

# MASTERPLAN INNENSTADT WIESBADEN

**GMA**

Forschen. Beraten. Umsetzen.

Vorstellung der wesentlichen Ergebnisse

Ausschuss für Wirtschaft, Beschäftigung, Digitalisierung, Gesundheit am 11.05.2021

Dipl. Geogr. Birgitt Wachs, Niederlassungsleitung Köln



# Prozessaufbau



# Analysephase

Frequenz-  
messungen

Erhebungen

- Erfassung des Passantenaufkommens
- detaillierte Stundenanalyse
- Passantendichte je Lage



- Erhebung von Einzelhandelsnutzungen
- Kartierung von Gastronomie-, Dienstleistungs- und sonstigen Nutzungen sowie Leerstandskataster



- Vergleiche zum Vorjahr – was hat sich verändert?
- Welche Funktionsräume lassen sich identifizieren?
- Welche Stärken und Schwächen weist die Innenstadt auf?

u.v.m.

Analysen



# 5 thematische Workshops mit Impulsvorträgen



# Breite Beteiligung in den Workshops



# Diese Konzepte liegen vor:

ZIV  
Zentrum für integrierte Verkehrssysteme  
Mobilitätslösung

LANDESHAUPTSTADT  
30+  
Stadtentwicklungsplan  
Kultur in Wiesbaden  
Modul 1: Bestandserfassung  
www.wiesbaden.de

WIR BIETEN IHNEN DEN  
RAHMEN  
Mergelbühlenerplatz  
Westend  
Innenstadt  
PLANUNG  
FÜR DIE WESTLICHE INNENSTADT  
A.S&P

Aktiver Kernbereich  
WIESBADEN  
INNENSTADT-  
WEST

9 2 3  
5 6 10  
Grafik: Stadtplanungsamt Wiesbaden

10. Projekte



- Rahmenplanung Kureck
- Refit Fußgängerzone
- Schlossplatz/Dern'sches
- Wettbewerb Coulinstraße
- Lebendige Zentren
- Luisenplatz

SEG

Schlüsselgrundstücke:

- 7. Langgasse 5 – 9, ehem. Sportarena
- 8. Walhalla
- 9. CityPassage
- 10. Museum Ernst

SEG

SEG

Stadtplanungsamt

Schlussab  
Verkehr  
Teil 2: Int

Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Wiesbaden 2020

Auftraggeber: Landeshauptstadt Wiesbaden  
Referat für Wirtschaft und Beschäftigung

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Birgitt Wachs,  
Niederlassungsleitung

Bearbeitung: Beate König, Dipl.-Geogr.  
Köln, März 2020 /  
angepasst im September 2020

GMA  
Gesellschaft für Marketing- und Absatzförderung mbH

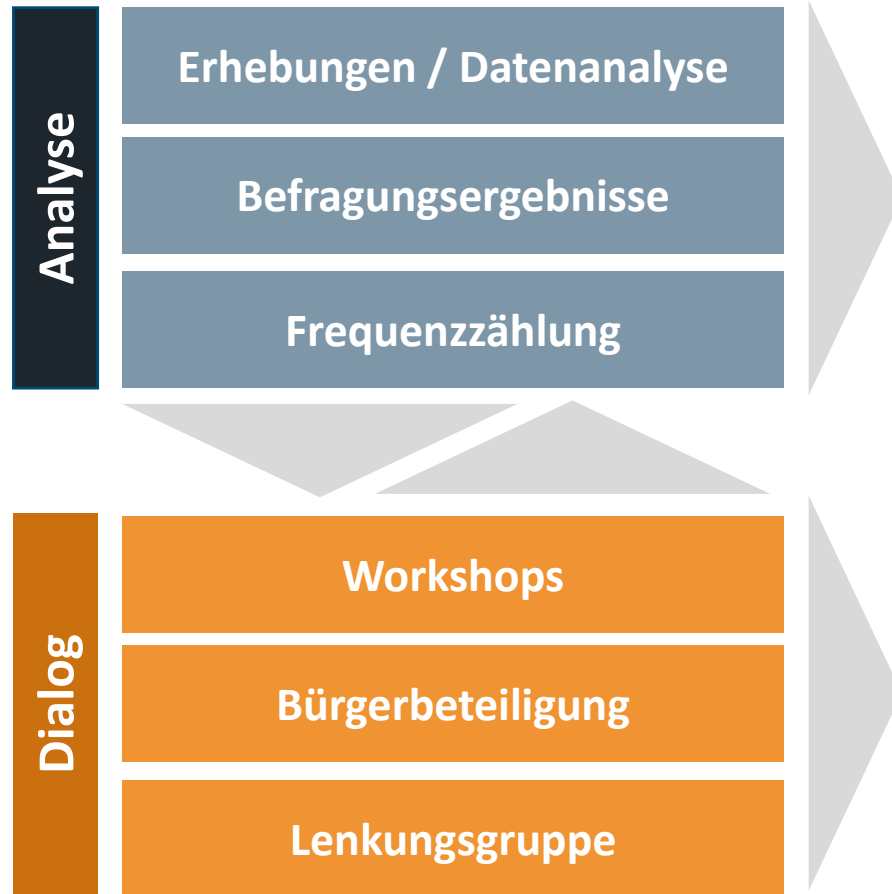
APRIL 20

WIESBADEN 2030+  
UNSEERE STADT UNSEERE IDEEN  
Integriertes  
Stadtentwicklungskonzept  
www.wiesbaden.de

Wiesbaden Tourismus 2021 plus  
Tourismusstrategie für die Landeshauptstadt Wiesbaden  
www.wiesbaden.de

# Von der Idee zum Ziel

## Stärken Visionen Schwächen Maßnahmen

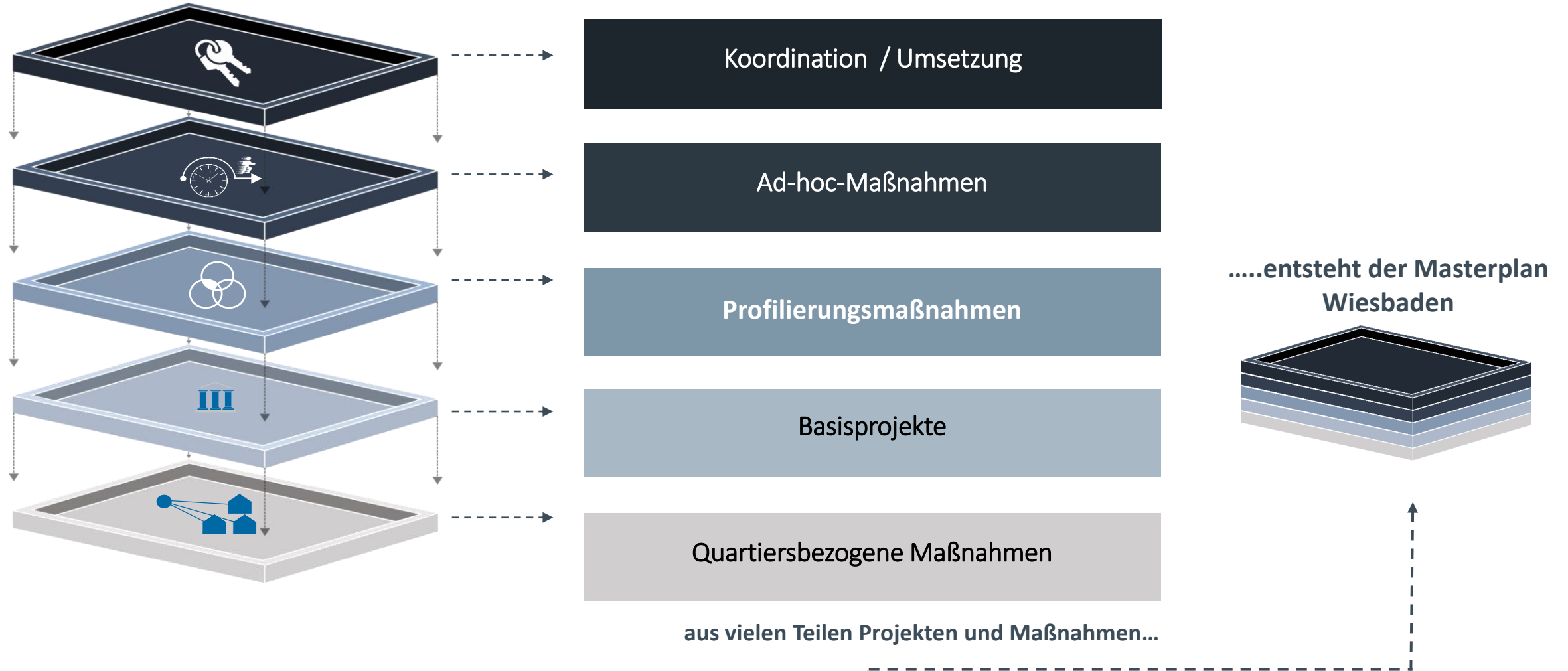


Alle Maßnahmen unterstützen das Ziel:

Wiesbadener  
Innenstadt als  
attraktiven Einkaufs-  
und Erlebnisraum  
fördern und  
weiterentwickeln

Fotoquelle u.a. Wiesbaden Congress & Marketing GmbH

# Über 100 Maßnahmenvorschläge...





## KOORDINATION



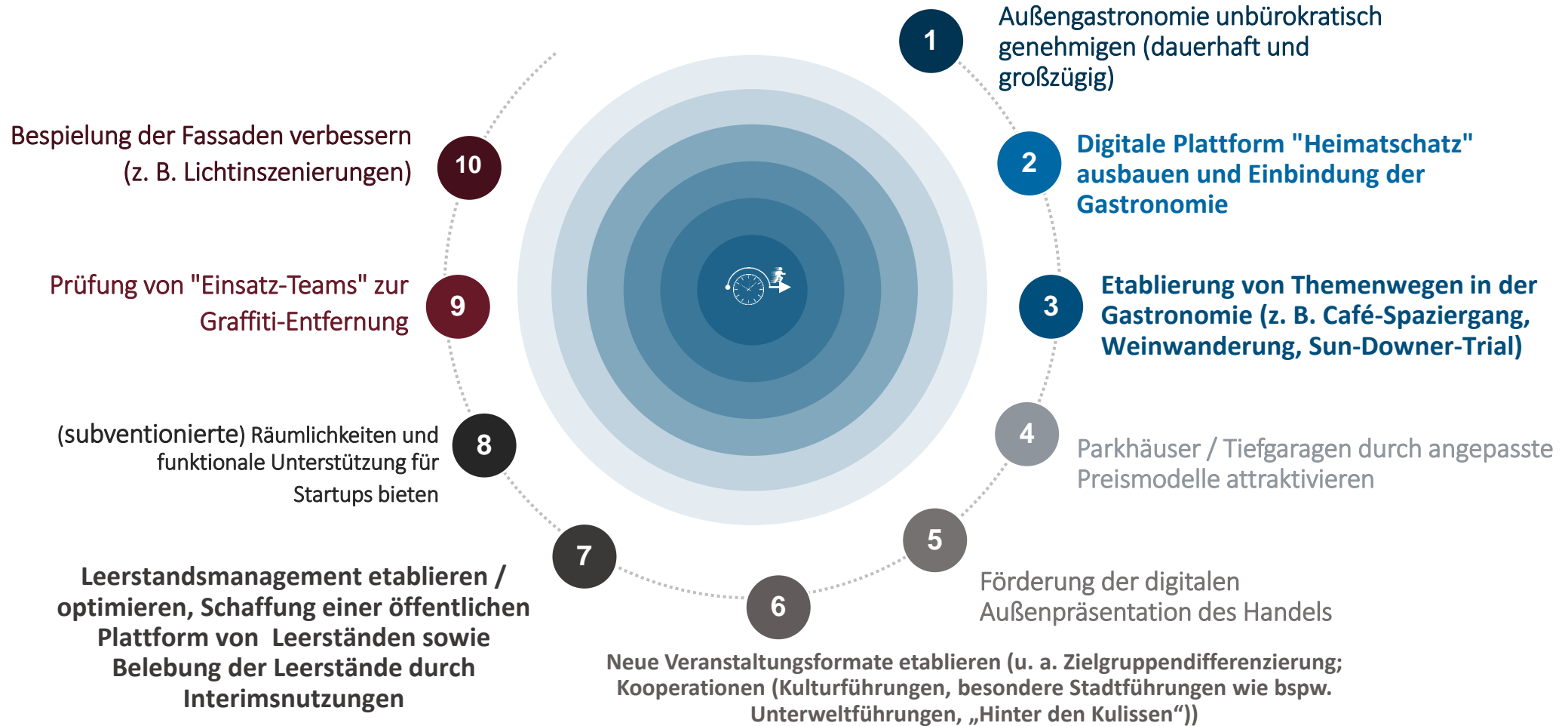
**Klare Ansprechpartner**

**Lenkungsgruppe dauerhaft etablieren und weiterentwickeln**

**Zentrenmanagement stärken**

**Quartierssprecher etablieren /  
Zusammenarbeit stärken**

# Ad-Hoc Maßnahmenprogramm



## PROFILIERUNGSMÄßNAHMEN



Obermarke für die Innenstadt schaffen

Marketingstrategie für den Einzelhandelsstandort Wiesbaden

Digitalisierung des Parkens

Charakter der Plätze herausarbeiten

Ansiedlung von Gastronomie

Veranstaltungskonzept (Koordination der Angebote)

Reaktivierung von Schlüsselimmobilien



# Basismaßnahmen

## Verkehr / Mobilität

### B A S I S M A ß N A H M E N

#### Maßnahmenziele:

- Innenstadtverkehr reduzieren
- Bessere Vernetzung der umliegenden Quartiere mit der Innenstadt
- Verbesserung der Erreichbarkeit durch MIV
- Lieferverkehr steuern
- Verbesserung der Parksituation und Reduzierung des Parksuchverkehrs
- Verbesserung der Abstellflächen für Zweiräder
- Verbesserung der Erreichbarkeit durch den ÖPNV
- Verbesserung der fußläufigen Erreichbarkeit und Erlebbarkeit der Innenstadt

## Attraktivität

#### Maßnahmenziele:

- Ansiedlung von weiteren innovativen Einzelhandelsangeboten
- Ansiedlung von weiteren Gastronomieangeboten
- Vernetzung von Innenstadtnutzungen / Mischnutzungen fördern
- Digitalisierung des Einzelhandels unterstützen
- Attraktivierung des Wochenmarkt
- Sonntagsöffnungszeiten prüfen

## Erlebnis

#### Maßnahmenziele:

- Belebung und Bespielung zentraler Plätze um attraktive Aufenthaltsorte zu schaffen
- Differenziertes Erlebnisangebot für alle Zielgruppen schaffen
- Künstler und Kultureinrichtungen fördern und Belebung des öffentlichen Raums durch kulturelle Beiträge
- Veranstaltungen zur Belebung des öffentlichen Raumes und Schaffung eines Publikumsmagneten
- Weihnachtsmarkt optimieren

## Gestaltung

#### Maßnahmenziele:

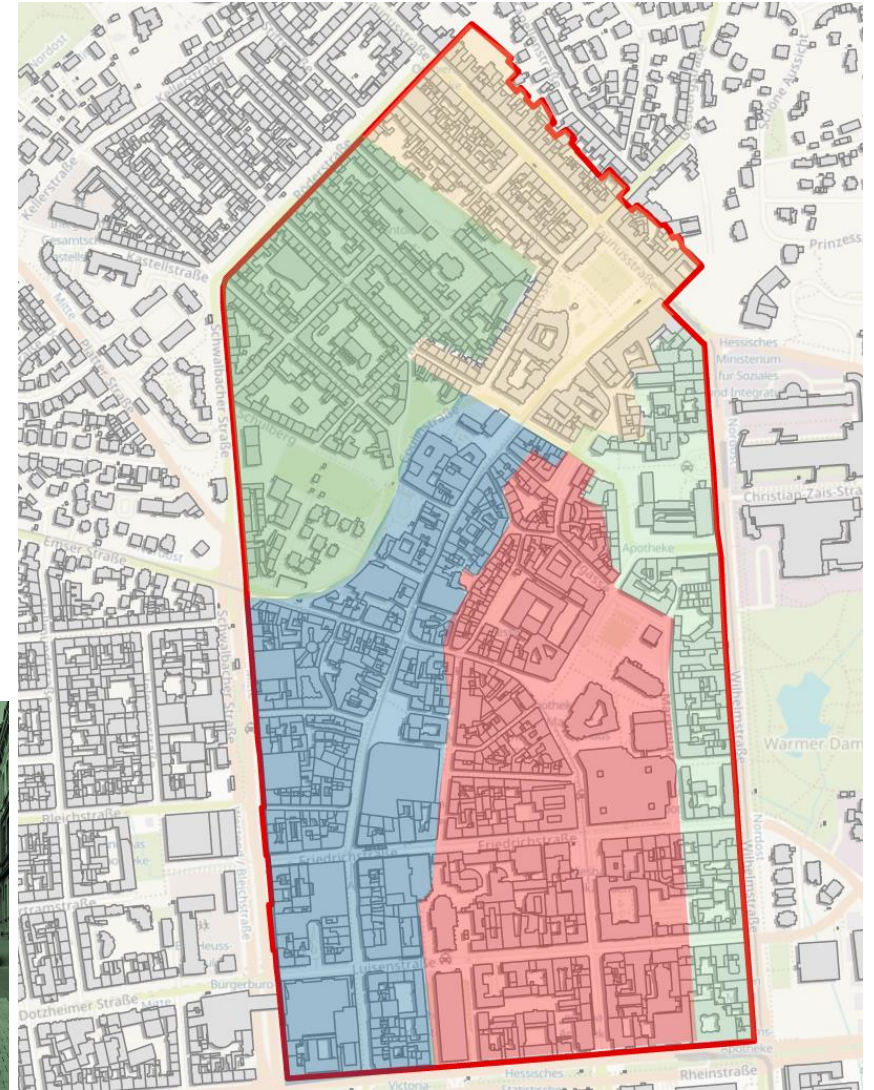
- Möblierung und Begrünung verbessern
- Gesamteindruck der Innenstadt verbessern

# Quartiersentwicklung

- /// Innenstädte sind keine homogenen und gleich strukturierten Einkaufsbereiche
- /// Lagen, mit unterschiedlichen Qualitäten, Defiziten und Potenzialen
- /// individuelle historische Entwicklung
- /// städtebauliche Gegebenheiten und Rahmenbedingungen



Förderung der Identität und Profilierung der verschiedenen Teilbereiche



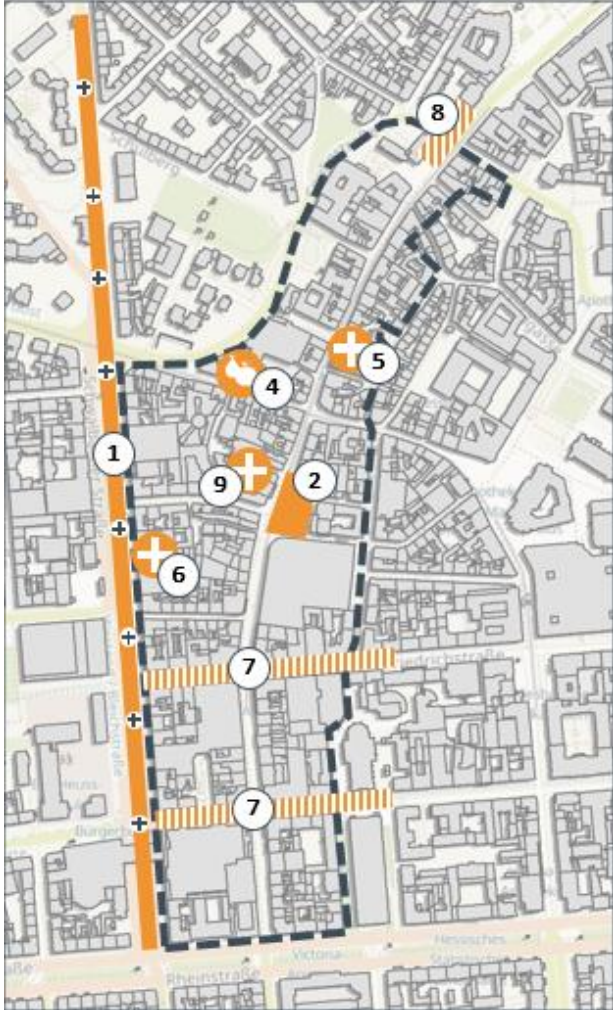


## Quartier: Fußgängerzone

### Shoppern. Handel. Frequenz

Die Fußgängerzone bildet das Quartier mit dem größten innerstädtischen Handelsbesatz und den höchsten Passantenfrequenzen. Sie weist ein ausgeprägtes Angebot an filialisierten Einzelhandelsunternehmen und großflächigen Magnetbetrieben auf. Insgesamt weist das Quartier eine ausgeprägte Konsumorientierung mit hohem Filialisierungsgrad auf, was jedoch auf der anderen Seite auch zu einer gewissen Austauschbarkeit des Angebotes führt und das Quartier besonders stark durch die Zunahme des Onlinehandels getroffen wird.

# Fußgängerzone



**Übergeordnete Ziele:** Vielfalt der Fußgängerzone fördern, Beleuchtungs- und Begrünungskonzept überprüfen und verbessern, ganzheitlicher Ansatz zur ganzjährigen Bespielung der Fußgängerzone mit abwechslungsreichem Programm, Verknüpfungen zu angrenzenden Quartieren außerhalb der Innenstadt schaffen usw.

- ① Neugestaltung der Schwalbacher Straße
- ② Nutzungs- und Gestaltungskonzept für den Mauritiusplatz entwickeln
- ③ Gastronomieansiedlung in der Kirchgasse und gesamten Fußgängerzone fördern, um u. a. die Verweildauer zu erhöhen
- ④ Michelsberg durch Außengastronomie bespielen
- ⑤ Prüfung der Umwidmung des Karstadt Sports Gebäudes
- ⑥ City-Passage gestalten und entwickeln
- ⑦ Übergänge Luisenstraße / Friedrichstraße zur Fußgängerzone neugestalten
- ⑧ Neugestaltung Übergang Langgasse mit Webergasse
- ⑨ Walhalla reaktivieren

# Wenn nicht jetzt, wann dann?

„Wir wollen und müssen die Innenstädte neu beleben, gemeinsam mit Vermietern, Unternehmen, der Kultur und allen anderen Akteuren vor Ort. Wir brauchen jetzt einen starken Impuls. (...) Wer in die Innenstadt kommt, möchte anderen begegnen, sich treffen und etwas Besonderes erleben. Hier muss das Herz der Stadt pulsieren.“

Präsident des Deutschen Städtetages, Oberbürgermeister Burkhard Jung aus Leipzig, Pressemeldung Deutscher Städtetag. 25.02.2021

- Reizfaktoren: Digitaler und demografischer Wandel, ein verändertes Konsum- und Mobilitätsverhalten, Auswirkungen der Corona-Pandemie
- Rasanter und tiefgreifender Wandel
- Sensibilisierung der Akteure nutzen



Fotos:  
Wiesbaden  
Congress &  
Marketing  
GmbH

**Individualität  
stärken**

**Wandel  
begegnen**

**Impulse schaffen**

**stärkere  
Einbindung der  
Akteure**



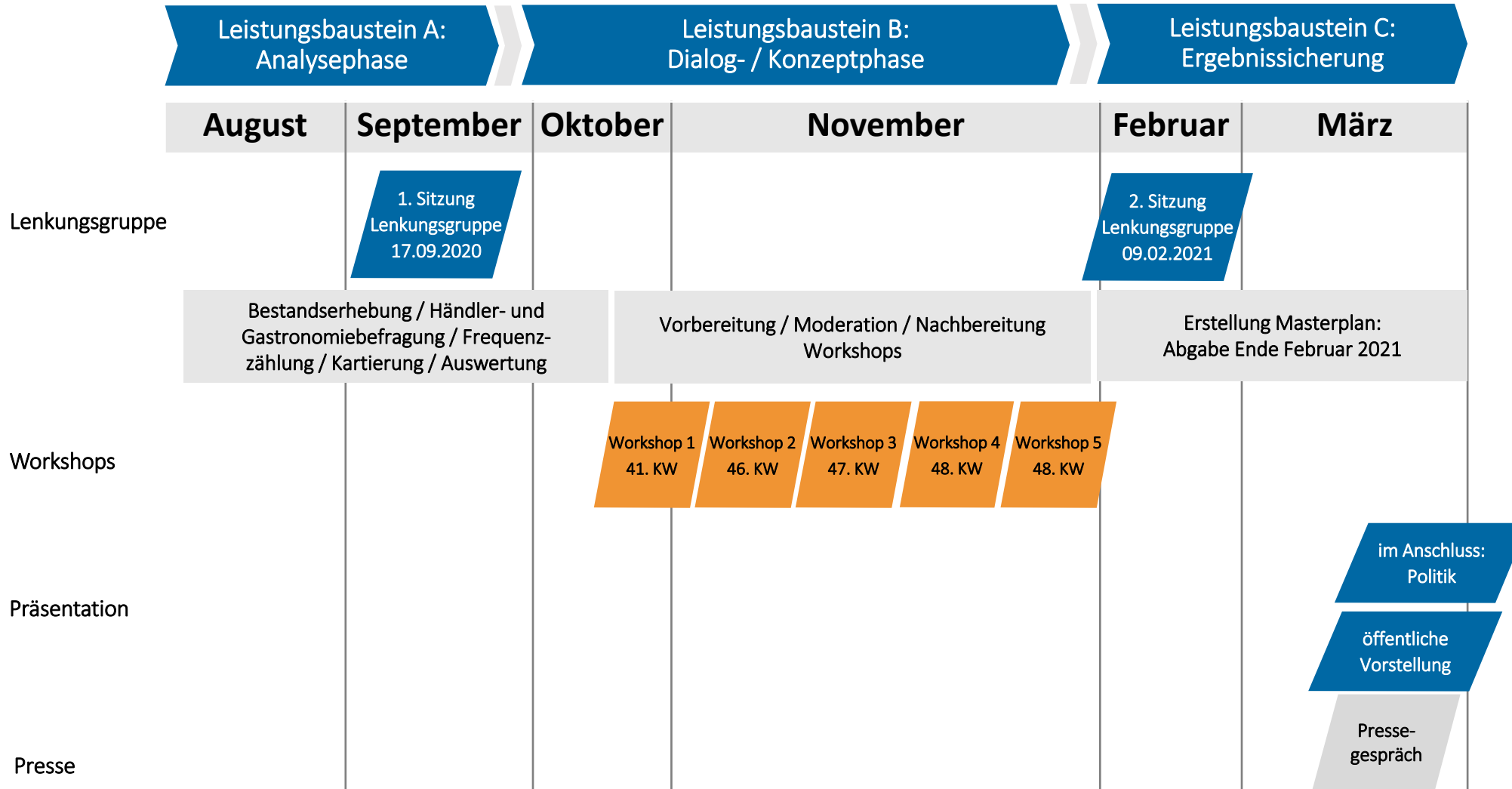


**GMA**

Forschen. Beraten. Umsetzen.

**Ich bedanke mich  
für Ihre  
Aufmerksamkeit!**

# Projektzeitplan



# WORKSHOP 1: ZUKUNFT.INNENSTADT

**Erleben und Kultur**

**Einzelhandel und Gastronomie**

**Dialogphase:**

- Stärken und Schwächen
- erste Visionen und Maßnahmen

**Mobilität...  
... und Netze**

**Stadtstruktur**

## WORKSHOPS 2 – 5

### Gestaltung. INNENSTADT

Fr. Elberfeld,  
Stadtplanungsamt,  
Fr. Weiland, SEG

### Dialogphase:

- nach Themen
- übergeordnete Ziele
- konkrete Forderungen
- räumliche Ansätze

### Mobilität. INNENSTADT

Fr. Dr. Beckefeld,  
Tiefbau- /  
Vermessungsamt

### Attraktivität. INNENSTADT

Fr. Wachs, GMA

### Erlebnis. INNENSTADT

Hr. Michel, WiCM

# ÜBERGREIFENDE QUARTIERSBEZOGENE MAßNAHMEN



## Übergreifende Maßnahmen:

- /// Gesamtkonzept für die Quartiersentwicklung erstellen (u. a. Quartiersidentitäten und Quartiersnutzungen herausarbeiten),
- /// Marketingaktivitäten der Quartiere unterstützen,
- /// Stärkere Einbeziehung von Bürgern und Gewerbetreibenden in den Planungsprozess der Quartiere zur Erhöhung der Identifikation und des Engagements,
- /// Übergeordnetes Beschilderungssystem / Fußgängerleitsystem (digitale Infosäulen) etablieren,
- /// Wiedererkennungsmerkmale für die einzelnen Quartiere schaffen (z. B. Licht, Farbe),
- /// Verknüpfung / Vernetzung zu angrenzenden Quartieren außerhalb der Innenstadt schaffen und
- /// Verknüpfung / Vernetzung zwischen den Quartieren erhöhen.

**Individualität  
stärken**

**Außenwahrnehmung  
steigern**

**verbindende  
Elemente schaffen**

**stärkere Einbindung  
der Akteure**