Stadtgrün« sowie der Haushaltslage der Stadt Coburg.

ZIELE

[A] feinteiliges, für Fußgänger optimiertes Wegenetz ausbilden

[B] zwei wesentliche Nord-Süd-Verbindungen für Radfahrer qualifizieren



- Hauptachse entlang der historischen Fernhandelsstraße
- Hauptwege entlang zusammenhängender Grünräume
- Wichtige Querverbindungen
- Querungsmöglichkeiten

Abb. 8.5/4 Feinteiliges Wegenetz

Leitbild »Handel und Tourismus«

Die wichtigste Korrektur ist im »Leitbild Handel und Tourismus« notwendig und wurde in den vorangegangenen Kapiteln diskutiert. Hier geht es vor allem um die Entwicklung des Steinwegs als Teil der Handelsachse. Diese Funktion kann der untere Steinweg immer weniger erfüllen – als stabile Geschäftslage zeigt der Steinweg seine Stärke heute nur bis zur Höhe Unterer Bürglaß. Vielmehr erscheint eine Etablierung als Ausgeviertel für junge Leute realistisch, da sich in diesem Bereich seit einigen Jahren Abendgastronomie ansiedelt. Zu prüfen ist, ob sich in Kombination mit Sonderformen des Wohnens (z.B. für Studenten) und einer Weiterentwicklung des vorhandenen Beherbergungsangebots eine verträgliche Nutzungsmischung generieren lässt.

ZIELE

[A] Stärkung der Einzelhandelsfunktion [Oberzentrum]: Profilierung von Teilbereichen für Handel und Tourismus

[B] Nutzungsmischung und Funktionsvielfalt verträglich gestalten: Stärkung des Wohnens durch qualitative Aufwertung



- Handels-Achse
- Magnetbetriebe (teilw. perspektivisch)
- Touristische Achse
- Zentraler Versorgungsbereich

Abb. 8.5/5 Handel und Tourismus

8.6 Agenda Innenstadt

Maßnahmen im öffentlichen Raum und am Erschließungssystem ■

[1] Aufwertung der Ost-West-Verbindung zwischen Steinweg und Seifahrtshofstraße für Fußgänger (inkl. Brunngasse, Schenk-gasse, Querung Hindenburgstr., Zufahrt Parkhaus Post, Passage Hindenburgstr. 9)

[2] Platzgestaltung: Schaffung eines Entrées für die Steinwegvorstadt als nördliches Pendant zum Albertsplatz

[3] Aufwertung Hindenburgstraße: Verbesserung der Bedingungen für Fußgänger und Radfahrer, u.a. Reduzierung der Trennwirkung (bessere Querungsmöglichkeiten)

[4] Freiraumkonzept Lohgraben: Reintegration der historischen Gerberhäuser in das Straßenprofil, Belebung der Erdgeschosse und ggf. Gestaltung eines Wasserlaufs unter Rückgriff auf den verrohrten Hahnfluss

[5] Aufwertung der Badergasse von Hindenburgstraße bis Abzweig zum Steinweg, u.a. Belebung des Erdgeschosses/der Anlieferungszone des Kaufhof-Gebäudes

[6] Umgestaltung Oberer Bürglaß: Verbesserung der Bedingungen für Fußgänger und Radfahrer; u.a. Anpassung des Straßenquerschnitts, Reduzierung der Trennwirkung

[7] Umgestaltung Gemüsemarkt: Wiederherstellung als Platzraum zur Aufwertung des Wohnumfelds. Prüfung einer Quartiersgarage für Anwohner (s. Parkraumkonzept)

[8] Aufwertung Viktoriastraße und Löwenstraße: Verbesserung der Bedingungen für Fußgänger und Radfahrer; u.a. Anpassung des Straßenquerschnitts, Reduzierung der Trennwirkung

[9] Gestaltung einer Quartiersmitte für die Judenvorstadt, z.B. als Straßenplatz zwischen Judengasse, Webergasse und Walkmühlgasse

[10] Konzept für den Freiherr-von-Stockmar-Platz: Aufwertung der Verbindung zwischen Webergasse und Mauer, Gestaltung als Ruhebereich mit Sitzgelegenheiten und Begrünung

[11] Verkehrsberuhigte Gestaltung der Grafengasse, Rückertstraße und Steingasse: Verbesserung der Querungsmöglichkeit für Fußgänger

[12] Aufwertung Kirchhof/Obere Kirchgasse/Pfarrgasse: Belebung der Erdgeschosse, Verbesserung der Nutzbarkeit der Platzränder (für z.B. Gastronomie)

[13] Umgestaltung Rosengasse und Ketschengasse (Lückenschluss zwischen Albertsplatz und Markt)

[14] Aufwertung Untere Anlage und Umfeld

[15] Umgestaltung Casimirstraße, Ahorner Straße

[16] Umgestaltung Ketschendorfer Straße (zwischen Ketschentor und Kongresshaus): Aufwertung für Fußgänger und Radfahrer; u.a. Anpassung des Straßenquerschnitts, Reduzierung der Trennwirkung

Maßnahmen an Gebäuden ■

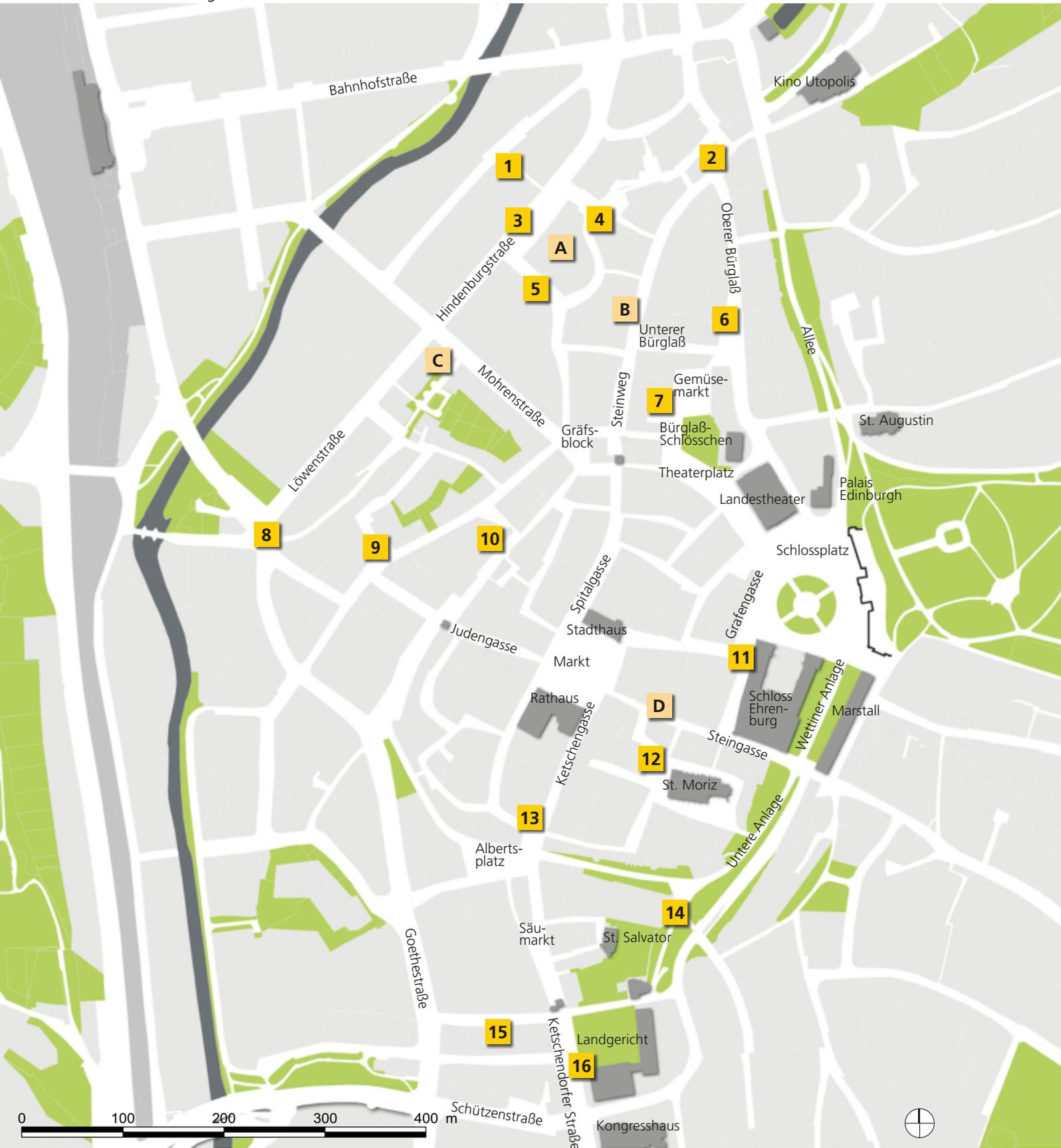
[A] Nutzungskonzept Postareal

[B] Sanierung und Nutzungskonzept Schlick-Gebäude. Ggf. Abriss und Ersatz des nicht denkmalgeschützten Gebäudes am Lohgraben

[C] Wiederbesetzung des prägenden Leerstands Mohrenstraße 18 – 20

[D] Sanierung Steingasse 7 und Aufwertung des Platzes vor dem Stadtarchiv. Verlegung Parken und Gestaltung als Aufenthaltsort (z.B. für Außengastronomie)

Abb. 8.6/1 Agenda Innenstadt



9 Empfehlungen

9.1 Fokus Einzelhandel

Coburg hat sich gegenüber dem ISEK 2008 im regionalen Wettbewerb stärker als Einzelhandelsstandort positioniert. Die seit dem letzten ISEK erfolgten Ansiedlungen wie Wöhl oder S.Oliver in der Innenstadt zeigen, dass Coburg von Händlern und Investoren als attraktiver Einkaufsstandort gesehen wird. Dies hat zu einer höheren Bindung der Bevölkerung im Einzugsgebiet geführt.

Qualität: Um im Wettbewerb jedoch weiterhin konkurrenzfähig zu bleiben, muss sich der Einzelhandel durch Profilierung des Betriebs und Inszenierung des Ladenlokals weiter optimieren und die Qualität im Sortiment und in der Warenpräsentation sichern und verbessern.

Kundenbindung: Die Ausdehnung der Qualitätslagen innerhalb der Innenstadt zeigt, dass Coburg auf dem richtigen Weg ist. Die direkte Kundenansprache durch individualisierte Beratung ist weiter auszubauen. Dies ist die Stärke vor allem des inhabergeführten Einzelhandels in Coburg.

Präsenz: Gleichzeitig muss der Einzelhandel im Rahmen der fortschreitenden Digitalisierung auch eine zielgruppenorientierte Onlinepräsenz sicherstellen und Kunden über möglichst viele Kanäle ansprechen.

Sortiment: Die Innenstadt wird auch künftig der wichtigste Einkaufs-Standort für zentrenrelevante Sortimente des Innenstadtbearbedarfs sein. Bestehende Branchen- und Konzeptlücken sind jedoch zu schließen, um den Angebotsmix zu ergänzen, hier v. a. Schuhe, Lederwaren, Sportartikel, Bürobedarf und Schreibwaren sowie Herren- und Kinderbekleidung.

Erlebnis: Um die Aufenthaltsqualität noch weiter zu steigern, müssen Online- und Offline-Strategien genutzt werden. Die Innenstadt muss also vom Verkaufs- zum Kommunikationsstandort werden. Hierzu sind die Qualität und der Zusammenhang der Innenstadt mit ihrer Historie, ihrer kleinteiligen Baustruktur und ihren Stra-

ßen, Gassen und Plätzen zu sichern. Das kulturelle Angebot, ein breites Spektrum gastronomischer Einrichtungen sowie eine generell angenehme Aufenthaltsqualität unterstützen die Erlebnisqualität.

Das Nahversorgungszentrum Callenberger Straße mit attraktiver Gestaltung führt zu einem guten Ausbau des Netzes der Nahversorgungszentren. Unter den Neueröffnungen auf der Lauterer Höhe stellt der aus Rödental verlagerte Media Markt eine besondere Stärkung des Oberzentrums Coburg dar. Entwicklungschancen bieten die Branchen Möbel und KFZ-Zubehör. Die Einzelhandelsentwicklung im Umland sowie die zunehmende Bedeutung des Online-Handels stellen jedoch auch zukünftig wesentliche Herausforderungen an die Einzelhandelsentwicklung sowie das Standortmarketing.

Versorgungsbereiche: Die Stadtteilzentren Nord (Floßanger/Neustadter Straße/Rodacher Straße) und Süd (Bamberger Straße) sind neben der Innenstadt als vorrangig zu entwickelnde Versorgungsbereiche zu qualifizieren.

Standortsicherung: Die Entwicklung des Fachmarktentrums und der Nahversorgungszentren sollte gemäß ihrer Ausrichtung auf nicht zentrenrelevante bzw. nahversorgungsorientierte Angebote beschränkt bleiben. Neue Projektentwicklungen im Einzelhandel dürfen höherrangige Zentren bzw. die wohnortnahe Versorgung insbesondere der Nahversorgungszentren nicht gefährden. Es sollen keine neuen Einzelhandelsstandorte entwickelt werden, vielmehr sollten die im Rahmen des Zentrenkonzeptes berücksichtigten bestehenden Standorte gesichert und weiterentwickelt werden. Solange keine Flächen für großflächige Ansiedlungen in der Innenstadt bestehen, sind solche Ansiedlungen auf die Stadtteilzentren Nord und Süd zu lenken, denen eine Ergänzungsfunktion zum Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zukommt.

9.2 Fokus Städtebau

Die Entwicklung des Einzelhandels in der Innenstadt Coburgs ist eng mit der städtebaulichen Substanz verknüpft. Einerseits limitiert diese die Größe und räumliche Entwicklung der Betriebe, andererseits prägt diese historische Struktur das Stadtbild, die Atmosphäre und das Erlebnis.

Identität: Dem Schutz der städtebaulichen Grundstrukturen und der historischen baulichen Substanz als Träger der Coburger Identität ist die größte Aufmerksamkeit zu widmen. Strukturverändernde Eingriffe in das stadträumliche Gefüge gefährden den Zusammenhang der Innenstadt und das weitgehend geschlossene Stadtbild. Diese sind deshalb unbedingt zu vermeiden. Die Stärken der Stadt liegen in der kleinteiligen Stadtstruktur, die sich über Jahrhunderte bewährt hat. Einzigartig und schützenswert ist die Raumfolge Markt, Schlossplatz, Hofgarten, Veste.

Erschließung: Die Innenstadt ist sowohl mit Bussen wie für PKW sehr gut erschlossen. Alle Bereiche der Innenstadt sind für Bus- und PKW-Benutzer bequem zu Fuß erreichbar. Die vorhandenen Parkhäuser und Tiefgaragen und Oberflächenparkplät-

ze decken den Bedarf an Stellplätzen für Innenstadtbesucher vollständig (s. Erhebungen des Parkraumkonzepts). Die umfanglich diskutierte Schlossplatztiefgarage ist deshalb verzichtbar. Sie würde andere Einkaufslagen schwächen und auf die Altstadt fokussieren.

Schutz des Stadtbilds: Vielmehr ist es das Ziel, diesen Bereich verkehrlich zu entlasten, um den stadträumlichen Zusammenhang Markt – Schlossplatz – Hofgarten und die einmalige baulich-freiräumliche Anlage von Landestheater, Schloss Ehrenburg und Veste stärker für Coburger wie für Besucher attraktiv zu machen.

Die alten Viertel: Um den Charakter der Innenstadt zu stärken, ist zu empfehlen, die Entwicklung basierend auf vier städtebaulich ablesbaren Quartieren – Altstadt mit Schlossquartier, Ketschenvorstadt, Judenvorstadt und Steinwegvorstadt mit Mohrenstraße – fortzuführen. Diese sollen in ihren jeweiligen Eigenarten ausgeprägt werden und erkennbare Profile hinsichtlich ihrer besonderen Funktionen, Art ihrer Nutzungsmischung und Ausstattung entwickeln.

Abb. 9.2/1 Schlossplatz und Ehrenburg



Orientierung: Diese Profilierung dient auch der besseren Orientierung innerhalb der Innenstadt. Die Viertel sollten durch verschiedene Medien und Marketing systematisch sichtbar und bewusst gemacht werden. Auch im öffentlichen Raum können Hinweise auf die Altstadt und die drei Vorstädte gegeben werden. Um den öffentlichen Raum nicht zu überlasten, sind Ausschilderungen einzelner Geschäfte jedoch zu vermeiden.

Straßen, Plätze, Gassen: Die Wiederherstellung des ursprünglichen Charakters der öffentlichen Räume bleibt eine wichtige Gestaltungsaufgabe, wie dies in der Ketschenvorstadt erfolgreich aufgezeigt wurde. Unter dem Stichwort Umgestaltung sind viele Straßen benannt, in denen sowohl gestalterische wie funktionale Mängel zu beheben sind, um einen adäquaten Komfort zu erzielen und eine raum- und quartiersbezogene Charakteristik auszubilden.

Wohnen: Eine ausreichende Dichte des Wohnens ist die Voraussetzung für die Entstehung öffentlichen Lebens und die Existenzgrundlage für viele andere Funktionen der Stadt – auch des Handels. Selbst

wenn innerhalb der Innenstadt keine Flächenreserven bestehen, so bleibt die Förderung des Wohnens in der Innenstadt wichtiges Entwicklungsziel. Durch Modernisierung der Altsubstanz und Ausbau von Nebengebäuden und Dachgeschossen können Reserven qualitativ und quantitativ aktiviert werden.

Entwicklungsschwerpunkt Steinwegvorstadt: Besonderer Aufgabenschwerpunkt ist die Steinwegvorstadt. Diese zeigt aktuell die größten Schwächen mit erheblichem Sanierungsbedarf, schleichender Abwertung als Einkaufslage, Leerstand und Strukturschwäche. Hier sind sowohl private wie öffentliche Sanierungsmaßnahmen unverzichtbar und bereits in Vorbereitung (s. VU Steinwegvorstadt). Ziel ist die Qualifizierung des Quartiers mit Sonderformen des Wohnens, hier v. a. für junges Wohnen, Stärkung der kreativen Szene, die insgesamt in Einklang zu bringen sind mit dem Anspruch als abendlicher Treffpunkt mit vielfältiger Gastronomie.

Abb. 9.2/2 Steinwegvorstadt



Quellen

Ackers Partner Städtebau/CIMA Beratung + Management GmbH: Integriertes Stadtentwicklungskonzept Coburg 2008, Braunschweig, 2008

bgsm Architekten/gevas Humberg & Partner: Teilfortschreibung VEP Stadt Coburg – Parkraumkonzept, Präsentationen 2016/2017, Stand: 29.05.2017

BSV Büro für Stadt- und Verkehrsplanung/Stadt Coburg (Hrsg.): Verkehrsentwicklungsplan Stadt Coburg, Coburg, 2005

Gemeinnützige Wohnungsbau- und Wohnungsförderungsgesellschaft der Stadt Coburg mbH (Hrsg.): Altstadt-sanierung in Coburg – Eine Übersicht der Sanierungsgebiete I–VI seit 1972, Coburg, 2007

R+T Topp/Skoupil/Hubert-Erlor, Ingenieure für Verkehrsplanung: Tiefgarage Schlossplatz Coburg, Darmstadt, 2006

SBS Planungsgemeinschaft München/Stadt Coburg (Hrsg.): Stadtbildbeschreibung Stadt Coburg, München, 1983

Schirmer Architekten + Stadtplaner: Band für Kultur, Wissenschaft, Dienstleistung und Gewerbe – Rahmenplanung ehemaliger Schlachthof und Güterbahnhof, Coburg, 2015

Stadt Coburg: Baugestaltungssatzung, 2002

Stadt Coburg: Flächennutzungsplan mit integriertem Landschaftsplan, 15.10.2003

Stadt Coburg: Gestaltungsrichtlinien 1, 2 und 3, Stand 2012

Stadt Coburg: Rechtsverbindliche Bebauungspläne/Vorhaben- und Erschließungspläne, Coburg, Stand 2015

Stadt Coburg: Stadtgrundkarte Coburg, Stand 03/2015

Stadt Coburg: Werbeanlagensatzung 2013, Innenstadtwerbeanlagensatzung 2013

UmbauStadt: Vorbereitende Untersuchungen Sanierungsgebiet II/VII Nördliche Innenstadt/Steinwegvorstadt Coburg, Vorabzug für die Beteiligung der TÖB und zur öffentlichen Auslegung, Stand: 23.05.2017

Wohnbau und Stadtentwicklungsgesellschaft Coburg mbH: Neuentdeckung der Ketschenvorstadt 2006 – 2015, Coburg (Publikation zum Tag der Städtebauförderung), 9.5.2015

© Ackers Partner Städtebau
© CIMA Beratung + Management GmbH

Quelle der verwendeten Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen, soweit nicht anders angegeben: Ackers Partner Städtebau

Es wurden Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt Ackers Partner Städtebau und die CIMA Beratung + Management GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung + Management GmbH.

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung im Sinne seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei Ackers Partner Städtebau in Braunschweig und der CIMA Beratung + Management GmbH in München.

Auftraggeber



Stadt Coburg, Stadtbauamt-Stadtplanung
Steingasse 18, 96450 Coburg
www.coburg.de
stadtbauamt@coburg.de

Auftragnehmer



Prof. Dipl.-Ing. Walter Ackers
Dipl.-Ing. Sandra Morese
Adolfstraße 15
38102 Braunschweig
info@ackerspartner.de
www.ackerspartner.de
Bearbeitung:
Prof. Dipl.-Ing. Walter Ackers
M.Sc. Christian Plumeyer

in Zusammenarbeit mit:

cima.

CIMA Beratung + Management GmbH
Brienner Straße 45
80333 München
cima.muenchen@cima.de
www.cima.de

Bearbeitung:
Dipl.-Geogr. Roland Wölfel
Dipl.-Geogr. Michael Seidel

Braunschweig, 12. September 2018

