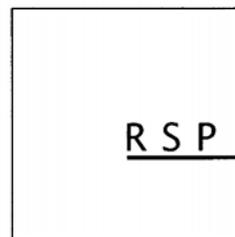


BÜROGEMEINSCHAFT DER



**RRV-Gesellschaft für
Raumanalysen, Regionalpolitik und
Verwaltungspraxis mbH**



RESCH+STIEFLER+PARTNER
ARCHITEKTEN · STADTPLANER

**Kommunales Entwicklungskonzept für die Stadt Kemnath
mit Schwerpunkt Städtebauliches Einzelhandelsentwicklungskonzept
(SEEK)
und Begleitung des Stadtmarketingprozesses**

im Auftrag der Stadt Kemnath

Endbericht

Projektleitung: Prof. Dr. Drs. h.c. J. Maier
Dipl.-Ing. arch. K. Stiefler

Mitarbeiter: Dipl.-Geograph A. Bernreuther
Dipl.-Geographin B. Kadner
Dipl.-Ing. arch. R. Köferl
stud. rer. reg. J. Mahkorn
stud. rer. reg. S. Rüppel

Bayreuth, 04. August 2004

Universitätsstraße 30, 95440 Bayreuth,
Tel. 0921/552262, Fax 0921/552369
e-mail: ls.wigeo-regplg@uni-bayreuth.de

Wahnfriedstraße 3, 95444 Bayreuth,
Tel. 0921/76450-0 Fax 0921/76450-20
e-mail: info@architekten-rsp.de

I.	PROBLEMSTELLUNG UND KONZEPT	1
1.	Anlass	1
2.	Ganzheitliche Stadtentwicklung: Einzelhandel – Städtebau – Stadtmarketing	3
3.	Ziele der Beratungstätigkeit.....	4
4.	Aufbau und methodisches Vorgehen	7
II.	STRUKTURELLE RAHMENBEDINGUNGEN VON KEMNATH	9
1.	Lage Kemnaths und der Ortsteile im Raum sowie verkehrliche Erschließung	9
2.	Historische Entwicklung	11
3.	Landes- und regionalplanerische Aussagen über Kemnath.....	15
4.	Bisher im Rahmen der Stadtsanierung durchgeführte bzw. sonstige relevante Maßnahmen.....	17
5.	Infrastrukturelle Ausstattung.....	21
5.1	Ver- und Entsorgung.....	21
5.2	Soziale und Bildungsinfrastruktur.....	22
5.3	Sport- und Freizeitinfrastruktur.....	23
6.	Bevölkerung und Arbeitsmarkt.....	24
6.1	Bevölkerungsentwicklung	24
6.2	Altersstruktur	26
6.3	Verteilung im Raum	27
6.4	Erwerbstätigenstruktur	29
6.5	Ein- und Auspendlersituation	30
7.	Situation der einzelnen Wirtschaftsbereiche.....	33
7.1	Landwirtschaft.....	33
7.2	Verarbeitendes Gewerbe	34
7.3	Bauhaupt- und Baunebengewerbe	35
7.4	Handwerk.....	36
7.5	Tourismus	36
8.	Flächennutzung und Wohnschwerpunkte	38
8.1	Gewerbliche Nutzung.....	38
8.2	Wohnungsbau/Wohnungsmarkt.....	39



III.	ERHEBEN DES STÄDTEBAULICHEN BESTANDES UND AUSWERTUNG	43
1.	Verkehrerschließung	44
1.1	Fließender Verkehr	44
1.1.1	Überörtliche Verkehrerschließung	44
1.1.2	Innerörtliche Erschließung	44
1.2	Ruhender Verkehr	48
1.3	Fußgänger / Radfahrer	51
1.4	ÖPNV	52
2.	Grünordnung	53
3.	Nutzung / Funktion	56
4.	Stadtgestalt	61
IV.	EINSCHÄTZUNGEN DER BEVÖLKERUNG ZUR SITUATION IN KEMNATH	71
1.	Methodisches Vorgehen und Aussagekraft der Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung	71
2.	Sozialstatistische Angaben	72
3.	Wohnsituation	73
4.	Freizeitangebot	77
5.	Verkehrssituation und Mobilität	79
6.	Kommunal- und Informationspolitik	80
7.	Stärken und Schwächen und dringlichste Probleme Kemnaths aus Sicht der Bevölkerung	83
V.	ANALYSE EINZELHANDELSSITUATION IN KEMNATH	89
1.	Methodisches Vorgehen und Aussagekraft der Ergebnisse	89
1.2	Einzelhandelskartierung	89
1.3	Einzelhändlerbefragung	89

2.	Einzelhandelsstruktur	91
2.1	Branchenausrichtung und Unternehmensstrukturen.....	91
2.2	Standortgefüge und Leerstandsproblematik	94
3.	Beurteilung der Einzelhandelssituation und zukünftiger Entwicklungen durch die Einzelhändler	101
3.1	Innovationsverhalten der Einzelhändler	101
3.2	Einschätzung verschiedener Wirtschaftsfaktoren	103
3.3	Stärken und Schwächen Kernnaths sowie Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung aus Sicht der Einzelhändler	106
4.	Versorgungssituation in Kernnath aus Sicht der Bevölkerung	110
4.1	Versorgungsorientierung und Defizite bei Dienstleistungen.....	110
4.2	Einkaufsorientierung und Defizite im Einzelhandel aus Sicht der Bevölkerung.....	112
4.3	Bewertung des Kernnather Einzelhandels aus Sicht der Bevölkerung.....	114
5.	Marktgebietsabgrenzung	115
6.	Kaufkraftpotenzial, Kaufkraftbindung und Kaufkraftflüsse	123
7.	Bedarfsberechnungen für den Kernnather Einzelhandel	125
8.	Zulässige Verkaufsflächen in Einzelhandelsgroßprojekten.....	126
8.1	Rechtliche Grundlagen zur Berechnung noch zulässiger Verkaufsflächen	127
8.2	Noch zulässige Verkaufsflächen für neu zu errichtende Einzelhandelsgroßprojekte in Kernnath	128

VI.	STÄRKEN-SCHWÄCHEN- / CHANCEN-RISIKEN-ANALYSE UND STÄDTEBAULICHE POTENZIALANALYSE.....	133
------------	--	------------

1.	Referenzstandort Freystadt in der Oberpfalz	133
2.	Allgemeine gesellschaftliche und wirtschaftliche Trends als Grundlage.....	136
2.1	Trends und Entwicklungsrichtungen der „Bevölkerungswelt“.....	137
2.2	Trends und Entwicklungsrichtungen der „Wirtschafts- und Arbeitswelt“	141
2.3	Trends und Entwicklungsrichtungen im Einzelhandel	142
3.	Stärken- / Schwächen und Chancen- / Risiken-Analyse	146
4.	Städtebauliche Potenziale und Missstände.....	152



VII.	BÜRGERBETEILIGUNG, VISION UND LEITBILD FÜR DAS STADTENTWICKLUNGSKONZEPT	161
1.	Visionen und Leitbild als Instrumente der Planung sowie die Aufgabe von Arbeitskreisen im Stadtentwicklungsprozess	161
2.	Bestimmung von Problembereichen der zukünftigen Stadtentwicklung der Stadt Kemnath.....	163
2.1	Wichtige Aspekte für die zukünftige Stadtentwicklung aus Sicht der Gutachter	163
2.2	Bisherige Arbeitskreisarbeit als Grundlage für ein breit verankertes Stadtentwicklungskonzept.....	170
2.3	Vorschlag zur Weiterentwicklung der bisherigen Stadtmarketing-themen	171
3.	Vision - ein Bild der Zukunft.....	173
3.1	Vision 2018 – Die Stadt Kemnath, der lebendige Mittelpunkt des Kemnather Landes	173
3.2	Abstimmung mit dem Stadtrat und den Arbeitskreisen	181
4.	Entwurf von Leitbildern für die Stadtentwicklung Kemnaths und Herausarbeitung von Zielen	181
4.1	Übergeordnetes Leitbild eines Mittelzentrums Kemnath	182
4.2	Leitbilder für die wirtschaftliche Entwicklung in Kemnath	184
4.2.1	Leitbild Einzelhandel und Dienstleistungen	184
4.2.2	Leitbild Freizeit, Tourismus, Naherholung und Kultur.....	188
4.2.3	Leitbild Gewerbe, Industrie und Handwerk.....	190
4.3	Leitbilder für die städtebauliche Entwicklung in Kemnath	191
4.3.1	Leitbild Verkehr.....	193
4.3.2	Leitbild Grün- und Freiflächen	195
4.3.3	Leitbild Nutzung und Funktion	197
4.3.4	Leitbild Stadtgestaltung	199
4.4	Abstimmung und Beschlussfassung mit bzw. durch den Stadtrat	201
VIII.	SEEK UND STÄDTBAULICHER RAHMENPLAN	203
1.	Rahmenbedingungen für die Notwendigkeit der Erstellung eines SEEK	203



1.1	Einzelhandel und Innenstädte.....	203
1.2.	Beurteilungsgrundlagen für Einzelhandelsgroßprojekte nach bayerischem Landesrecht sowie baurechtliche Aussagen.....	207
2.	Mittelzentrale Einzelhandelsstruktur.....	216
2.1	Großflächiger Einzelhandel – Trends und Situation in Kemnath.....	217
2.1.1	Betriebsformen und ihre Entwicklung	217
2.1.2	Beschreibung der „großflächigen“ Einzelhandelseinrichtungen in Kemnath ...	221
2.2	Facheinzelhandel – Trends und Situation in Kemnath.....	226
2.2.1	Probleme von Fachgeschäften	226
2.2.1	Fachgeschäfte in Kemnath	229
2.3	Landesplanerisch zulässige Flächen und Bedarfe im Einzelhandel.....	231
3.	Städtebauliche Aspekte für die Einzelhandelsentwicklung in Kemnath	232
3.1	Innenstadtabgrenzung in Kemnath	232
3.2	Beschreibung der gegebenen Flächenpotenziale bzgl. ihrer städtebaulich integrierten Lage	238
4.	Erläuterungen zum städtebaulichen Neuordnungskonzept.....	241
4.1	Verkehrskonzept	242
4.1.1	Fließender Verkehr	242
4.1.2	Ruhender Verkehr.....	243
4.1.3	Fußgänger / Radfahrer	251
4.2	Grün- und Freiflächenkonzept.....	253
4.2.1	Übergeordnete Grünzüge	253
4.2.2	Ortsränder.....	255
4.2.3	Grüngürtel um Altstadt.....	256
4.2.4	Bereich Stadtweiher / Seeleitenpark, Bereich Eisweiher, Flötzbach	256
4.2.5	Begrünung der Plätze, Straßen, Gassen und Fußwege	259
4.2.6	Grünordnung im Gewerbegebiet.....	260
4.2.7	Privates Grün	261
4.3	Nutzungskonzept	262
4.3.1	Handel, Einzelhandel, Dienstleistung	263
4.3.2	Soziales, Gesundheit.....	268
4.3.3	Gewerbe	269
4.3.4	Wohnen.....	269
4.4	Stadtgestalt.....	273
5.	Strategien für eine gesamtstädtische nachhaltige Einzelhandelsentwicklung	283
5.1	Steigerung der Attraktivität der Innenstadt.....	283

	Seite
5.1.1	Angebotsverbesserung innerhalb der Innenstadt..... 283
5.1.2	Erlebnisaufwertung..... 285
5.1.3	Gestaltung 289
5.1.4	Erreichbarkeit 291
5.2	Entwicklung einer zweipoligen Einkaufslandschaft 292
5.3	Schaffen von Verbindungen zwischen Einzelhandelsbereichen und zwischen Wohngebieten und Innenstadt..... 293

IX. AKTIONSPROGRAMM UND MASSNAHMENKATALOG 297
--

1. Aktionsprogramm für eine gesamtwirtschaftliche Stadtentwicklung 298
1.1 Übergeordnetes Handlungsfeld – Kemnath - Mittelpunkt des „Kemnather Landes“ und seine Außendarstellung 301
1.2 Handlungsfeld Gewerbe, Industrie und Handwerk 320
1.3 Handlungsfeld Einzelhandel und Dienstleistungen 343
1.4 Handlungsfeld Freizeit, Tourismus, Naherholung und Kultur 366
2. Städtebauliche Impulsprojekte und Maßnahmenkatalog 386
2.1 Impulsprojekte 386
2.2 Maßnahmenkatalog 398

X. LITERATURVERZEICHNIS VII
--



I. PROBLEMSTELLUNG UND KONZEPT



1. Anlass

In den vergangenen Jahren haben sich die Rahmenbedingungen für die Entwicklung der Städte und Gemeinden erheblich geändert. Internationalisierung, verschärfter wirtschaftlicher Wettbewerb, ökologische Krisen aber auch gesellschaftlicher Wandel mit neuen Lebensstilen der Bevölkerung und abnehmenden finanziellen Ressourcen der Kommunen sind heute wichtige Ausgangspunkte der Entwicklung. Auch in Zukunft ist mit weiteren Veränderungen zu rechnen, die für Städte Entwicklungschancen aber auch -hemmnisse beispielsweise in Fragen der Einzelhandelsentwicklung, der gewerblichen Wirtschaft, im sozialen Bereich oder der Beanspruchung der natürlichen Umwelt in sich bergen. Dies gilt auch für die Stadt **Kemnath** im Landkreis Tirschenreuth, da sie insbesondere durch ihre Lage an der zukünftig wichtigen Verkehrsachse B 22 zwischen der Tschechischen Republik, ab 2004 neuer EU-Partner, und der Bundesautobahn A 9 von den neuen Entwicklungen der EU-Osterweiterung berührt wird. Von dem oberfränkischen Oberzentrum Bayreuth und dem Autobahnanschluss an die BAB 9 (München-Berlin) liegt Kemnath 26 km entfernt und nach Weiden bzw. nach Marktredwitz mit Autobahnanschluss an die BAB 93 Hof-Regensburg sind es 32 km bzw. 25 km.

Ein **Schwerpunkt** des nachfolgenden Konzeptes soll nach dem Wunsch der Stadt Kemnath der **Einzelhandel** und seine Entwicklungschancen sowohl in der Innenstadt als auch die Entwicklungen der großflächigen Einzelhandelsformen am Stadtrand sein. Jedoch dürfen Überlegungen über zukünftige Verflechtungen im Einzelhandel gerade in kleineren Gemeinden nicht allein betrachtet werden, vielmehr gilt es die **Leitlinien der gesamte Stadtentwicklungspolitik** einzubeziehen. Somit ist ebenfalls zu beleuchten, welche Entwicklungen die Stadt Kemnath als Gewerbe- und Wohnstandort nehmen wird. Diese gilt es zusammen mit den Akteuren vor Ort zu erarbeiten, da nur so eine breite Akzeptanz zu erreichen ist. Für die kommunale Entwicklung ergeben sich auf breiter Ebene Chancen, jedoch auch Risiken. So wird eine vorausschauende Planung erforderlich, die durch einen **integrativen Ansatz**, also die Einbeziehung aller Verantwortlichen und Betroffenen auf der einen und die Zusammenschau der verschiedenen wirtschaftlichen Tätigkeitsfelder auf der anderen Seite, zum Wohle einer Gesamtstadtentwicklung am ehesten umzusetzen ist.

Als **ehemaliger Landkreissitz** hatte die Stadt einige Jahre an dem Funktionsverlust zu tragen, seit einigen Jahren zeichnet sich jedoch eine sehr positive Entwicklung ab. Neben der vorbildlichen Altstadtsanierung (seit 1986) sind hier insbesondere auch die gewerblichen Entwicklungen herauszustellen. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Stadt nahm seit den 1990er Jahren ständig zu (von 1993 mit 2.477 auf 2000 mit 2.536 Arbeitnehmern). Als das **mögliche Mittelzentrum** im westlichen Landkreis Tirschenreuth besitzt die Stadt neben den intensiven Verflechtungen im ehemaligen Landkreis auch Verknüpfungen zu Teilen des benachbarten Oberfranken sowie des angren-



zenden Landkreises Neustadt an der Waldnaab. Die Stadt ist ein wichtiger Arbeitsort in der Region für ca. 2.500 Beschäftigte, darunter ca. 70 Prozent Einpendler.

Die **wirtschaftliche Struktur** Kemnaths ist vom Produzierenden Sektor geprägt (65 Prozent der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten), jedoch besteht eine gesunde Mischung unterschiedlich großer Betriebe und eine ausgewogene Branchenvielfalt. Wichtige Arbeitgeber und auch Imagefaktoren sind das seit 1962 in Kemnath ansässige Werk des Siemens-Konzerns aus dem Unternehmensbereich Medizinische Technik (Entwicklung und Produktion von Röntgengeräten) mit über 900 Mitarbeitern und der traditionsreiche Kemnather Betrieb aus dem Ernährungsgewerbe, die Firma Ponnath. Das Unternehmen mit einer mehr als 300jährigen Familientradition entwickelte sich von einer kleinen Metzgerei zu einem der großen Fleischwarenproduzenten Deutschlands mit rund 600 Mitarbeitern.

Auch als **Wohnstandort**, wie die Bevölkerungsentwicklung zeigt (Bevölkerungszunahme 2000 gegenüber 1987 5,8 Prozent), sowie für **Tourismus und Naherholung** weist die Stadt Kemnath, flankiert von den Naturparks Fichtelgebirge und Steinwald, ein hohes Potenzial auf. Neben der Natur mit Vulkankegeln und Teichketten bietet die Stadt eine breite Freizeitinfrastruktur und ein aktives Kulturleben mit vielen Vereinen, dem Heimat- und Handfeuerwaffenmuseum, jährlichen Festen und v.a. dem rund 300 Jahre alten Passionsspiel, welches alle fünf Jahre ein kulturelles Highlight darstellt. Dieses aktive Kulturleben ist ein wichtiger Pluspunkt für das Wir-Gefühl der Bürger, auf welches u.a. das Stadtentwicklungskonzept aufbauen kann. Für die Wohnbevölkerung besteht sowohl ein bedarfsgerechtes Schul- und Kinderbetreuungsangebot als auch für die alten und pflegebedürftigen Mitmenschen ist im innerstädtischen Seniorenwohn- und Pflegeheim "Haus Falkenstein" bestens gesorgt. Gesundheits- und Sozialeinrichtungen sind ebenfalls in ausreichender Zahl in Kemnath zu finden. Herauszuheben ist ebenso das Krankenhaus mit den verschiedensten Fachabteilungen.

Angesichts der bislang erfolgreichen Stadtsanierung (ca. 10. Mio. €), den neuen Trends auf der Anbieter- und Nachfragerseite im Einzelhandel und v.a. auch der Herausforderungen des neuen Jahrtausends mit der EU-Osterweiterung und knappen Finanzmitteln in den Kommunen, ist es für eine Stadt wie Kemnath sicherlich angeraten, sich bereits **frühzeitig Leitlinien für die weitere zukünftige Stadtentwicklung** zu setzen.

Insbesondere die Entwicklungen im Einzelhandel sind neben der wirtschaftlichen Bedeutung auch in städtebaulicher Hinsicht genau zu beleuchten, was durch die **Erarbeitung eines Städtebaulichen Einzelhandelsentwicklungskonzeptes** (SEEK) erfolgt. Durch die Absicht verschiedener Einzelhandelsbetriebe, sich in Kemnath neu anzusiedeln bzw. sich an neuen Standorten innerhalb des Stadtbereiches zu erweitern, stellt sich für die Stadt die Frage, ob und inwieweit die Stadt als Träger der Planungshoheit diese **Neuan-siedlungen / Vergrößerungen** zulassen soll.

Wesentliches Kriterium wird daher unter anderem auch sein, welche Auswirkungen diese zusätzlichen Einzelhandelsflächen auf die Innenstadt und insbesondere auf den Stadtkern haben. Da die Stadt Kemnath bereits seit den 1980er Jahren Mittel aus dem **Städtebau-förderungsprogramm** erhält, ist bei der Entscheidung der Stadt für neue Einzelhandelsflächen außerhalb der Innenstadt auch der Beschluss des Bayerischen Ministerrates und



des Bayerischen Landtages zu beachten. Städtebauförderungsmittel sind danach nur noch an Städte und Gemeinden ausbezahlt, die aufgrund eines städtebaulichen Einzelhandelsgutachten nachweisen können, dass neue Einzelhandelsflächen innenstadtverträglich sind und die bisherigen Anstrengungen der Stadt zur Revitalisierung der Innenstadt nicht untergraben. Im Extremfall sieht der o. a. Beschluss bei Zuwiderhandlung auch die Rückforderung von bereits gewährten Städtebauförderungsmitteln vor.

2. Ganzheitliche Stadtentwicklung: Einzelhandel – Städtebau – Stadtmarketing

Die Erarbeitung eines städtebaulichen Einzelhandelsentwicklungskonzeptes (SEEK) ist damit einerseits die Voraussetzung für weitere Städtebauförderungsmittel, gleichzeitig bietet sich damit aber auch der Stadt Kemnath – über die aktuelle Fragestellung der Ausweisung von zusätzlichen Einzelhandelsflächen hinaus – die **Möglichkeit, durch ein ganzheitliches, fachübergreifendes Gutachten Visionen und Ziele für die zukünftige städtebauliche Entwicklung** von Kemnath zu entwickeln.

Im **Einzelhandel** zeichnet sich bereits seit den 1960er Jahren ein tiefgreifender Strukturwandel ab. Starke Unternehmenskonzentration, Filialisierungstendenzen und großflächige Einkaufszentren, die sich in den letzten Jahren zunehmend auch auf kleine und mittlere Städte im ländlichen Raum mit weitreichenden stadtstrukturellen Veränderungen und wachsendem Wettbewerbsdruck auf alteingesessene Strukturen ausdehnen. Jedoch sind großflächige Einkaufszentren je nach Standort und Art der Einrichtung in ihren Auswirkungen auf die Attraktivität, Verkehrsströme u.a. für die Standortgemeinde unterschiedlich zu bewerten.

Um eine **stadtstrukturell verträgliche Steuerung** der dynamischen Entwicklungen im Einzelhandelsbereich zu erreichen, wurde im Sommer 1998 von Seiten des Bayerischen Ministerrates und des Bayerischen Landtages ein Beschluss gefasst. **Städtebauförderungsmittel** werden hiernach nur noch Städten gewährt, die ein städtebauliches Einzelhandelsentwicklungskonzept mit konkreten Aussagen über mögliche innenstadtverträgliche Standorte und Größenklassen für großflächige Einzelhandelsbetriebe vorlegen können. Sogar die Rückforderung bereits ausgezahlter Städtebaufördermittel bei Nichteinhaltung oder Zuwiderhandlung wird angedroht und mit der Missachtung des Ziels der Städtebauförderung Stärkung der Innenstädte als Einzelhandelsstandorte begründet¹. Ferner gilt es bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe die landesentwicklungspolitischen Interessen Bayerns, wie verbrauchernahe Versorgungsstrukturen, Funktionsfähigkeit der zentralen Orte, Schutz der Innenstädte, Minimierung der Verkehrswege und des Flächenverbrauchs vor der Genehmigung von städtebaulich nicht integrierten Standorten für Einzelhandelsprojekte vorrangig zu beachten².

¹ Bayerischer Landtag, Drucksache 11/12683 und 13/11992.

² Bayerische Staatsregierung, Landesentwicklungsprogramm Bayern, Teilfortschreibung zum Fachziel Einzelhandelsgroßprojekte/FOC



Zusätzlich werden im Rahmen des SEEK auch die **vorbereitenden Untersuchungen zur Stadtsanierung fortgeschrieben**. Da die zukünftigen, im Rahmen der Altstadtsanierung durchzuführenden Maßnahmen - als Voraussetzung für die Förderung - mit den Zielen der Stadtsanierung in Einklang stehen müssen, erhält die Stadt durch die Fortschreibung der vorbereitenden Untersuchungen Argumentationshilfen für die Beantragung zukünftiger Fördermittel und gleichzeitig die Gewähr, dass die einzelnen Maßnahmen sich zu einem einheitlichen Gesamtkonzept zusammenfügen und ergänzen.

Überlegungen bezüglich des Einzelhandels und des Städtebaus sind für eine Stadt wie Kemnath **in einem größeren Rahmen** zu betrachten. Dies soll über den **Stadtmarketingprozess** erfolgen, welcher die Chancen und Leitlinien der Stadtentwicklungspolitik für die nächsten 10 bis 15 Jahre herausarbeiten soll. Dieser wurde in Kemnath bereits angestoßen und sieben engagierte Arbeitskreise sind eingerichtet. Hier wird eine enge Zusammenarbeit im Sinne eines integrativen Ansatzes erfolgen. Mit den engagierten Bürgern ist ein reger Austausch unerlässlich, um eine breite Akzeptanz zukünftiger Stadtentwicklungsstrategien zu erreichen. Stadtmarketing ist eine Strategie, um die Stadtentwicklung unter neuen Aspekten gemeinsam anzugehen. Es ist ein Versuch, die Stadtentwicklung **kreativer zu gestalten** und möglichst **viele kommunale Akteure an der Entwicklung zu beteiligen**, allerdings muss das Konzept bzw. der daraufaufbauende Prozess immer wieder von der politischen Spitze der Stadt in Gang gehalten werden. Stadtmarketing ist neben einer breiten Akzeptanz bei der Bevölkerung in erster Linie eine Führungsaufgabe. Nachhaltige Stadtentwicklung hat dabei zum Ziel, die Lebensbedingungen in den Städten dauerhaft zu sichern und zu verbessern, indem mit den natürlichen Lebensgrundlagen behutsam umgegangen wird. Diese Zielorientierung schließt zugleich ein, dass die sozialen und wirtschaftlichen Belange mit denen der Umwelt abzuwägen sind.

Erfolgreiche Strategien zur Umsetzung nachhaltiger Stadtentwicklung setzen ein konsensfähiges Konzept voraus, welches aus **abgestimmten Zielen** zusammengesetzt ist und sich in der Durchführung konkreter Maßnahmen bewährt. **Strategien nachhaltiger Stadtentwicklung** stehen vor der Herausforderung, ökologische, ökonomische und soziale Perspektiven zusammenzuführen. Hier kommt es entscheidend darauf an, mit den vorhandenen Zielkonflikten und Interessensgegensätzen konsensorientiert, z.B. mittels Bürgerbeteiligung, umzugehen.

3. Ziele der Beratungstätigkeit

Auftragsgemäß geht es darum, für die Stadt Kemnath unter Berücksichtigung vorhandener und sich abzeichnender Trends im Einzelhandel auf der Nachfrage-, Angebots- und Standortseite, der vorhandenen Wettbewerbssituation im Marktgebiet sowie unter intensiver Einbeziehung aller (interessierten) Verantwortlichen ein **städtebauliches Entwicklungskonzept mit dem Schwerpunkt Einzelhandel** und einem Zeithorizont bis 2015 für die **Gesamtstadt** als Maßstab für künftige Bauleitplanungen zu entwickeln. Dabei werden sowohl die Innenstadt, Einzelhandelbetriebe in anderen Stadtteilen als auch vorhandene großflächige Einzelhandelseinrichtungen am Stadtrand sowie für Einzelhandelsnutzung in Frage kommende Brachflächen und Gewerbegebiete einer detaillierten Untersuchung



unterzogen und in einem grundlegenden städtebaulichen Strukturkonzept zusammengeführt – in enger Zusammenarbeit mit den vorhandenen Arbeitsgemeinschaften.

Wichtige Aspekte dieses gemeinsamen Konzeptes sind es, einerseits Wege **der wirtschaftlichen und baulichen Weiterentwicklung der sanierten Altstadt** aufzuzeigen und andererseits Überlegungen anzustellen, wie bestehende und mögliche Einzelhandelsstandorte am (Innen-) Stadtrand mit der Innenstadt **verknüpft** und wie die (Innen-) Stadttore und Verbindungsstrecken **attraktiver gestaltet** werden können. Darüber hinaus sollen Stärken bzw. Potenziale der Stadt in die Neugestaltung miteinbezogen werden (z.B. der reizvolle Stadtweiher nahe der Altstadt oder die verkehrsgünstige Lage der Stadt an einem wichtigen Straßenkreuz Marktredwitz – Bayreuth, Tirschenreuth – Bayreuth; Bayreuth – Weiden über Erbdorf oder in Richtung Pressath).

Ein weiterer wichtiger Teilaspekt ist es, die Einzelhandelsentwicklung **in eine Gesamtkonzeption des Stadtmarketings bzw. der Stadtentwicklungspolitik** einzubinden. Der Prozess ist mit den bereits eingeführten Arbeitskreisen in der Stadt Kemnath schon angestoßen und wird vom Landratsamt Tirschenreuth und dem „*InitiAktivkreis Tirschenreuth e.V.*“ mit getragen. So besteht die Beratungstätigkeit der Bürogemeinschaft hier v.a. in einer Begleitung dieses Entwicklungsprozesses.

Letztendliches Ziel ist es nicht, ein „schlüsselfertiges“ Gutachten zu erstellen, in dem fertige Lösungen für sämtliche anstehenden Probleme der Stadtentwicklung angeboten werden. Vielmehr ist die Intention der Beratung darin zu sehen, der Stadt Kemnath und ihren Bürgern bei der Erstellung eines Entwicklungskonzeptes hilfreich zur Seite zu stehen (Prinzip der Mitwirkung, da Kommunalentwicklung in den Köpfen von Akteuren entsteht) und eine Anschubfunktion bei der Umsetzung zu übernehmen. Die wichtigen Aspekte hierbei sind neben den Überlegungen zur **Positionierung der Stadt Kemnath** in Zukunft u.a. auch das Aufzeigen von **Kooperationsmöglichkeiten** etwa mit Nachbargemeinden sowie einer offensiven und zielgruppenorientierten **Außendarstellung**.

Folgende Leitfragen gilt es im Verlauf der Arbeit gemeinsam mit Vertretern der Stadt, aktiven Bürgern bzw. den Arbeitskreismoderatoren zu beantworten:

- Worin liegen die **Stärken** bzw. Wettbewerbsvorteile Kemnaths, die es weiter zu fördern und auszubauen gilt? Wo existieren **Schwächen** bzw. Wettbewerbsnachteile, die verringert werden sollen?
- Wie könnte die zukünftige Entwicklung in Kemnath aussehen? Wie soll sich die Gemeinde mittel- und langfristig positionieren? Wie sieht ein **Leitbild** für Kemnath aus?
- Liegen **Chancen in der Entwicklung und Vermarktung** als Wohn- und Versorgungsstandort oder sollte man stärker an der jüngeren Industrietradition anknüpfen? Welche Ansiedlungen sind auf den Gewerbeflächen zu erhoffen, sollten weitere Flächen bereitgehalten werden?
- Welche **Möglichkeiten zur Kooperationen** mit Gemeinden im Umfeld (Erbdorf, Speichersdorf, aber auch Immenreuth, Kastl u.a.) erscheinen angebracht, um die gute Position als mögliches Mittelzentrum inmitten des oberzentralen Städtedreiecks Bayreuth-Weiden-Marktredwitz zu sichern bzw. aufzuwerten?



Für den zentralen Einzelhandelsbereich sind folgende Fragen von Bedeutung.

- Wie sieht die Ausgangsbasis für eine zukünftige Entwicklung in Kemnath aus? Wie gestaltet sich die **Einzelhandels- bzw. Versorgungssituation**? Wie ist insbesondere die Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Handelseinrichtungen am Stadtrand zu werten?
- Wie können die **vorhanden Einzelhandelsschwerpunkte** zu einer gegenseitigen positiven Weiterentwicklung **verknüpft** werden? Welche vorhandenen und zu erwartenden Brachflächen und Leerstände sollten für eine zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Betracht gezogen werden?
- Welche Rahmenbedingungen ergeben sich zur Beurteilung des Einzelhandels speziell in Bayern? Wie ist im besonderen die Einzelhandels- bzw. Versorgungssituation Kemnaths im Vergleich zu **relevanten landesplanerischen Kriterien** zu werten?

Aus der **städtebaulichen/architektonischen Sicht** werden v.a. **folgende Aspekte einer nachhaltigen Stadtentwicklung**, untersucht:

- Innerörtliche Verkehrssituation
- Grün- und Freiflächen einschließlich deren Nutzung
- Stadtgestalt als Voraussetzung für städtische Identität
- Lokalisierung zukünftiger Nutzungen im Stadtgebiet:
 - Kemnath als Wohnstandort
 - Kemnath als Gewerbestandort
 - Kemnath als Stadt der Naherholung und des Fremdenverkehrs

Das SEEK mit einem Planungshorizont von ca. 10 bis 15 Jahren bietet damit der Stadt Kemnath Hilfestellung und **ein ganzheitliches Handlungsszenario** z.B. bei zukünftigen Entscheidungen über

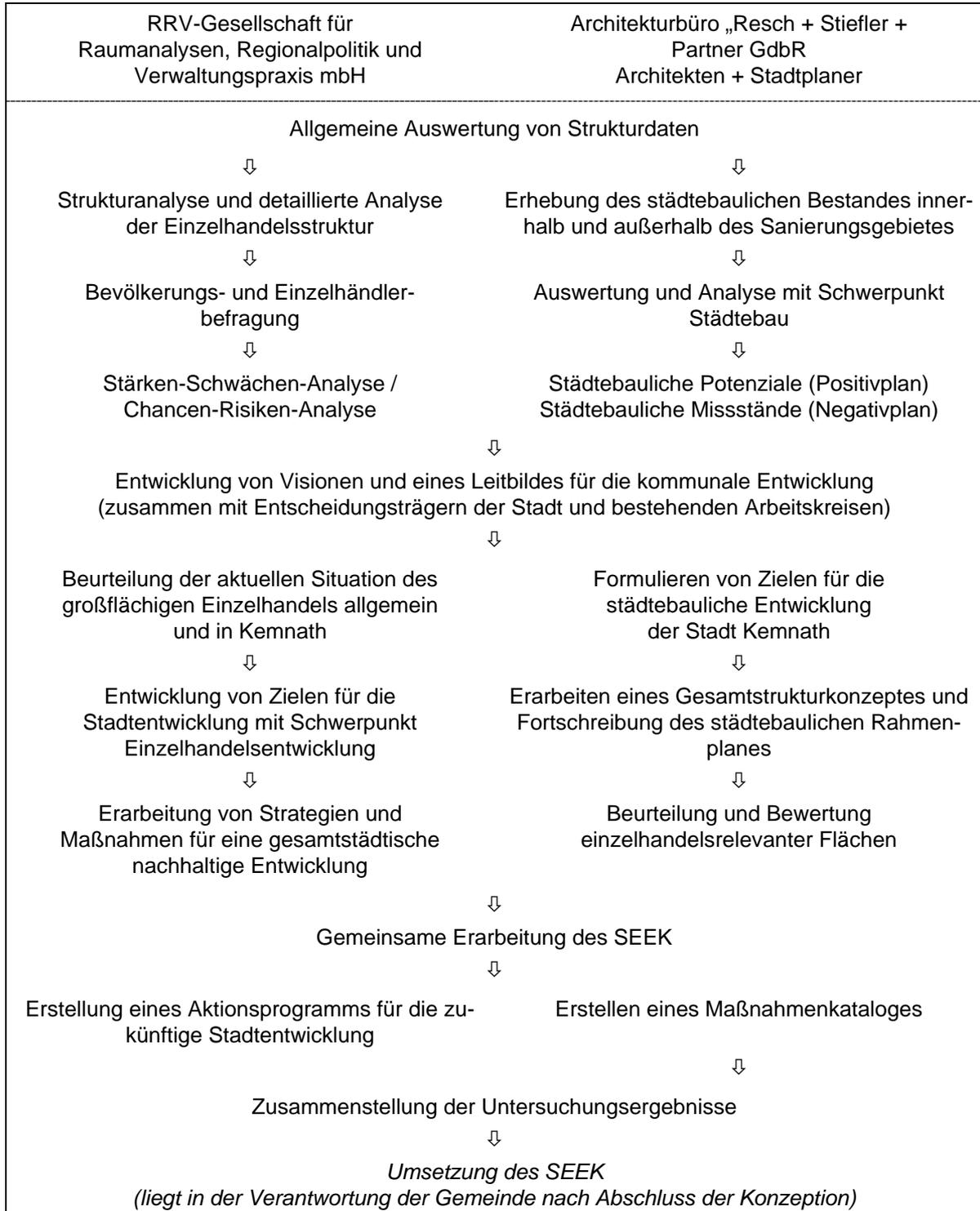
- Ausweisungen von Wohnbauflächen
- Ausweisungen von hinsichtlich ihrer Größe und Nutzung verträglicher Gewerbeflächen (insbesondere für Einzelhandel)
- Nutzungsänderungen im Stadtgebiet
- Grunderwerb
- Ausbau / Ergänzung von Infrastruktur



4. Aufbau und methodisches Vorgehen

Die Arbeit lässt sich in **drei wichtige Teilschritte** gliedern, die von den beiden Partnern der Bürogemeinschaft parallel und in ständiger Diskussion erbracht werden (s. Abb.1).

Abb. 1 Ablaufstruktur der Stadtentwicklungskonzeption für Kernath



Quelle: Eigene Darstellung, Bayreuth 2003



Zu Beginn stehen ausführliche **Analysen** der soziodemographischen und wirtschaftlichen Strukturen und Marktgebiet, eine Bevölkerungs- und Einzelhändlerbefragung sowie Berechnungen zu möglichen Einzelhandelsansiedlungen von Seiten der RRV GmbH im Mittelpunkt. Parallel dazu werden vom Architekturbüro „Resch + Stiefler + Partner GdbR Architekten + Stadtplaner“ die historischen und aktuellen städtebaulichen Strukturen aufgezeigt.

Daraus werden Stärken und Schwächen der Stadt ermittelt sowie Visionen für die Zukunft entwickelt, die **in einer engen Zusammenarbeit mit den Akteuren und Bürgern** vor Ort zu einem **Leitbild und zu Handlungsansätzen** für die zukünftige Entwicklung führen. Mittels eines städtebaulichen Positiv- und Negativplans (Aufzeigen der städtebauliche Potenziale und Missstände) und der Diskussion städtebaulicher Visionen wird ein Gesamtstrukturkonzept erarbeitet und die Fortschreibung des städtebaulichen Rahmenplanes vorgenommen.

Die Ergebnisse der intensiven Diskussionen werden abschließend ergänzt mit übergeordneten Strategien und weiteren Projektideen zu einem **Aktionsprogramm für die Stadtentwicklung und einem städtebaulichen Maßnahmenkatalog** zusammengefasst. Die Umsetzung **der städtebaulichen Einzelhandelsentwicklungskonzeption** (SEEK) und der Aktionen bzw. Maßnahmen liegt nach Abschluss der Konzeption in der Verantwortung der Gemeinde.



II. STRUKTURELLE RAHMENBEDINGUNGEN VON KEMNATH

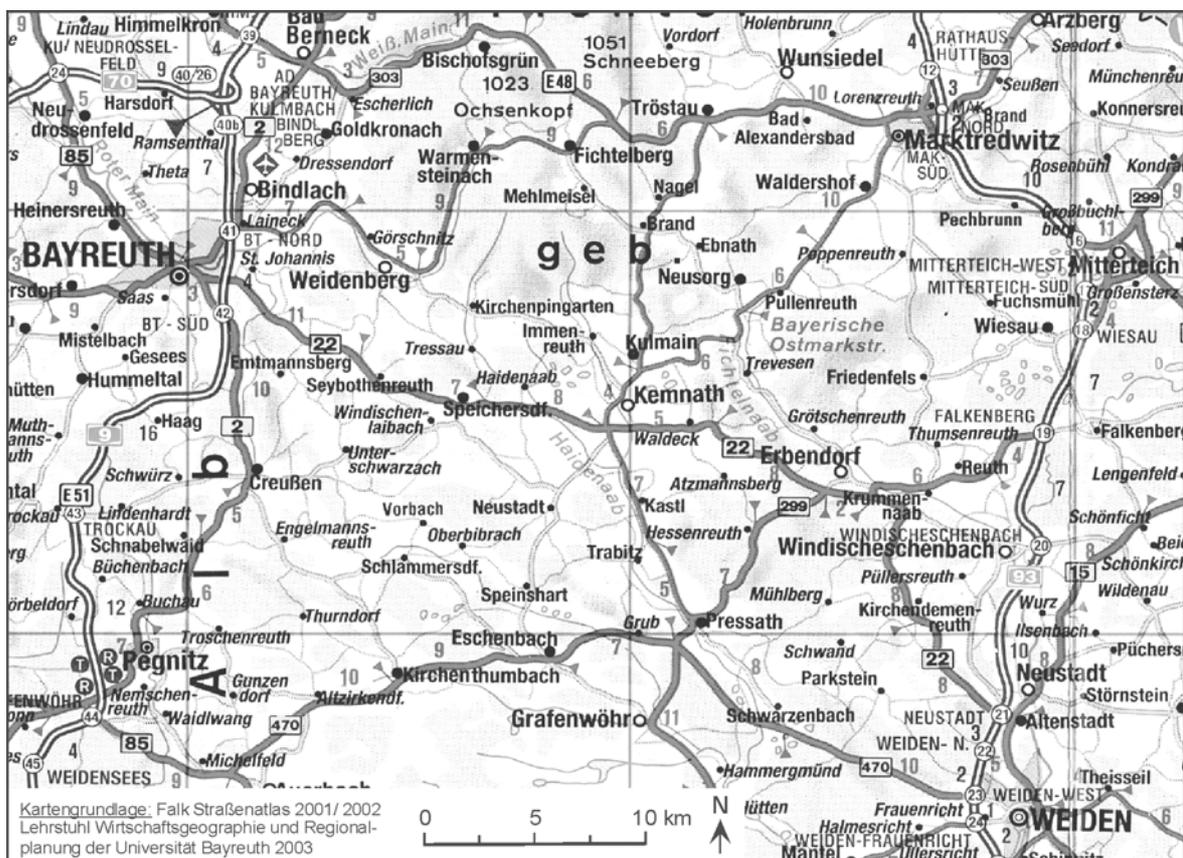


1. Lage Kemnaths und der Ortsteile im Raum sowie verkehrliche Erschließung

Die Stadt Kemnath liegt im westlichen Landkreis Tirschenreuth und ist von drei **Naturparks**, Fichtelgebirge, Steinwald und Hessenreuther Wald, umgeben. Die Entfernung zum Oberzentrum **Bayreuth**, westlich von Kemnath gelegen, beträgt 26 km. Des Weiteren liegt das mögliche Oberzentrum **Weiden** in der Opf. ca. 30 km in südöstlicher Richtung entfernt und die Entfernung zu dem Mittelzentrum **Marktredwitz** (gemeinsam mit Wunsiedel mögliches Oberzentrum) im Norden beträgt ca. 25 km. Die Nähe zu diesen Zentren höherer Stufe mit z.T. sehr guten Einzelhandelsangeboten beeinträchtigen die Entwicklung in der Stadt Kemnath in diesem Bereich nicht unerheblich. Ferner bietet sich die Stadt aber auch, durch ihre gute verkehrliche Anbindung und einige große Arbeitgeber als Wohn- und Arbeitsstandort an.

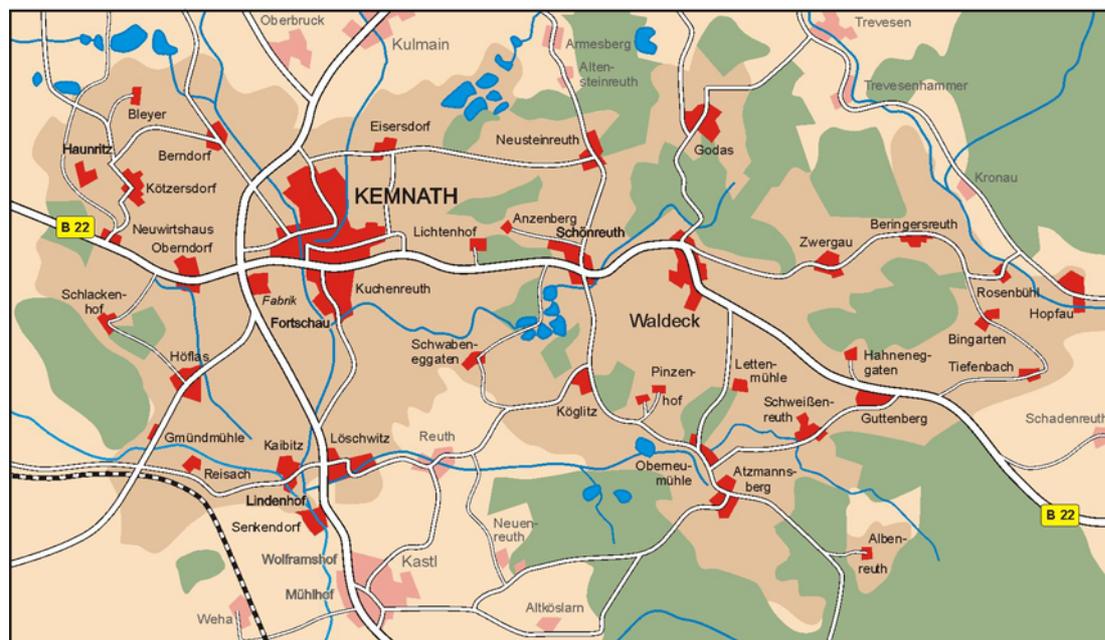
Grenzübergänge zum neuen EU-Partner Tschechischen Republik befinden sich in Mähring und in Waldsassen/Hundsbach (ca. 50 km).

Karte 1 Lage im Raum und Verkehrsanbindung der Stadt Kemnath



Die Stadt Kemnath erstreckt sich über eine **Fläche** von 57 km². Sie umfasst die 39 **Gemeindeteile**³, die in Ostwest-Richtung beiderseits der Bundesstrasse B 22 um die Stadt Kemnath und den größten Ortsteil Markt Waldeck verteilt liegen (s. Karte 2).

Karte 2 Kernstadt Kemnath und Ortsteile



Quelle: Stadt Kemnath, 2003

Kemnath liegt an der **Bundesstraße B 22** zwischen Bayreuth und Weiden und ist mittels zweier Ausfahrten an diese angebunden. Neben der B 22 ist Kemnath durch mehrere Staatsstraßen mit den verschiedenen **Hauptverkehrsadern von Nordbayern** (Bundesautobahnen A 9 Berlin – München und A 93 Hof – Regensburg) sehr gut verbunden (s. Karte 1). Die Anbindung an die BAB 9 wird sich dabei in den nächsten Jahren durch den Ausbau der A 9 in Verbindung mit der Verlegung der Anschlussstelle Bayreuth-Süd und die Ortsumgehung von Bayreuth-Aichig wesentlich verbessern. Dies wird aber auch im Zuge der EU-Osterweiterung zu weiteren Zunahmen des Güterverkehrs auf der B 22 von Marktredwitz bzw. der BAB 93 führen.

Der nächste **Bahnhof** befindet sich in Kemnath-Neustadt, ist jedoch in kurzer Zeit mittels zweier Buslinien zu erreichen. So sind die nahen größeren Städte Bayreuth und Weiden mit dem ÖPNV nur über die Kombination von Bus und Bahn zu erreichen, da keine direkte Anbindung der Stadt Kemnath an das Schienennetz besteht.

Die Verkehrsgemeinschaft Tirschenreuth (VGT) sichert die Anbindung Kemnaths mit dem öffentlichen Personen-Nahverkehr (**ÖPNV**) nach Mehlmeisel, Ebnath, Wiesau, Erbendorf, Weiden, Kirchenlaibach, Bayreuth, Eschenbach, Tirschenreuth und Immenreuth (s. Tab. 1). Des Weiteren existiert die VGF – Linie Kemnath – Marktredwitz. Darüber hinaus ist es möglich, Anrufbusse der Linie West (Bereich Kaibitz – Oberndorf – Hauritz) und Linie

³ LANDKREIS TIRSCHENREUTH (2003); Gemeindeteile der Gemeinden im Landkreis, unter: <http://www.tirschenreuth.de>; abgerufen am 07.12.2003

Ost (Bereich: Waldeck – Atzmansberg – Schönreuth) in Anspruch zu nehmen. Zusätzlich wird Kemnath von der Gesundheitsbuslinie in Richtung Sibyllenbad angefahren.

Tab. 1 Busverbindungen von/nach Kemnath 2002/2003

Buslinie	Strecke
11	Mehlmeisel – Ebnath – Kemnath
12	Wiesau – Kemnath
14	Kemnath – Erbdorf – Weiden
22	Kemnath – Kirchenlaibach – Bayreuth
23	Kemnath – Eschenbach
24	Kemnath – Erbdorf – Tirschenreuth
32	Kemnath – Immenreuth – Brand/Ahornberg
38	Kemnath – Marktredwitz
60	Gesundheitslinie Kastl – Sibyllenbad
70	Anrufbusse der Stadt Kemnath

Quelle: Landratsamt Tirschenreuth (Hrsg.) (2002), Fahrplan für unsere Bahnen und Busse im Nahverkehr. Gültig vom 15.12.2002 bis 31.12.2003, Tirschenreuth

Weitere Details zur kleinräumigen Anbindung der Stadt und zur innerörtlichen Verkehrssituation werden im Kap. III 1 zur städtebaulichen Bestandsanalyse ausgeführt.

2. Historische Entwicklung

Abb. 2 Ansicht der Stadt Kemnath, Kupferstich

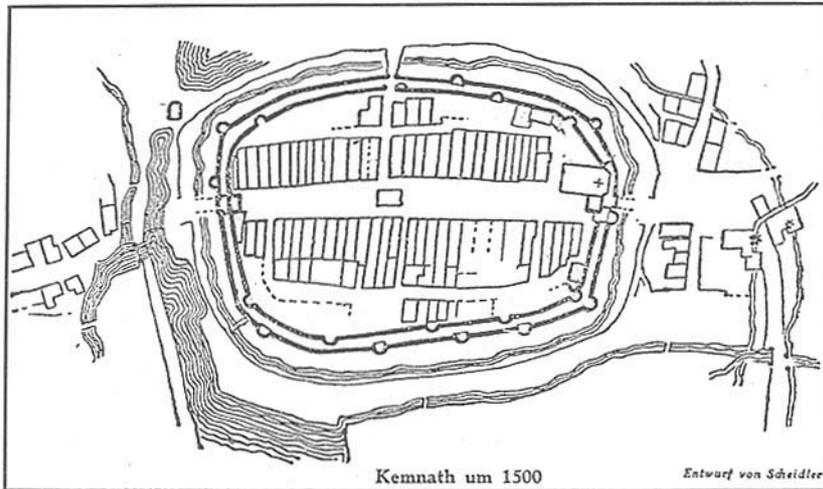


Quelle: Knipping, D./Raßhofer, G./ Petzet M. (2000): Denkmäler in Bayern, Band III.45, Landkreis Tirschenreuth, München, S. 92

Im Zusammenhang mit einer Gebietsschenkung durch Kaiser Heinrich II. zur Ausstattung des neu gegründeten Bistums Bamberg wird der Ort Kemnath im Jahre **1008 erstmals erwähnt**. Er bestand vermutlich etwas abseits der heutigen Siedlung im Norden der Stadt. Als Marktort wird Kemnath erstmals 1285 genannt. Zwischen 1354 und 1375 erhielt Kemnath das **Stadtrecht**.

Mit der Verleihung des Stadtrechts wurde in der zweiten Hälfte des 14. Jh. mit dem Bau der **Stadtmauer** begonnen worden. Sie bestand aus zwei dicht geführten Mauerringen mit Scharfenöffnungen und dem erstmals im Jahre 1402 erwähnten, mit Wasser gefüllten Stadtgraben.

Abb. 3 Grundriss Kernath um 1500



Quelle: Stadt Kernath (Hrsg.) (1981): Aus der Geschichte Stadt Kernath, Heimatbuch, erstellt von Anton Reger, S. 36

Die Errichtung der **Stadtpfarrkirche** 1448 fällt in eine Zeit wirtschaftlichen Wohlstandes. Mit der Reformation trat 1547 die Bürgerschaft zum Protestantismus über. Der lutherischen Lehre folgte 1559 die kalvinistische, 1576 die lutherische, 1583 abermals die kalvinistische, bis nach der Schlacht am Weißen Berg der Katholizismus 1626 wieder eingeführt wurde.

1657 bat der Stadtrat um die Ansiedelung der Franziskaner in der Stadt, die sich in der östlichen Vorstadt niederließen und die Kernather **Passionsspiele** ins Leben riefen.

Einschneidend für die Stadtgeschichte war der **Brand von 1572**, bei dem ein Großteil der Stadt zerstört wurde. Beim Wiederaufbau entstanden am Marktplatz Bürgerhäuser mit repräsentativen Stufen- oder Schweifgiebeln, das stattliche Rathaus in der Mitte des Marktplatzes (1848 abgebrannt) und das neue Kastenamt (heute Polizeigebäude).

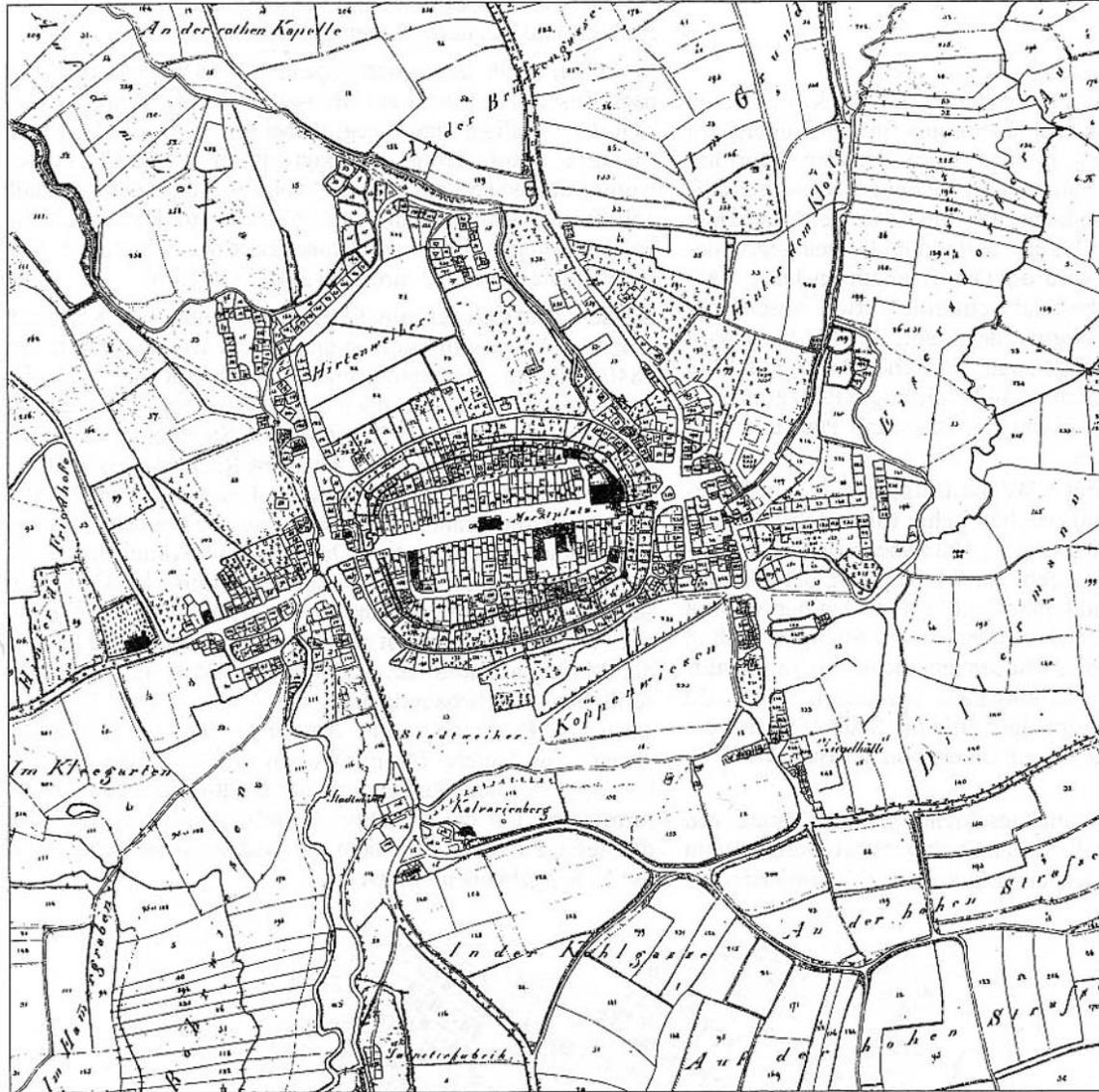
Im frühen 17. Jh. lassen sich insgesamt 185 Häuser in der Stadt nachweisen. Hemmend auf die weitere Entwicklung wirkten sich der **Dreißigjährige Krieg**, - die Stadt wurde dabei u. a. 1632 von Markgraf Hans Georg von Bayreuth in Brand geschossen – und die Pest aus. Auch der Gebäudebestand reduzierte sich durch die Zerstörungen des Dreißigjährigen Krieges. Im Jahr 1673 standen nur noch 161 Häuser. Der einsetzende wirtschaftliche Aufschwung ließ bis 1762 die Zahl der Häuser jedoch wieder auf 257 ansteigen.

Im Jahr 1698 wurde der Sitz des Landrichters von der **Burg Waldeck** in die Stadt Kernath verlegt.

Die **obere Vorstadt**, im 17. Jh. auch Klostervorstadt genannt, schließt sich im Osten an die ummauerte eigentliche Stadtanlage an. Die Randbebauung ist vor allem von der Zeit des Wiederaufbaus nach einem Stadtteilbrand im Jahre 1810 geprägt. Die stattliche Post-

haltere (Cammerloherplatz) prägte den **vorstädtischen Verkehrsknotenpunkt**. Mit der Gründung des Franziskanerklosters 1657 wurde die vornehmlich von Handwerkern besiedelte Vorstadt ein eigener Stadtteil. In ihm hat sich der Charakter einer vorstädtischen Handwerkersiedlung mit meist zweigeschossigen, funktionalen Bauten des 18. / 19. Jh. erhalten.

Abb. 4 Urkatasterblatt von 1840



Quelle: Knipping, D./Raßhofer, G./ Petzet, M. (2000): Denkmäler in Bayern, Band III.45, Landkreis Tirschenreuth, München, S. 90

Mit dem Verfall der Stadtmauer wurde 1803 der Stadtgraben trockengelegt, um **neue Nutzflächen** zu schaffen. 1813 wird das Untere Stadttor mit dem sogenannten Krautturm wegen Baufälligkeit abgetragen, um die **Einfahrt zum Stadtplatz** zu verbreitern. Ausgehend von den Bemühungen König Ludwigs I. um den Erhalt der historischen Stadtmauern wird der weitere Abbruch durch die Erlasse der königlichen Regierung des Obermainkreises und der Regierung der Oberpfalz von 1833 und 1840 verhindert. Der Großteil der

bürgerlichen Bauten wurde in der Zeit nach den Stadtbränden von 1848 und 1854 errichtet, deren Kern jedoch häufig auf das 16. Jh. zurückgeht.

Die Möglichkeit, einen eigenen Anschluss an die **Bahnlinie Weiden-Bayreuth** zu erhalten, war 1863 gescheitert. Kemnath verfügt damit nur über eine gemeinsame **Haltestelle mit Neustadt**, die jedoch abseits der Stadt liegt.

Im ersten und zweiten Weltkrieg wurde die Stadt Kemnath von Kriegsschäden verschont. Durch den **Zustrom von Heimatvertriebenen** nach Kemnath in der Endphase des zweiten Weltkrieges verdoppelte sich die Zahl der Einwohner von ca. 1500 auf 3000.

In der Zeit nach 1945 erfolgte dann auch die **größte Stadterweiterung** mit der Ausweisung von neuen Wohngebieten im Norden, Osten und im Süden, sowie dem Gewerbegebiet im Westen.

Abb. 5 Kemnath heute



Quelle: Stadt Kemnath, 2003

Mit der Niederlassung des **Siemens-Konzerns** im Jahr 1962 wurde ein Meilenstein für die zukünftige Entwicklung Kemnaths gelegt. Auch der Neubau der Käserei in den Jahren 1975/76 und der **Neubau der Fleischwaren-Produzenten Ponnath**, der 1989 von der Innenstadt ins Gewerbegebiet „West“ umgezogen ist, brachten wichtige Impulse für die gewerbliche Entwicklung Kemnaths.

Mit der Gemeindegebietsreform zum 01. Juli **1972** erfolgte die Eingliederung des bisher selbständigen Landkreises Kemnath in den neugebildeten **Großlandkreis Tirschenreuth** mit Sitz der Kreisverwaltung in Tirschenreuth. Kemnath hatte damit seinen Status als Kreisstadt verloren. Die Eingliederung der Marktgemeinde Waldeck zum Gemeindegebiet Kemnath erfolgte am 01.05.1978.

Seit 1986 erfolgt kontinuierlich die **Stadtsanierung** (s.a. Kap. II 4). 1994 wurde Kemnath im Landesentwicklungsplan als **mögliches Mittelzentrum** eingestuft (s.a. Kap. II 3.)

3. Landes- und regionalplanerische Aussagen über Kemnath

Die Stadt Kemnath ist Teil der Planungsregion Oberpfalz-Nord (Planungsregion 6). Gemäß Landesentwicklungsprogramm Bayern zählt die Stadt Kemnath wie der gesamte Landkreis Tirschenreuth zu den **ländlichen Teilräumen, deren Entwicklung nachhaltig gestärkt werden soll**.⁴ Die Einstufung in diese Kategorie erfolgt aufgrund von Defiziten hinsichtlich Bevölkerungsentwicklung, Ausstattung mit Arbeitsplätzen und Höhe der Einkommen in Vergleich mit dem allgemeinen Entwicklungsfortschritt oder bei Konfrontation einer Region mit wirtschaftlichen Anpassungsherausforderungen.⁵ Eine Entwicklungsachse von überregionaler Bedeutung berührt den Bereich Kemnath nicht, der Nahbereich Kemnath grenzt unmittelbar an die Planungsregion Oberfranken Ost (5) an.

Im Landesentwicklungsprogramm erfolgt die Ausweisung Kemnaths als **mögliches Mittelzentrum**; als solches erfüllt es für die Bevölkerung des Nahbereichs in vollem Umfang die Versorgungsfunktion von Unterzentren. Darüber hinaus nehmen „mögliche Mittelzentren“ in Teilbereichen die Funktionen von Mittelzentren wahr und müssen über mindestens 16 der 27 mittelzentralen Kriterien⁶ verfügen – eine Anforderung, der Kemnath gerecht wird. Insoweit haben diese Zentren auch überlagernde höherrangige **Versorgungsfunktionen für die Nahbereiche** benachbarter Klein- und Unterzentren. Die Stärkung und weitere Entwicklung der möglichen Mittelzentren stellt auf die grundsätzlich beabsichtigte

⁴ BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR LANDESENTWICKLUNG UND UMWELTFRAGEN (BayStMLU) (Hrsg.) (2003), Landesentwicklungsprogramm Bayern, München, S.92

⁵ BayStMLU, S.117

⁶ BayStMLU, S.143 (mögliche mittelzentrale Einrichtungen: Postfiliale/ -agentur; Bank, Sparkasse; Arzt, Allgemeinarzt; Zahnarzt; Gebietsarzt, ohne Allgemeinarzt; Apotheke; Krankenhaus Versorgungsstufe II, III oder IV; Einrichtung mit ambulantem Pflegedienst; Altenpflegeheim; Grundschule; Hauptschule; Einrichtung der Erwachsenenbildung (Sitz); Realschule; Gymnasium; Berufliche Schule (Berufs-, Fachober-, Berufsfach-, Berufsfach-, Wirtschafts-, Fachschule, Fachakademie); Bushaltestelle (mind. 3 Fahrtenpaare pro Tag); Bahnhof, Haltepunkt; Bahnhof mit Fahrkartenverkauf; Fernbahnanschluss; Kreisverwaltungsbehörde; Amtsgericht bzw. -zweigstelle; Finanzamt bzw. -außenstelle, Arbeitsamt bzw. -geschäftsstelle, Polizeiinspektion, -station; Einzelhandelsumsatz von 100 Mio €, 30.000 Einwohner im Verflechtungsbereich; 6.500 Sozialversicherungspflichtige)

Sicherung eines möglichst dichten Netzes zentraler Orte der mittleren Stufe ab, das auch bei rückläufiger Bevölkerungsentwicklung in der Lage ist, die erforderliche Versorgungsqualität auch in dünner besiedelten Teilen des ländlichen Raums vorzuhalten. Ausbaumaßnahmen im Sektor Handel werden im Regionalplan für das mögliche Mittelzentrum Kemnath ausdrücklich angemahnt.⁷

Im **Mittelbereich Tirschenreuth** - zu dem Kemnath zählt - soll die **Wirtschaftskraft** nachhaltig gestärkt werden⁸, da die Region nach wie vor eine relativ einseitige Industriestruktur aufweist und die Arbeitseinkommen unter dem bayerischen Durchschnitt liegen. Es ist v.a. auf ein vermehrtes Angebot von vielseitigen, zukunftsorientierten und qualitativ höherwertigen Arbeitsplätzen zu achten und es sind bevorzugt die Voraussetzungen zu schaffen, dass die aus der Öffnung der Grenze zur Tschechischen Republik sich ergebenden Impulse für eine Weiterentwicklung der gewerblichen Wirtschaft genutzt werden können. Der Mittelbereich Tirschenreuth musste aufgrund seiner Grenzlage früher Standortnachteile in Kauf nehmen. Durch die nun günstige Lage zu Wirtschaftspartnern in den nördlich und östlich gelegenen Räumen könnten sich jetzt jedoch Betriebsneugründungen oder -verlagerungen in den Mittelbereich ergeben. Es erscheint deshalb angebracht, zur Weiterentwicklung und Stärkung der gewerblichen Wirtschaft bevorzugt Standorte für derartige Betriebsansiedlungen u.a. durch Sicherung verkehrsgünstig gelegener Gewerbeflächen anzubieten.

Für die **wirtschaftliche Weiterentwicklung der Stadt Kemnath** setzt man im Regionalplan u.a. auf den **Fremdenverkehr**, der in Kemnath in Abstimmung mit dem Fremdenverkehrsangebot in der Umgebung weiterentwickelt werden soll. Da der Raum Kemnath aufgrund des Landschaftscharakters sowie durch die Lage zu den Naturräumen Steinwald, Fichtelgebirge und Oberpfälzer Wald für eine fremdenverkehrliche Entwicklung geeignet erscheint⁹. Ein Hinwirken auf die Schaffung überörtlich bedeutsamer Wasserflächen im Raum Weiden i.d.Opf./Kemnath zielt in die selbe Richtung. Zwar stünden in diesem Raum genügend Freibäder zur Verfügung, jedoch geeignete Flächen für den Wassersport fehlen und ehemalige Kiesabbaugebiete böten sich hier an.¹⁰ Ferner wird im Regionalplan explizit darauf hingewiesen, dass in den Gemeinden des Landkreises Tirschenreuth auf eine ausreichende **Warenversorgung** zur Deckung des kurzfristigen täglichen Bedarfs, vor allem an Nahrungs- und Genussmitteln hingewirkt werden soll. Da eine breite Streuung von Handelsbetrieben mittelständischer Prägung gerade für immobile Bevölkerungsgruppen in den strukturschwachen, mit öffentlichen Verkehrsmitteln schlecht bedienten ländlichen Gebieten sehr wichtig ist.¹¹ Im Bereich **Bildungs- und Erziehungswesen** wird dar-

⁷ BayStMLUm, S.144

⁸ REGIONALER PLANUNGSVERBAND OBERPFALZ-NORD (Hrsg.)(2003): Regionalplan Region Oberpfalz-Nord (6), Teil A, Überfachliche Ziele und Begründung, III Zentrale Ort, Punkt 2.3, Teil B, Fachliche Ziele und Begründung, IV Gewerbliche Wirtschaft, Punkt 1.7

⁹ REGIONALER PLANUNGSVERBAND OBERPFALZ-NORD (Hrsg.)(2003): Regionalplan Region Oberpfalz-Nord (6), Teil A, Überfachliche Ziele und Begründung, II Raumstruktur, Punkt 2.5 und Begründungskarte 6, Teil B, Fachliche Ziele und Begründung, IV Gewerbliche Wirtschaft, Punkt 2.5.2.2 und 2.5.3

¹⁰ REGIONALER PLANUNGSVERBAND OBERPFALZ-NORD (Hrsg.)(2003): Regionalplan Region Oberpfalz-Nord (6), Teil B, Fachliche Ziele und Begründung, VII Erholung, Punkt 3.1

¹¹ REGIONALER PLANUNGSVERBAND OBERPFALZ-NORD (Hrsg.)(2003): Regionalplan Region Oberpfalz-Nord (6), Teil B, Fachliche Ziele und Begründung, IV Gewerbliche Wirtschaft, Punkt 2.4



über hinaus die Errichtung bzw. den Ausbau eines Heimatmuseums im möglichen Mittelzentrum angeraten, um der Bildungsfunktion besser nachkommen zu können¹².

Bei Fachbereich **Verkehr und Nachrichtenwesen** wird Kemnath als ein geeigneter Verknüpfungspunkt von Buslinien- und Schienennetz angesprochen, da hier noch Reisezeitverkürzungen im ÖPNV erreicht werden müssen.¹³ Ferner sollen durch eine durchgehend leistungsfähige Straßenverbindung (B 22) von Kemnath zum Mittelzentrum Tirschenreuth Verbesserungen erzielt werden, was derzeit durch den Bau der Ortsumgehung Waldeck verfolgt wird.¹⁴ Weitere Verbesserungen erscheinen auch beim Hochspannungsnetz (110 kV) bzgl. der Verbindung Windischeschenbach – Kemnath und der Wasserversorgung im gesamten Landkreis Tirschenreuth angeraten.¹⁵

4. Bisher im Rahmen der Stadtsanierung durchgeführte bzw. sonstige relevante Maßnahmen

Die Stadt Kemnath ist **seit 1986 im bayerischen Städtebauförderungsprogramm** aufgenommen (davor im Bund-Länder-Städtebauförderungsprogramm). Bereits frühzeitig wurde eine Vorbereitende Untersuchung nach § 141 BauGB durchgeführt. Das gesamte Untersuchungsgebiet wurde als Sanierungsgebiet förmlich festgelegt. Die Sanierung erfolgt im vereinfachten Verfahren.

In den vergangenen Jahren wurden Maßnahmen im Rahmen der Stadtsanierung für knapp 10.000.000 € durchgeführt (s. Tab. 2).

Im Folgenden werden die einzelnen Maßnahmen in thematisch geordneter Form näher erläutert.

1. Grunderwerbe

1.1 Grunderwerb im Bereich „Am Eisweiher“

Als Voraussetzung für den nachfolgend beschriebenen Entlastungsparkplatz (siehe Punkt 2.1) mussten zunächst Grundstücke für den Entlastungsparkplatz sowie Flächen für die Ein- und Ausfahrten erworben werden.

¹² REGIONALER PLANUNGSVERBAND OBERPFALZ-NORD (Hrsg.)(2003): Regionalplan Region Oberpfalz-Nord (6), Teil B, Fachliche Ziele und Begründung, VII Bildungs- und Erziehungswesen, kulturelle Angelegenheiten, Punkt 6.2.5

¹³ REGIONALER PLANUNGSVERBAND OBERPFALZ-NORD (Hrsg.)(2003): Regionalplan Region Oberpfalz-Nord (6), Teil B, Fachliche Ziele und Begründung, IX Verkehr und Nachrichtenwesen, Punkt 2.1.7

¹⁴ REGIONALER PLANUNGSVERBAND OBERPFALZ-NORD (Hrsg.)(2003): Regionalplan Region Oberpfalz-Nord (6), Teil B, Fachliche Ziele und Begründung, IX Verkehr und Nachrichtenwesen, Punkt 3.5

¹⁵ REGIONALER PLANUNGSVERBAND OBERPFALZ-NORD (Hrsg.)(2003): Regionalplan Region Oberpfalz-Nord (6), Teil B, Fachliche Ziele und Begründung, X Energieversorgung, Punkt 2.1 und XI Wasserwirtschaft, Punkt 2.1



Tab. 2 Im Rahmen der Stadtsanierung durchgeführte Maßnahmen

Maßnahme	Kosten
Grunderwerb Parkplatz	174.917,02 DM
Parkplatz – Gestaltung	702.973,76 DM
Grunderwerb Ausfahrt Parkplatz	42.800,00 DM
Straße Ausfahrt Parkplatz	268.128,98 DM
Gestaltung Primianusplatz (TB 1), Buswartehäuschen	1.019.000,00 DM
Neugestaltung Stadtplatz BA I	2.157.066,12 DM
Neugestaltung Stadtplatz BA II	2.086.000,00 DM
Sanierung Stadtmauer hinter Kirche mit Weg	254.100,00 DM
Privatsanierung Anwesen Trautenbergstr. 34 (Leypold)	100.000,00 DM
Privatsanierung Anwesen Am Einlaß 2 (Krauß)	100.000,00 DM
Generalsanierung Altes Rathaus	2.697.046,43 DM
Generalsanierung Spitalgebäude	2.495.524,77 DM
Privatsanierung ehem. Kommunbrauhaus	100.000,00 DM
Privatsanierung altes Asylgebäude	100.000,00 DM
Neugestaltung Trautenbergstr., Rathausplatz, Poststr.	1.999.023,92 DM
Zwischensumme (DM)	15.087.808,97 DM
Zwischensumme (Euro)	7.714.274,23 €
Neugestaltung Schmidtstr., Brauhausstr., Am Einlaß	1.309.505,44 €
Neugestaltung Schulstraße	746.714,91 €
Grunderwerb Gestaltung	159.818,61 €
GESAMTSUMME	9.930.313,19 €

Quelle: Eigene Darstellung, Bayreuth 2003

2. Ordnungsmaßnahmen

2.1 Entlastungsparkplatz „Am Eisweiher“

Im Rahmen der vorbereitenden Untersuchungen wurde festgestellt, dass ein großer Anteil der vorhandenen Stellplätze am Stadtplatz von Dauerparkern belegt war.

Ziel war es, das Stellplatzangebot für Dauerparker am Rand der Altstadt zu erweitern und damit die Stellplätze am Stadtplatz selbst für Kurzzeitparker und Anlieger vorzuhalten. Als eine der ersten Maßnahmen wurde daher der Entlastungsparkplatz für Dauerparker mit ca. 90 Stellplätzen im Bereich „Am Eisweiher“ hergestellt.

2.2 Neugestaltung Primianusplatz mit Buswartehäuschen, Schulstraße (Teilbereich)

Der Primianusplatz war ausschließlich nach den Bedürfnissen des fließenden Verkehrs ausgelegt, aufgrund des hohen Durchgangsverkehrs über den Stadtplatz in Richtung Cammerloherplatz.

Ziel war es dabei, den betrieblichen Durchgangsverkehr über den Stadtplatz und Primianusplatz (insbesondere Fahrzeuge des Milchhofes und Fahrzeuge der Fleischfabrik Ponnath) herauszunehmen.



Die Gestaltung des Primianusplatzes erfolgte so, dass die Straßenzüge Bayreuther Straße und Amberger Straße die Hauptdurchgangsstraße 1. Priorität, in Richtung Schulstraße die 2. Priorität und die Ein- und Ausfahrt zum Stadtplatz die 3. Priorität bildet.

Des weiteren wurde der die Altstadt umgebende Grüngürtel vom Weihergraben / Stadtweiher bis zum Schützengraben noch deutlicher als bisher mit entsprechenden ortstypischen Begrünungsmaßnahmen herausgearbeitet.

2.3 Neugestaltung Stadtplatz

Die Fläche des gesamten Stadtplatzes war ausschließlich durch den fließenden und ruhenden Verkehr genutzt worden.

Mit der Neugestaltung des Stadtplatzes durch verkehrsberuhigende und gestalterische Maßnahmen, wie Begrünung, Ausweisung von Stellplätzen auf dem Stadtplatz, Außenbewirtung, Verbesserung der Situation für Fußgänger etc. ist die Attraktivität der Altstadt sowie die Stärkung der Altstadt als Versorgungszentrum für das gesamte Stadtgebiet verbessert werden.

Auf der Grundlage eines Gesamtkonzeptes wurde 1990-1991 die Gestaltung des Stadtplatzes als Aushängeschild der Stadtsanierung Kemnath durchgeführt.

2.4 Neugestaltung Trautenbergstraße, Rathausplatz, Poststraße

Die Gassenbereiche waren durchwegs sanierungsbedürftig. Durch Überbeerungen, Ausbesserungen etc. war eine einheitliche und durchgängige Gestaltung des Straßenraumes nicht mehr festzustellen. Entsprechend der in den vorbereitenden Untersuchungen festgelegten Zielen sollten die Straßen- und Gassenflächen ein gleichberechtigtes Nebeneinander der verschiedenen Verkehrsteilnehmer gewährleisten.

Die Gassen- und Platzräume wurden im Jahr 2000 neu gestaltet. Der Straßenraum wurde dabei als Mischfläche niveaugleich gepflastert, um möglichst vielfältig nutzbare Flächen zu erhalten. Gleichzeitig wurde damit auch das früher vorhandene, typische Erscheinungsbild der Gassenräume wiederhergestellt.

2.5 Neugestaltung Schmidtstraße, Brauhausstraße, Am Einlaß

Ebenso wie in der Trautenbergstraße (vgl. Punkt 2.4) waren auch in der Schmidtstraße, Brauhausstraße und Am Einlaß die Straßenoberflächen dringend sanierungsbedürftig. Die für das Erscheinungsbild der Altstadt wichtige gestalterische Einheit von Straßen und Plätzen war nicht mehr gegeben.

Bei der Neugestaltung galten die selben Ziele wie bei der Neugestaltung der Trautenbergstraße. Bei der Bauausführung wurden in der Trautenbergstraße und Poststraße die bereits umgesetzten Gestaltungskriterien konsequent weitergeführt.

2.6 Neugestaltung der Schulstraße

Der Zustand der Schulstraße war nicht geeignet, um ein größeres Verkehrsaufkommen zwischen der nördlichen und westlichen Stadt aufzunehmen.



Der gesamte Bereich war zudem dringend gestaltungsbedürftig. Die vorhandenen Be-
läge waren sanierungsbedürftig, die Entwässerung teilweise nicht mehr funktionsfähig.

Ziel war es, die Trassenführung zu verbessern, um somit eine Hauptumfahrung zwi-
schen dem westlichen und nördlichen Stadtteil zu erhalten und damit den Durch-
gangsverkehr über den Stadtplatz weiter zu verringern.

Ein weiteres Ziel war die Verbesserung des Schulweges in Richtung Schulzentrum.

Zur Verbesserung der Verkehrssicherheit wurde die Linienführung der Schulstraße an
einigen Punkten optimiert.

Zusätzlich wurde straßenbegleitend auf der Süd-Ost-Seite der Schulstraße ein durch-
gängiger Fußweg von der Kreuzung Schulstraße/ Badstraße bis zur Einmündung der
Schulstraße in die Wunsiedler Straße angeordnet. Mit der Ausbildung dieses durch-
gängigen Gehweges wurde damit ein sicherer Schulweg vom Primianusplatz in Rich-
tung zur Schule erreicht.

3. Baumaßnahmen

Durch die Altstadtanierung und insbesondere durch die Neugestaltung des Markt-
platzes sind weitere geplante Investitionen am Stadtplatz gefördert bzw. überhaupt
erst initiiert worden.

So ist durch den Sparkassen-Neubau die Sparkasse als Publikumsmagnet näher an
die Altstadt herangerückt, sie verstärkt damit die Funktion des Stadtkerns als
Dienstleistungs- und Einzelhandelszentrum der Stadt. Gleichzeitig wurde durch den
Neubau die städtebaulich unbefriedigende Situation repariert und die bisherige Brach-
fläche neu genutzt. Damit erhielt der Altstadt kern auch den städtebaulich wichtigen
westlichen Abschluss.

Auch bisher leerstehende, mitten in der Altstadt gelegene Gebäude wurden – auch in
Folge und durch den Impuls der Stadtsanierung – umgebaut und saniert und haben
neue, die Attraktivität der Altstadt steigernde Nutzungen erhalten wie z. B. das bisher
leerstehende Metschnabelhaus, in dem eine Eisdiele mit Außenbewirtschaftung, ein
Laden und zwei Büros (Notar, Rechtsanwalt) untergebracht wurden. Ebenso hat sich
nach der Sanierung des Gebäudes Stadtplatz 5 eine Eisdiele mit Außenbewirtschaf-
tung etabliert.

3.1 Öffentliche Maßnahmen

Sanierung und Umbau Spitalgebäude

Das von der Stadt Kemnath treuhänderisch verwaltete Spitalgebäude mit erhaltungs-
würdiger Bausubstanz wurde in den Jahren 1996/97 umfangreich saniert.

Umbau und Sanierung „Altes Rathaus“

Das Gebäude ist als Baudenkmal in die Denkmalliste eingetragen. Die Bausubstanz
war in sehr schlechtem Zustand und somit dringend sanierungsbedürftig.



Ziel war es, das Gebäude zu sanieren und einer neuen Nutzung (Stadtbücherei) zuzuführen. Im Jahre 1993 erfolgte dann die Gesamtsanierung und der Umbau des „Alten Rathauses“. Gleichzeitig konnte durch den Abbruch nicht mehr benötigter Nebengebäude eine fußläufige Verbindung zwischen dem Weihergraben und der Trautenbergstraße geschaffen werden.

Private Maßnahmen auf der Basis eines kommunalen Förderprogrammes

Die Stadt Kemnath fördert private Maßnahmen (z. B. Fassadengestaltungsmaßnahmen, Hofgestaltungen) auf der Basis eines kommunalen Förderprogrammes.

Ziel ist es dabei, Straßengestaltung und private Maßnahmen so zu verbinden, dass eine einheitliche, ortstypische Gestaltung des gesamten Straßen- bzw. Platzraumes erreicht wird.

Folgende Gebäude konnten bereits von der Stadt Kemnath gefördert werden:

- Anwesen Trautenbergstr. 34
- Anwesen Am Einlaß 2
- ehemaliges Kommunbrauhaus
- altes Asylgebäude

5. Infrastrukturelle Ausstattung

Da sowohl Bevölkerung wie Wirtschaft in der infrastrukturellen Ausstattung einer Gemeinde einen wichtigen Attraktivitätsfaktor sehen, sollen nun dazu einige Ausführungen folgen.

5.1 Ver- und Entsorgung

Die **Wasserver- und -entsorgung** ist durch die Stadt Kemnath gesichert. Das Trinkwasser der Stadt Kemnath wird durch die Quellen in Schönreuth und die vier Tiefbrunnen in Oberbruck geliefert. Im Wasserwerk werden ständig technische, zukunftsorientierte Veränderungen vorgenommen Die Entsorgung wird durch eine zentrale Kläranlage, an die die meisten Ortsteile angeschlossen sind, übernommen. Die **Energieversorgung** der Stadt Kemnath wird durch die E.ON Weiden und Bayreuth gesichert. Die Fränkische Gasversorgungsgesellschaft übernimmt in Kemnath die Versorgung mit Ferngas. Des Weiteren ist das Gemeindegebiet Kemnath durch die **Handynetze** der Mobilfunkbetreiber Deutsche Telekom, Vodafone und E-Plus abgedeckt.

Die **Müllentsorgung** der Stadt Kemnath wird vom Landratsamt Tirschenreuth als öffentlich-rechtlichem Entsorgungsträger übernommen, das die regelmäßige Abfuhr von Restmüll und Altpapier übernimmt. Die Abholung von Sperrmüll und Kühl- bzw. Gefriergeräten erfolgt bei Bedarf. Die Entsorgung von Glas, Weißblech und Verpackungen übernimmt ebenfalls der Landkreis Tirschenreuth, wobei hier das Duale System beauftragt wurde. Durch eine Bauschutt- und Grünabfallannahme mittels einer Deponie kommen die Gemeinden ihrer Pflicht nach, diese zu entsorgen. Die Sammlung von Alttextilien erfolgt



durch karitative Vereinigungen, beispielsweise durch die Missionsgemeinschaft Kemnath.¹⁶

5.2 Soziale und Bildungsinfrastruktur

In der Stadt Kemnath sind insgesamt fünf praktische **Ärzte** z.T. in einer Gemeinschaftspraxis ansässig. Das Versorgungsangebot wird im weiteren durch zwei Frauenärzte, die ebenfalls in einer Gemeinschaftspraxis angesiedelt sind, einer Kinderärztin und fünf Zahnärzten, von denen zwei zusätzlich als Kieferchirurgen tätig sind und vier in einer Gemeinschaftspraxis behandeln, abgerundet.

Herauszustellen ist ferner, dass Kemnath als ehemaliger Kreissitz über ein **Krankenhaus** (Krankenhaus GmbH) der Stufe II verfügt, das z.T. auch von Patienten aus dem weiteren Umfeld aufgesucht wird und seit über 140 Jahren besteht. Die verschiedensten Fachabteilungen reichen von Innerer Medizin über Chirurgie, Unfallchirurgie, Gynäkologie, Orthopädie bis zur Nuklearmedizin. Den Krankentransport mit vorhandenen Notarztwagen organisiert das Bayer. Rote Kreuz mit Standort in Kemnath.

Abb. 6 Krankenhaus Kemnath



Quelle: www.kemnath.de

Das Angebote der Gesundheitsvor- und -nachsorge runden drei Krankengymnasten bzw. Massagepraxen und zwei Apotheken ab. Am Ort praktiziert ferner ein Tierarzt.¹⁷

In Kemnath sind seitens der Regierung der Oberpfalz insgesamt 95 Ganztagesplätze zur **Kinderbetreuung** genehmigt, wobei momentan 110 Kinder, sowohl in Vor- und Nachmittags- als auch in Ganztagesgruppen die Einrichtung besuchen. Die Auslastung ist noch nicht erreicht, da für maximal 130 Kinder ein Platz zur Verfügung steht. Für Kinder im **Schulalter** verfügt Kemnath über eine Grund- und Hauptschule. Im Dezember 2003 besuchten 317 Schüler die Grundschule und 241 die Hauptschule. Des weiteren sind in Kemnath eine staatliche Realschule mit 841 Schülern und eine Schule für individuelle Lernförderung mit 100 Schülern, zzgl. 12 in der schulvorbereitenden Einrichtung (SVE) in Kastl¹⁸ angesiedelt. Diese Schulen haben einen sehr großen Einzugsbereich.

Damit erfüllt Kemnath die Anforderungen an ein mögliches Mittelzentrum. Gymnasien befinden sich in Eschenbach, Bayreuth, Marktredwitz und Weiden. Die nächstgelegene Universität ist ebenfalls in Bayreuth angesiedelt. Das **Bildungsangebot** der Stadt Kemnath wird erweitert durch zahlreiche Angebote der **VHS** (Volkshochschule) vor Ort. Es werden Kurse über gesundheitliche Themenbereiche, verschiedene Sprachen und Computerkurse angeboten.

Die **Altenbetreuung** vor Ort erfolgt durch ein Senioren- und Pflegeheim mit 105 Plätzen und durch betreutes Wohnen. Das „Haus Falkenstein“ wurde bereits 1966 konzipiert und

¹⁶ STADT KEMNATH (2003), Veranstaltungskalender/Kommunale Mitteilungen Stadt Kemnath, S.10-13

¹⁷ STADT KEMNATH (2003); Firmenverzeichnis

¹⁸ STADT KEMNATH (Dez. 2003)

befindet sich in der Nähe des Stadtkerns, zentrumsnah und abseits vom Straßenverkehr. Mit dem im Jahre 1996 fertiggestellten Erweiterungsbau und ständigen Verbesserungen wurde den steigenden Ansprüchen der Bewohner Rechnung getragen. Das Haus bietet heute aktiven ebenso wie kranken und pflegebedürftigen Bewohnern ein umsorgtes Zuhause. Darüber hinaus sind verschiedene **Beratungsstellen und Betreuungsangebote** (wie Essen auf Rädern, Fachambulanz für Suchtprobleme) für zeitweise oder ständig hilfsbedürftige Personenkreise vor Ort zu finden oder es werden Sprechtage verschiedener Landkreiseinrichtungen in der Stadt Kemnath angeboten.

Als ehemalige Kreisstadt und als mögliches Mittelzentrum bietet die Stadt Kemnath auch einige höherstufige **Verwaltungseinrichtungen** für die Bürger der Stadt und des Nahbereiches. Neben einem Postamt und der Polizeiinspektion Kemnath findet man das Gesundheitsamt Tirschenreuth (Dienststelle Kemnath), das Amtsgericht Tirschenreuth (Zweigstelle Kemnath) und das Forstamt Kemnath sowie die TÜV-Prüfstation Kemnath. Die Dienststelle Kemnath des Landratsamtes Tirschenreuth bietet den Bürgern vor Ort die Möglichkeit der Kfz-Zulassung, Sprechtage des Kreisbaumeisters sowie des Kreisfachberaters für Garten und Landschaftspflege sowie das Grundsicherungsamt. Ferner finden in Kemnath regelmäßig Sprechtage des Finanzamtes, von Krankenkassen und des Amtes für Landwirtschaft statt.

5.3 Sport- und Freizeitinfrastruktur

Die Stadt Kemnath kann ein sehr reges Vereinsleben vorweisen, viele Bürger sind in den über 75 **Vereinen** aktiv. Die unterschiedlichen Bereiche der Freizeitgestaltung werden hier abgedeckt. Einige Beispiele für das vielfältige Angebot sind die Vereine für Fußball, Tennis, Tischtennis, Volleyball und Leichtathletik. Die Vereinsfeste haben feste Termine im Veranstaltungskalender der Bürger. Für die **sportliche Betätigung** stehen des Weiteren die Mehrzweckhalle, zwei Turnhallen, Freisportanlage, Schwimmhalle, Tennis- und Squashcenter sowie mehrere Tennisplätze zur Verfügung. Ferner befinden sich im nahegelegenen Immenreuth ein Freibad und eine Minigolfanlage.

Neben den Vereinsaktivitäten bietet die VHS eine Vielzahl von Angeboten (s. bei Bildungsinfrastruktur). Dieses Angebot wird durch zahlreiche, über das ganze Jahr verteilte **kulturelle Veranstaltungen**, wie das Kemnather Wiesenfest, das Bürgerfest, die regionale Gewerbeausstellung und Musikveranstaltungen abgerundet. Von überregionaler Bedeutung ist das rund 300 Jahre alte Passionsspiel, die Darstellung vom Leiden und Sterben Christi, welches alle fünf Jahre stattfindet (nächster Termin 2008).

Abb. 7 Passionsspiel Kemnath



Quelle: www.kemnath.de

Ferner sind in der Stadt viele Zeugnisse der langen und wechselreichen Geschichte der Region erhalten. Besonders erwähnenswerte **Sehenswürdigkeiten** sind die im spätgotischen Stil erbaute Stadtpfarrkirche "Mariä Himmelfahrt" sowie die ehemalige Fronfeste mit Heimat- und Handfeuerwaffenmuseum und die zum Teil erhaltene Stadtmauer. Darüber hinaus städtebaulich prägend sind auch das „Amtsgericht“ sowie die Giebelhäuserreihen am oberen und die traufseitig stehenden Gebäuden am unteren Stadtplatz.

Abb. 8 Stadtweiher



Abb. 9 Amtsgericht Kemnath



Quelle: Foto B.Kadner

Daneben sind eine Regionalbücherei und ein Stadtarchiv in der Stadt Kemnath vorhanden. Auch der geologische Lehrpfad und zahlreiche markierte Wander- und Radwege sowie Sauna, Solarium und Diskotheken bieten **weitere Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung**. Das „Kemnather Land“ mit großen Waldgebieten, sanften Hügeln und Teichen bietet einen guten Ausgangspunkt für den Erholungssektor, insbesondere für Radler, Wanderer und Angelsportler. In kalten Wintern werden die Teiche zum Eislaufen o.ä. genutzt und im Umland gibt es einige gespurte Loipen.

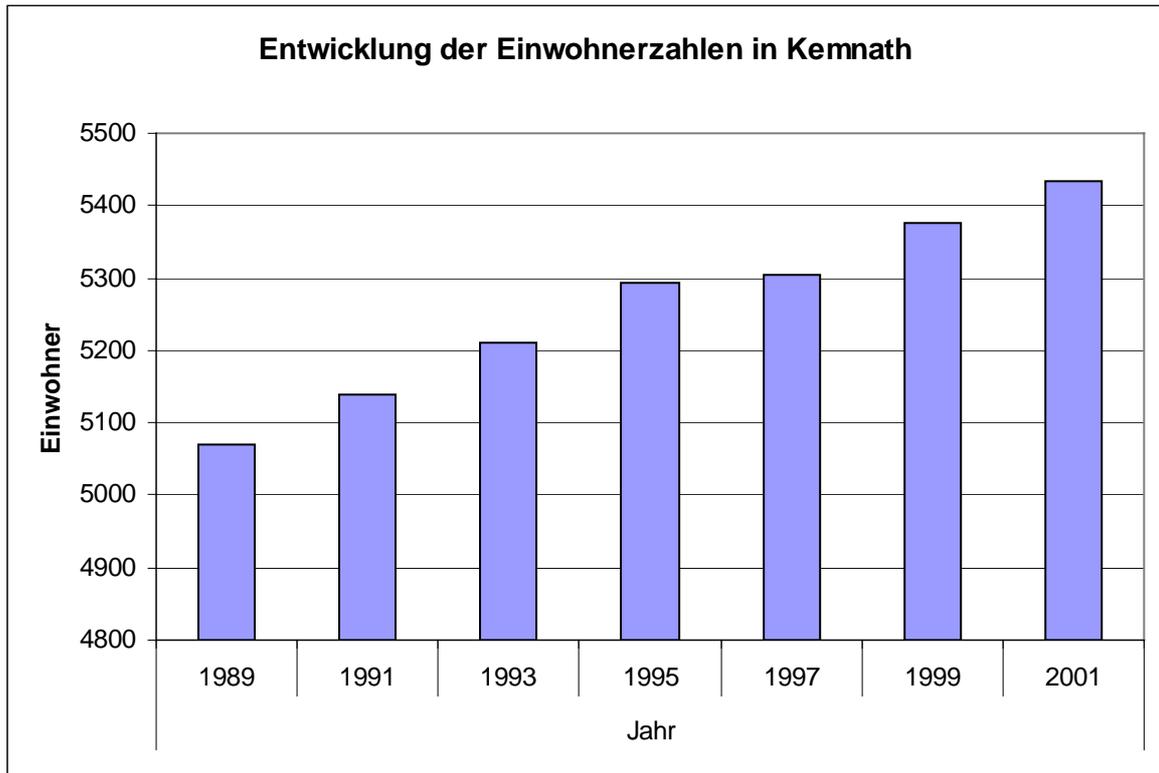
Auch die Palette an **Aktionen und Attraktionen** in der Innenstadt v.a. durch den KEM-Gewerbeverein e.V. mit rund fünfundsiebzig Mitgliedsbetrieben ist recht vielfältig und abwechslungsreich. Sie reicht vom monatlichen Bauernmarkt über Blasmusikkonzerte bis hin zur Oldtimer-Rallye. Für Abwechslung sorgen auch die Kemnather Markttag, die sechsmal pro Jahr, jeweils sonntags, stattfinden.

6. Bevölkerung und Arbeitsmarkt

6.1 Bevölkerungsentwicklung

Die Bevölkerungsentwicklung in Kemnath ist – für den ländlichen Raum durchaus bemerkenswert - durch einen **leichten Anstieg** gekennzeichnet (s. Abb. 10).

Abb. 10 Einwohnerentwicklung in Kemnath zwischen 1989 und 2001

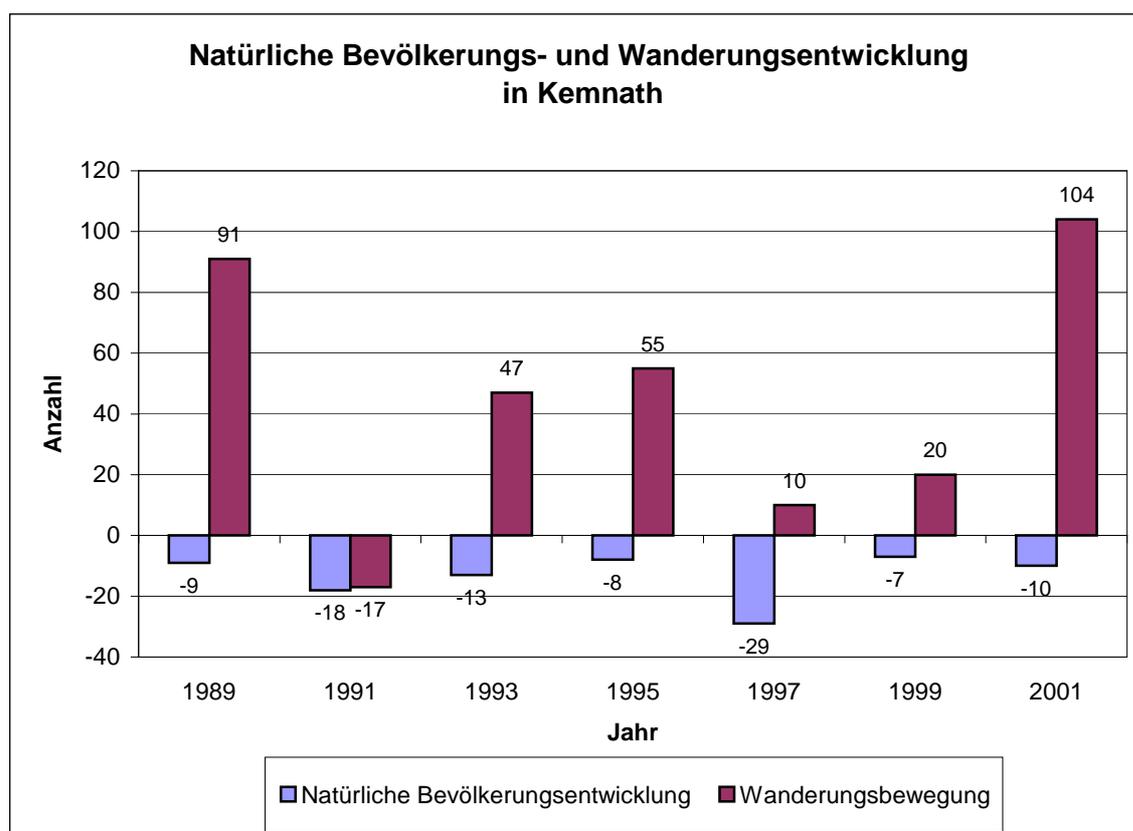


Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Gemeindedaten, versch. Jahrgänge, München, eigene Darstellung, Bayreuth 2003

Zwischen 1989 und 2001 nahm die Bevölkerung insgesamt um rund 6 Prozent zu. Damit liegt Kemnath über dem Durchschnitt des Landkreises Tirschenreuth (3,3 Prozent), jedoch deutlich unter dem der Oberpfalz (10,8 Prozent) bzw. dem von Bayern (11,8 Prozent). Im Jahr 2001 lag die Bevölkerungszahl bei 5.433 Einwohner, hat aber 2002 wieder leicht abgenommen (5.340; durch die Schließung der Gemeinschaftsunterkunft für Asylbewerber).

Die Betrachtung der natürlichen Bevölkerungsentwicklung und der Wanderungsbewegung gibt Aufschluss über die Struktur der gesamten Bevölkerungsentwicklung. Wie Abb. 11 zeigt, weist Kemnath eine beinahe durchgehend **positive Wanderungsbilanz** auf, welche einer **negativen natürlichen Bevölkerungsentwicklung** entgegenwirkt. Die natürliche Bevölkerungsentwicklung, die den Saldo zwischen Geburten und Sterbefällen in der Gemeinde widerspiegelt, weist seit 1989 negative Tendenzen auf. Diese Entwicklung wird weitgehend durch eine positive Wanderungsbilanz (Saldo zwischen Zuzügen und Wegzügen einer Gemeinde) ausgeglichen, mit Ausnahmen in den Jahren 1991 und 1997. Ihren Tiefpunkt mit einem negativen Saldo von -29 Personen erreichte sie im Jahre 1997 und ihren Höhepunkt mit plus 104 Personen im Jahre 2001.

Abb. 11 Bevölkerungssalden in Kemnath zwischen 1989 und 2001



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Gemeindedaten versch. Jahrgänge München, eigene Darstellung, Bayreuth 2003

6.2 Altersstruktur

Die Altersstruktur in Kemnath ist tendenziell mit der des Landkreises Tirschenreuth, des Regierungsbezirkes Oberpfalz und des Freistaates Bayern vergleichbar. Stellenweise ergeben sich jedoch auch stärkere Abweichungen (s. Tab. 3). Der **Anteil der Altersklasse** der unter 14-Jährigen liegt in Kemnath mit 17,9 Prozent über den Werten des Landkreises Tirschenreuth und des Regierungsbezirkes Oberpfalz und v.a. deutlich über dem bayerischen Durchschnittswert. Auch bei der Klasse der 15 bis 24-Jährigen liegt Kemnath mit 12,7 Prozent deutlich über den Vergleichswerten. Unter dem Durchschnitt im Vergleich zum Regierungsbezirk und dem Freistaat ist der Anteil der 25 bis 49-Jährigen mit 36,7 Prozent. Auch in der Altersgruppe der über 50-Jährigen liegt Kemnath mit 16,1 Prozent deutlich unter den Anteilen in den Vergleichsgruppen. Mit 16,6 Prozent in der Altersklasse 65 Jahre und älter liegt Kemnath ebenfalls unter dem Durchschnitt des Landkreis Tirschenreuth, jedoch über dem des Regierungsbezirkes und dem von Bayern.

Tab. 3 Altersstruktur in Kemnath im Vergleich (Stand Dezember 1999) in Prozent

Gebiet	Alter				
	bis 14 Jahre	15 bis 24 Jahre	25 bis 49 Jahre	50 bis 64 Jahre	65 Jahre und älter
Kemnath	17,9	12,7	36,7	16,1	16,6
Landkreis Tirschenreuth	17,4	11,3	36,5	17,4	17,4
Oberpfalz	17,2	11,3	38,5	17,1	15,9
Bayern	16,4	10,9	38,1	18,6	16,0

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; *Gemeindedaten 2001*, München

Es lässt sich somit eine relativ **ausgeglichene Bevölkerungsstruktur** in Kemnath feststellen. Jedoch ist die Gefahr einer Überalterung nicht zu verleugnen, im Jahr 2002 verschiebt sich die Altersstruktur etwas zu Gunsten der älteren Bevölkerung (knapp 30 Prozent unter 25 Jahre und über 33 Prozent über 50 Jahre).

6.3 Verteilung im Raum

Die Stadt besteht aus 39 Gemeindeteilen bzw. Weilern (siehe Tab. 4), die sich beiderseits der Bundesstrasse 22 von Hauritz im Westen bis Tiefenbach im Osten erstrecken (s.a. Karte 2). Von den knapp 5.900 Einwohnern leben fast 60 Prozent in der Kernstadt Kemnath. Die **größeren Ortsteile** Markt Waldeck und Schönreuth liegen direkt an der B 22 im Osten der Stadt bzw. Oberndorf im Westen. Auch Löschwitz und Köglitz im Süden der Stadt stellen noch kleine Bevölkerungsschwerpunkte dar.

Fasst man diese Einwohnerzahlen aller Ortsteile in die Wahlbezirke (wie zur Landtagswahl 2003) zusammen, so zeigt sich, dass sowohl von 1989 bis 2002 als auch von 1996 bis 2002 v.a. die **Kernstadt Kemnath** (drei Wahlbezirke) an **Einwohnerschaft gewonnen** hat (s. Tab. 5). Innerhalb der Kernstadt ist aber durch Verschiebungen der Wahlbezirksgrenzen keine detaillierte Aussage möglich, jedoch kann anhand der Betrachtung der neuen Wohngebiete (s. Kap. 8.2) die Annahme getroffen werden, dass v.a. die östlichen Stadtbezirke z.B. mit den Wohngebieten „Am Galgen“ und „Eisersdorfer Au“ gewonnen haben.

Tab. 4 Einwohner Kemnaths 2003 nach Ortsteilen

Ortsteil	2002	Ortsteil	2002	Ortsteil	2002
Lettenmühle	1	Reisach	25	Hopfau	72
Bleyer	2	Bingarten	27	Eisersdorf	74
Tiefenbach	4	Haunritz	31	Neusteinreuth	77
Lichtenhof	4	Beringersreuth	32	Atzmansberg	96
Gmümdmühle	4	Zwergau	39	Berndorf	98
Schwabeneggaten	5	Schweißenreuth	47	Köglitz	113
Lindenhof	6	Schlackenhof	51	Oberndorf	124
Oberneumühle	8	Kuchenreuth	52	Schönreuth	179
Neuwirtshaus	9	Fortschau	57	Löschwitz	266
Rosenbühl	10	Höflas	60	Waldeck	540
Pinzenhof	12	Guttenberg	60	Kemnath (Stadtgebiet)	3453
Hahneneggaten	12	Godas	64	Kemnath gesamt	5877
Anzenberg	15	Kötzersdorf	66		
Albenreuth	15	Kaibitz	67		

Quelle: Stadt Kemnath, Einwohnermeldestatistik, 2004

Tab. 5 Einwohnerentwicklung nach Wahlbezirken in Kemnath

Wahlbezirke	Einwohner 2002 *	Veränderung 1989 auf 2002	Veränderung 1996 auf 2002
Kemnath Mitte, Nord und Süd	3604	17,65 %	6,94 %
Kemnath Land	919	0,22 %	0,22 %
Waldeck	550	6,55 %	1,27 %
Waldeck Land	475	-9,68 %	-2,32 %
Höflas/Kötzersdorf	376	-6,38 %	-3,46 %
Gesamt	5924	10,20 %	3,97 %

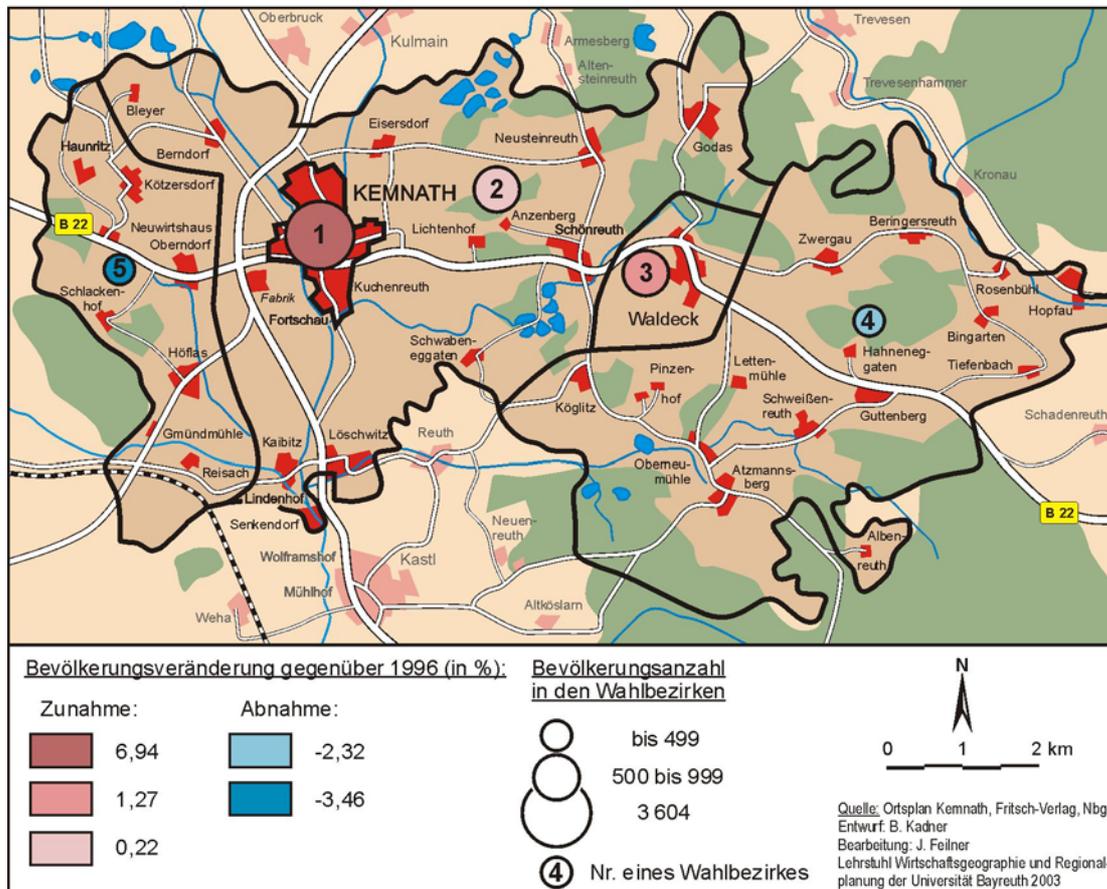
Quelle: Abgrenzung der Wahlbezirke, Aussagen Herr Graser, Werte: Stadt Kemnath, Anlage zur Abwasserklärung, Stand Juni 2002, 1996 und 1989

* Abweichungen in der Einwohnerzahl durch Zweitwohnsitze, die in der Abwasserstatistik enthalten sind

An Einwohnern verloren haben dagegen v.a. die randlichen Wahlbezirke Waldeck Land (u.a. mit den Ortsteilen Zwergau, Guttenberg, Köglitz, Atzmansberg) und Höflas/Kötzersdorf (u.a. mit den Ortsteilen Oberndorf, Schlackenhof). Im direkten Umland der Kernstadt Kemnath (Wahlbezirk Kemnath-Land u.a. mit den Ortsteilen Godas, Löschwitz, Kaibitz, Neusteinreuth) gab es kaum Veränderungen (s. Karte 3). D.h., dass von einem gewissen Konzentrationsprozess von den kleinen, peripher gelegenen Siedlungen in Richtung der

Kernstadt ausgegangen werden kann, ein Prozess, der sich aller Voraussicht nach in Zukunft fortsetzen wird.

Karte 3 Bevölkerungsverteilung und -veränderungen nach Wahlbezirken



6.4 Erwerbstätigenstruktur

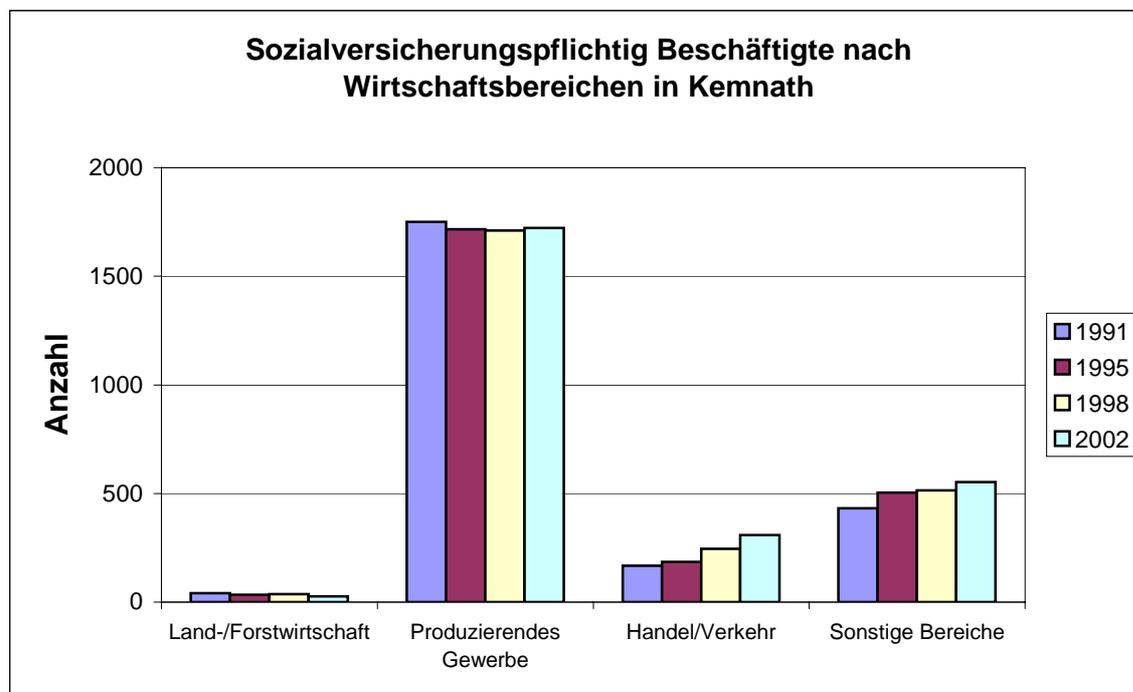
Betrachtet man die **Verteilung** der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auf die **verschiedenen Sektoren**, wird deutlich, dass die meisten im produzierenden Gewerbe tätig sind, gefolgt von den sonstigen Bereichen und dem Bereich Handel/Verkehr. Die Land- und Forstwirtschaft spielt nur noch eine geringe Rolle (siehe Abb. 12).

Die **Entwicklung** seit Beginn der 1990er Jahre ist durch geringfügige Abnahmen in den Bereichen Land- und Forstwirtschaft und dem produzierenden Gewerbe gekennzeichnet, wohingegen die Bereiche Handel/Verkehr und sonstige Bereiche Zuwächse aufweisen. Somit ist der Trend hin zum Dienstleistungsgewerbe auch in Kemnath zu sehen, wenngleich das produzierende Gewerbe noch die weitaus bedeutendere Rolle spielt.

Vergleicht man die Zahl der sozialversicherungspflichtig Versicherten der Stadt Kemnath, mit denen des Landkreises Tirschenreuth, denen des Regierungsbezirks Oberpfalz und des Freistaates Bayern ergibt sich das Bild einer industriell geprägten Stadt. Mit rund 68 Prozent an Beschäftigten im produzierenden Gewerbe ist dieser Sektor im Hinblick auf die **Vergleichsgruppen** in Kemnath überdurchschnittlich vertreten. Im Bereich Handel/Verkehr befindet sich Kemnath mit knapp 10 Prozent unter dem Durchschnitt der Vergleichsgrup-

pen. Des weiteren liegen die Anteile der Beschäftigten in den sonstigen Bereichen mit 21 Prozent unter denen der Vergleichsgruppen, beispielsweise unter denen von Bayern mit rd. 38 Prozent. Insgesamt gesehen ist der Dienstleistungsbereich, trotz positiver Entwicklung in den letzten Jahren nach wie vor deutlich unterrepräsentiert.

Abb. 12 Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wirtschaftssektoren in Kemnath von 1991 bis 2002



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Gemeindedaten vers. Jahrgänge, München, eigene Darstellung, Bayreuth 2003

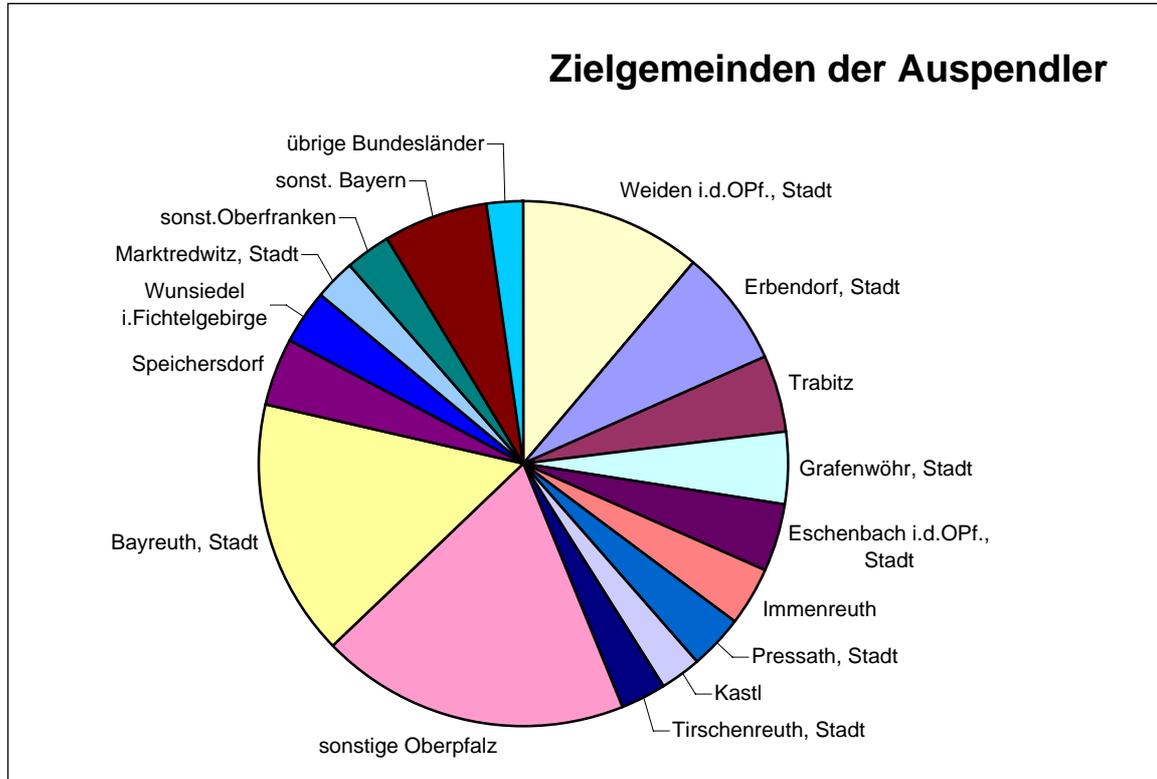
6.5 Ein- und Auspendlersituation

Das **Pendleraufkommen** einer Gemeinde gibt u.a. Aufschluss über den Verflechtungsbereich und die Bedeutung als Wirtschaftsstandort. Im Jahr 2002 standen in Kemnath 1.845 Einpendler 1.126 Auspendlern gegenüber. Damit verzeichnet Kemnath einen **Einpendlerüberschuss** von 719 Personen. Bei 2.610 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort Kemnath liegt der Einpendleranteil bei 70 Prozent. Der Auspendleranteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten Kemnathern hingegen liegt bei knapp 60 Prozent (insgesamt 1.891 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte mit Wohnort Kemnath). Im Vergleich zu Vorjahr 2001 ist die Einpendler- und Auspendlerzahl leicht gestiegen (1.775 Einpendler und 1.091 Auspendler).

Hinsichtlich der **Zielgemeinden** der Auspendler zeigt sich folgendes Bild (vgl. Abb. 13). 63 Prozent der Auspendler arbeiten in der Oberpfalz, wobei die Landkreise Tirschenreuth mit 259 Personen (23 %) und Neustadt an der Waldnaab mit 275 Personen (24 %) die Schwerpunkt bilden. Wichtige Zielorte sind die Gemeinden Erbdorf (82), Trabitz (54), Grafenwöhr (49) und Eschenbach i.d.Opf. (46). 11 Prozent der Auspendler fahren in das oberpfälzer Oberzentrum Weiden (125). Außerhalb der Oberpfalz arbeiten etwas über

37 Prozent der sozialversicherungspflichtigen Arbeitnehmer mit Wohnort Kemnath, dominant ist hier das nahe Oberzentrum Bayreuth mit 179 Auspendlern (ca. 16 %). Nur wenige Kemnather pendeln außerhalb des Tagespendlerradius (u.a. 27 nach Oberbayern, 14 nach Hessen und 11 in sonstige Bundesländer).

Abb. 13 Zielorte der Arbeitsauspendler aus Kemnath 2002



Quelle: Arbeitsamt Weiden, Referat Beschäftigungsstatistik IIIb5 - 4204 (17), Stichtag 30.6.2002 (vorläufig), eigene Darstellung, Bayreuth 2003

Die **Herkunft der Einpendler** ist für die Bestimmung des Einzugsbereiches des Einzelhandels aufschlussreich und wurde daher sehr detailliert betrachtet (siehe Tab. 6). Über 63 Prozent der Einpendler kommen aus dem Regierungsbezirk Oberpfalz (1.177 Personen). Fast drei Viertel hiervon haben ihren Wohnsitz im Landkreis Tirschenreuth (850), wobei die meisten aus den Gemeinden Kulmain, Immenreuth und Erbendorf einpendeln. Aus dem benachbarten Landkreis Neustadt an der Waldnaab kommen 304 Einpendler nach Kemnath, hier dominieren die Gemeinden Neustadt am Kulm und Pressath.

Aber auch eine nicht unerhebliche Zahl Oberfranken arbeitet in Kemnath (494 Personen oder 27 %). Die oberfränkischen Herkunftsgemeinden sind v.a. Speichersdorf und die Stadt Bayreuth. Aus den Neuen Bundesländern kommen etwas über vier Prozent der Einpendler nach Kemnath, aus der nahen Tschechischen Republik nicht mal ein Prozent.

Tab. 6 Herkunftsgemeinden der Einpendler nach Kemnath 2002

Herkunftsregion	Personen	Herkunftskreis	Personen	Herkunftsgemeinde	Personen	
Oberpfalz	1.177	Weiden i.d.OPf., Stadt	16			
		Landkreis Neustadt an der Waldnaab	304	Neustadt am Kulm, Stadt	76	
				Pressath, Stadt	51	
				Grafenwöhr, Stadt	35	
				TrabitZ	26	
				Speinshart	23	
				Eschenbach i.d.OPf., Stadt	21	
				Vorbach	14	
				Kirchenthumbach, Markt	13	
				Windischeschenbach, Stadt	12	
				Übrige Gemeinden (Kreis)	33	
		Landkreis Tirschenreuth	850	Kulmain	242	
				Immenreuth	125	
				Erbendorf, Stadt	121	
				Kastl	116	
				Neusorg	54	
				Pullenreuth	43	
				Ebnath	34	
				Krummennaab	22	
				Waldershof, Stadt	19	
Reuth b.Erbendorf	16					
sonst. Oberpfalz	7					
Oberfranken	494	Bayreuth, Stadt	59			
		Landkreis Bayreuth	319	Speichersdorf	188	
				Weidenberg, Markt	34	
				Kirchenpingarten	29	
				Mehlmeisel	13	
				Fichtelberg	10	
		Übrige Gemeinden (Kreis)	45			
Landkreis Wunsiedel	55	Marktredwitz, Stadt	18			
		Nagel	15			
		Übrige Gemeinden (Kreis)	22			
sonst. Oberfranken	61					
sonst. Bayern	56					
Sachsen	50					
Thüringen	29					
Tschechische Republik	16					
Übrige (Bundes) Länder	23					
Einpendler insgesamt	1.845					

Quelle: Arbeitsamt Weiden, Referat Beschäftigungsstatistik IIIb5 - 4204 (17), Stichtag 30.6.2002 (vorläufig), eigene Darstellung, Bayreuth 2003

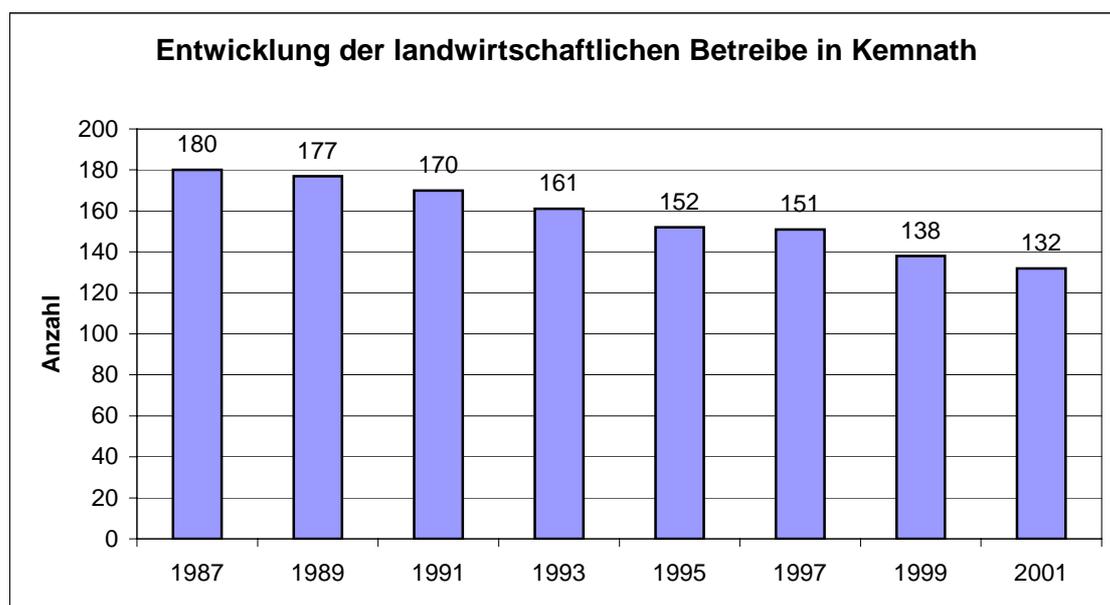


7. Situation der einzelnen Wirtschaftsbereiche

7.1 Landwirtschaft

Durch den in den letzten Jahren anhaltenden Strukturwandel in der Landwirtschaft im gesamten Freistaat Bayern, bedingt durch politische, wirtschaftliche und technische Prozesse, ging auch die **Anzahl der landwirtschaftlichen Betriebe** in Kemnath zurück. Dieser Rückgang der landwirtschaftlichen Betriebe schlägt sich dementsprechend auch auf die Beschäftigungszahlen nieder.

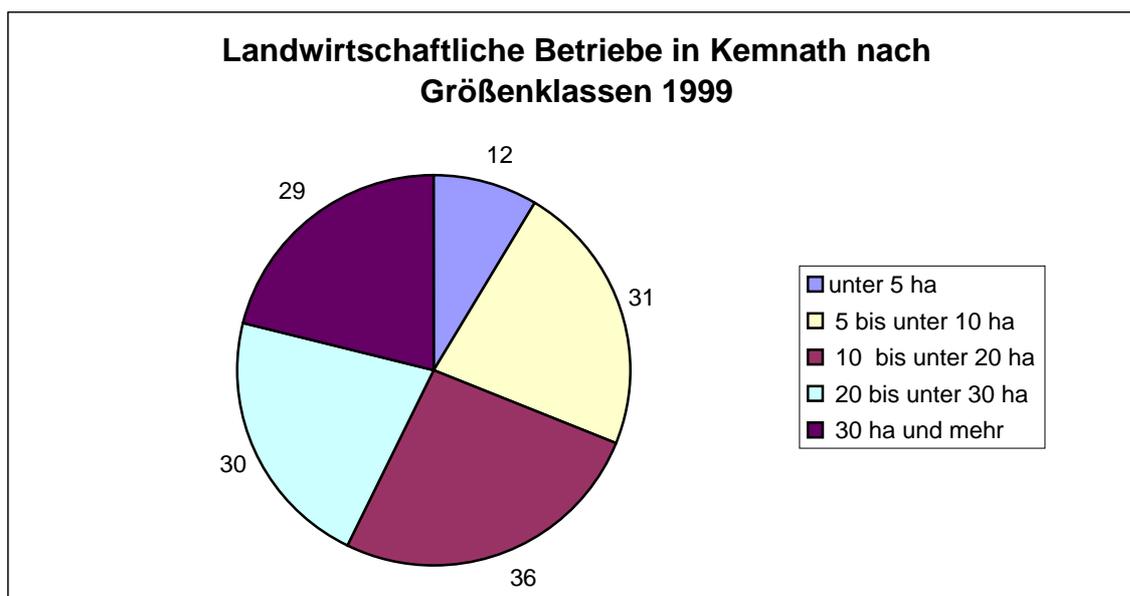
Abb. 14 Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe in Kemnath (1987 bis 2001)



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; *Statistik kommunal 2003*, Stadt Kemnath, München, eigene Darstellung, Bayreuth 2003

Die landwirtschaftlichen Betriebe in Kemnath bewirtschafteten im Jahr 1999 insgesamt eine **Fläche** von 2884 ha. Diese Fläche teilen sich 138 landwirtschaftliche Betriebe (vgl. Abb. 15). Die größte Anzahl von Betrieben in Kemnath hat eine Fläche von 10 bis unter 20 ha zu bewirtschaften. Im bayernweiten Vergleich, bei dem knapp 38 Prozent der Betriebe eine Betriebsgröße über 20 ha haben, liegt Kemnath somit mit 43 Prozent über diesem Durchschnitt. Der Strukturwandel in der Landwirtschaft hin zu größeren Betriebsgrößen ist in Kemnath schon weit vorangeschritten.

Abb. 15 Landwirtschaftliche Betriebsgrößenklassen in Kemnath 1999 (in ha)



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; *Gemeindedaten vers. Jahrgänge*, München, eigene Darstellung, Bayreuth 2003

7.2 Verarbeitendes Gewerbe

Das **verarbeitende Gewerbe** (unter das auch der Bergbau und die Gewinnung von Steinen und Erden subsummiert werden) ist Teil des produzierenden Gewerbes, welches sich des weiteren noch in Energie- und Wasserversorgung sowie Baugewerbe aufsplittet. Die Statistik zum verarbeitenden Gewerbe erfasst im allgemeinen **nur Betriebe mit 20 oder mehr Beschäftigten**¹⁹. Die Zahl dieser Betriebe nahm von anfänglich 6 Betrieben in den Jahren 1987 bis 1993 auf 4 Betriebe seit dem Jahr 1995 ab. 2002 gab es nur noch 3 „große“ Betriebe. Die Zahl der Beschäftigten im verarbeitenden Gewerbe fiel nach einem Anstieg in den Jahren 1987 bis 1993 von 1.223 Beschäftigten auf 1.543 Beschäftigte inzwischen auf 1.448 im Jahr 1999 (vgl. Tab. 7). Daraus ergibt sich ein negativer Trend in diesem Wirtschaftsbereich, der sich 2000 aber wieder umkehrte, 2002 waren 1.517 Personen im verarbeitenden Gewerbe tätig.

Tab. 7 Entwicklung der Beschäftigten im verarbeitenden Gewerbe in Kemnath zwischen 1987 und 2001

JAHR	1987	1989	1991	1993	1995	1997	1999	2001
Anzahl der Beschäftigten (in Betrieben mit mind. 20 Beschäftigten)	1.223	1.388	1.512	1.543	1.487	1.437	1.448	1.505

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; *Gemeindedaten vers. Jahrgänge*, München

¹⁹ BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG (Hrsg.) (2000), *Industriebericht Bayern 2000 mit Branchenreport und Regierungsprofilen*, München, S. 106

7.3 Bauhaupt- und Baunebengewerbe

Die Zahl der **Betriebe im Bauhauptgewerbe** nahm in den Jahren 1987 bis 1993 stetig zu, wie man aus Tab. 8 ersehen kann. Anschließend brach die Betriebsanzahl geringfügig ein: In den Jahren 1995 und 1997 waren nur noch 8 Betriebe in Kemnath ansässig. Bis 2001 siedelten sich aber wieder weitere Betriebe des Bauhauptgewerbes in Kemnath an. 2002 waren 13 Betriebe zu verzeichnen.

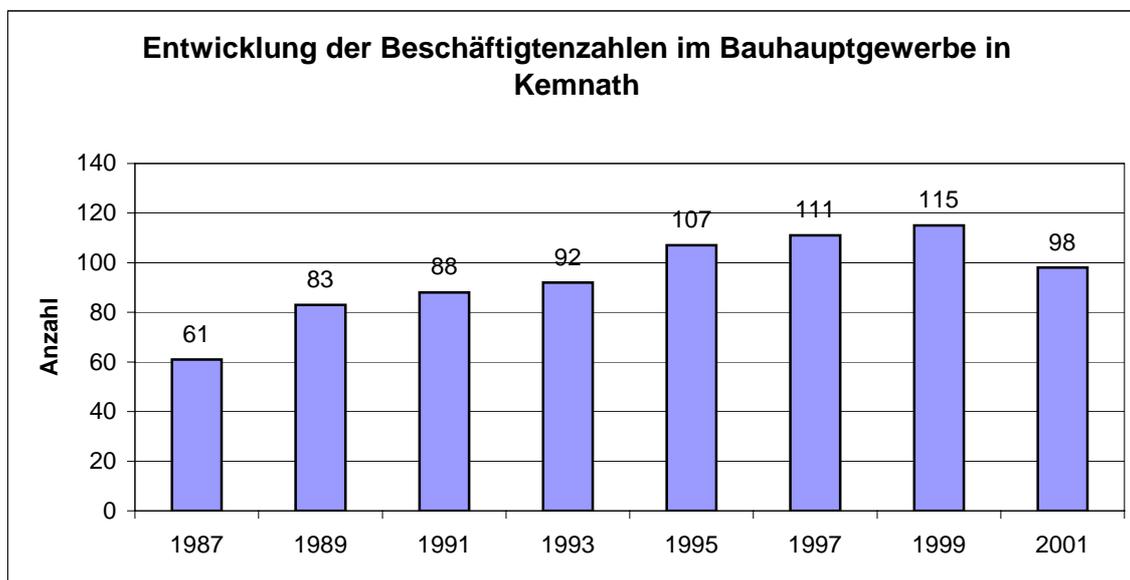
Tab. 8 Entwicklung der Betriebszahlen im Bauhauptgewerbe in Kemnath zwischen 1987 und 1999

Jahr	1987	1989	1991	1993	1995	1997	1999	2001
Anzahl der Betriebe	7	8	9	10	8	8	11	12

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; *Gemeindedaten vers. Jahrgänge*, München

Die Entwicklung der **Beschäftigtenzahlen im Bauhauptgewerbe** in Kemnath hat trotz des Rückgangs der Betriebe zwischen den Jahren 1995 und 1997 einen durchwegs positiven Verlauf, wie aus Abb. 16 ersichtlich wird. Die Steigerung von 61 Beschäftigten im Jahr 1987 auf 115 Beschäftigte im Jahr 1999 entspricht einer Steigerung um 53 Prozentpunkte. Ab der Jahrtausendwende ging die Beschäftigtenzahl jedoch entsprechend dem allgemeinen Trend bei schlechter Auftragslage wieder zurück.

Abb. 16 Beschäftigtenentwicklung im Bauhauptgewerbe in Kemnath (1987 bis 2001)

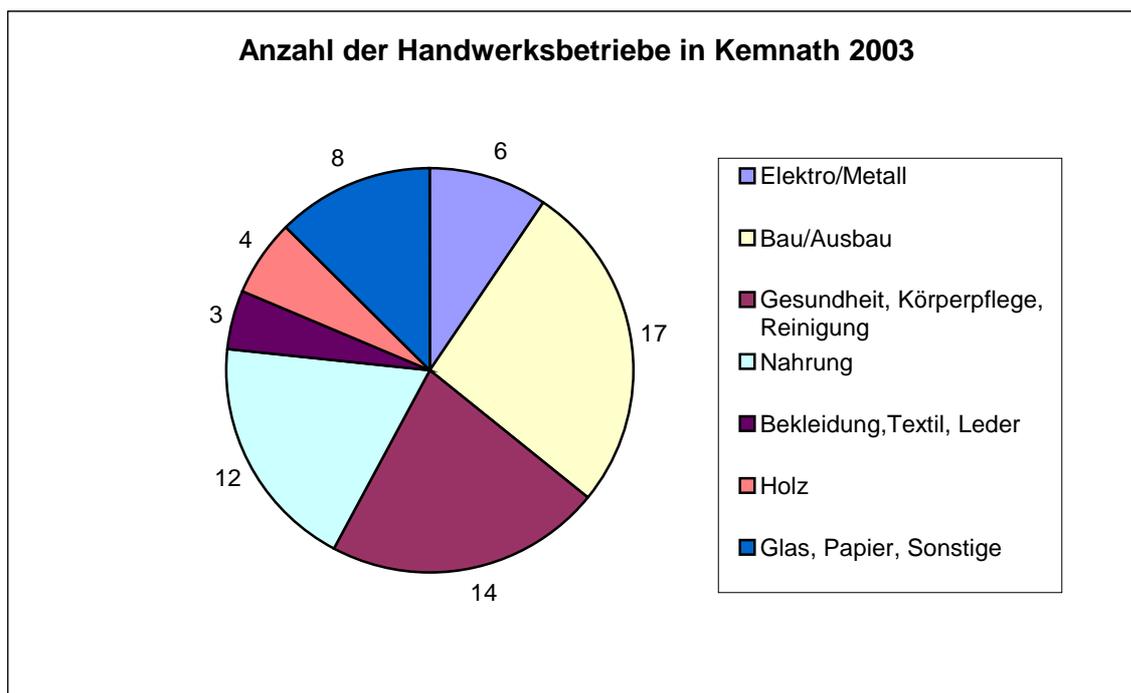


Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; *Gemeindedaten vers. Jahrgänge*, München, eigene Darstellung, Bayreuth 2003

7.4 Handwerk

Die im Firmenverzeichnis der Stadt Kemnath enthaltenen 64 **Betriebe aus dem Handwerk** wurden zu 7 Kategorien zusammengefasst. Der Bereich Bau/Ausbau ist mit 17 Betrieben in Kemnath am stärksten vertreten. Der Bereiche Gesundheit, Körperpflege, Reinigung sowie das Nahrungshandwerk haben mit 14 bzw. 12 Betrieben ebenfalls eine große Bedeutung. Eine eher untergeordnete Rolle spielen Bekleidung, Textil, Leder sowie die Holzverarbeitung.

Abb. 17 Handwerksbranchen in Kemnath



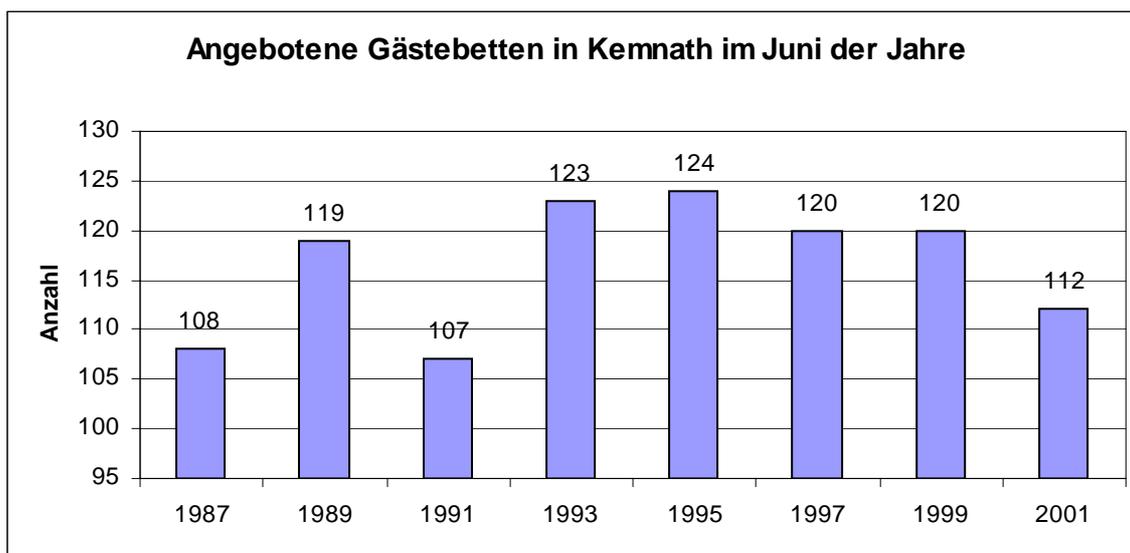
Quelle: STADT KEMNATH (2003): Firmenverzeichnis der Stadt Kemnath; eigene Darstellung, Bayreuth 2003

7.5 Tourismus

Der Tourismus in Kemnath erfuhr in den letzten Jahren eine leichte Steigerung. Es erfolgte ein Ausbau der Bettenzahl von 108 angebotenen **Gästebetten** auf mittlerweile durchschnittlich 120 Gästebetten in den letzten 10 Jahren. Die vorläufigen Ergebnisse für 2001 weisen nur noch 112 Gästebetten aus. Die Angebotsstruktur²⁰ ist mit 10 Gasthöfen bzw. -häusern (Stadt Kemnath und Markt Waldeck) und einigen Ferienwohnungen bzw. Privatpensionen kleinteilig. Nur zwei Häuser haben mehr als 20 Betten.

²⁰ <http://www.kemnath.de/freizeit/index.html>

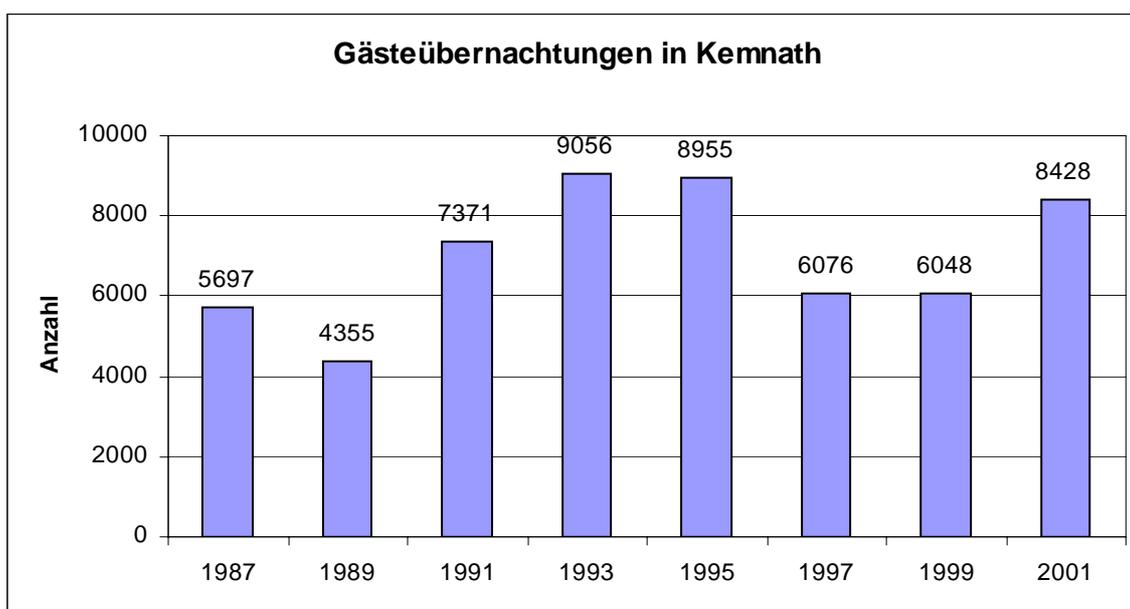
Abb. 18 Gästebettenzahl in Kemnath (1987 bis 2001)



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; *Gemeindedaten versch. Jahrgänge*, München, eigene Darstellung, Bayreuth 2003

Mit dem Anstieg der Bettenzahl Anfang der 1990er Jahre ging auch ein Anstieg der **Gästeübernachtungszahlen** einher (Abb. 19), wobei Ende der 1990er Jahre ein leichter Einbruch zu verzeichnen war. Da in der offiziellen Statistik des Bayerischen Landesamtes nur die Betten und Übernachtungen in Häusern mit mehr als 9 Betten enthalten sind und die Struktur der Übernachtungsmöglichkeiten in Kemnath eher kleinteilig ist, müssen diese Werte in der Realität nach oben korrigiert werden. Für 2002 werden im Standortatlas der Stadt Kemnath deshalb auch 12.000 Übernachtungen geschätzt.

Abb. 19 Gästeübernachtungen in Kemnath (1987 bis 2001)



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; *Gemeindedaten versch. Jahrgänge*, München, eigene Darstellung

Für Touristen und Naherholer bieten die Stadt Kemnath und ihre Ortsteile eine Vielzahl an Freizeit- und Sportmöglichkeiten sowie Sehenswertes aus Kultur und Architektur (siehe Kap. II 5.3). Diese Einrichtungen runden eine Vielzahl an **gastronomischen Einrichtungen** ab, so dass der Gast einen Urlaubstag oder einen Ausflug auch kulinarisch vielfältig gestalten kann. Neben deutscher und regionaler Küche in den (Land-)Gasthöfen sind auch einige italienische Restaurants verzeichnet²¹. Insbesondere am Stadtplatz laden Gasthöfe, Cafe´s und Eisdielen auch mit Außenbestuhlung zum Verweilen ein.

8. Flächennutzung und Wohnschwerpunkte

Gerade für ein kommunales Entwicklungskonzept, das sich auch mit der weiteren Verwendung der Flächen in der Stadt beschäftigt, ist die derzeitige Nutzung sowie die **Leitlinien der Flächennutzungsplanung** von großem Interesse. Im Erläuterungsbericht des Flächennutzungsplans²² findet sich u.a. das für die zukünftige städtebauliche Einzelhandelsentwicklung interessante Ziel, Ortsteile mit geschichtlicher, künstlerischer oder städtebaulicher Bedeutung zu erhalten. Dies soll durch die Trennung des alten Stadtkerns von den neuen Baugebieten durch den Grüngürtel geschehen. Diese und andere städtebauliche Aspekte werden in Kap. III detaillierter behandelt. Nachfolgend werden daher nur die Flächen für gewerbliche Nutzung und neue Wohngebietsausweisungen kurz betrachten.

8.1 Gewerbliche Nutzung

Bis 1945 war Kemnath eine 2.000-Einwohner-Stadt, die ausschließlich von der Landwirtschaft und vom kleinen Handel lebte. Nach dem 2. Weltkrieg wurden durch den Zuzug vieler Vertriebener zahlreiche Betriebe unterschiedlicher Größe errichtet und bestehende Kleinbetriebe vergrößert. Durch die **Ausweisung und Erschließung des Gewerbe- und Industriegebietes Kemnath-West** und eine aktive Wirtschaftsförderung wurden in der Folgezeit die Weichen für die Ansiedlung weiterer Firmen gestellt. Die beiden größten Arbeitgeber der Stadt sind die Firma Siemens (Unternehmensbereich Medizinische Technik) und die Firma Ponnath, beide sind im Gewerbegebiet ansässig. Die Firma Siemens beschäftigt am Standort Kemnath über 900 Mitarbeiter. Das Kemnather „Eigengewächs“, die Firma Ponnath, welche sich im Laufe ihrer 300jährigen Geschichte von einer kleinen Metzgerei zu einem großen Fleischwarenproduzenten entwickelte, beschäftigt über 550 Mitarbeiter.²³

Im Gewerbegebiet Kemnath West sind neben den beiden großen produzierenden Betrieben Siemens und Ponnath auch **zahlreiche Einzelhandelsbetriebe** angesiedelt. Im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels haben hier v.a. großflächige Discountbetriebe und Autohäuser ihren Standort. Ein großes Schreibwarenfachgeschäft und ein Fachgeschäft für Farben und Tapeten haben sich hier ebenfalls angesiedelt. Einen weiteren großen Einzelhandelsbetrieb stellt ein Baufachmarkt in der Bayreuther Straße dar.

²¹ <http://www.kemnath.de/freizeit/index.html>

²² ERLÄUTERUNGSBERICHT FLÄCHENNUTZUNGSPLAN DER STADT KEMNATH, Kemnath 1987

²³ BROSCHÜRE STADT KEMNATH, Wohnen – Leben – Arbeiten (1996), S.15

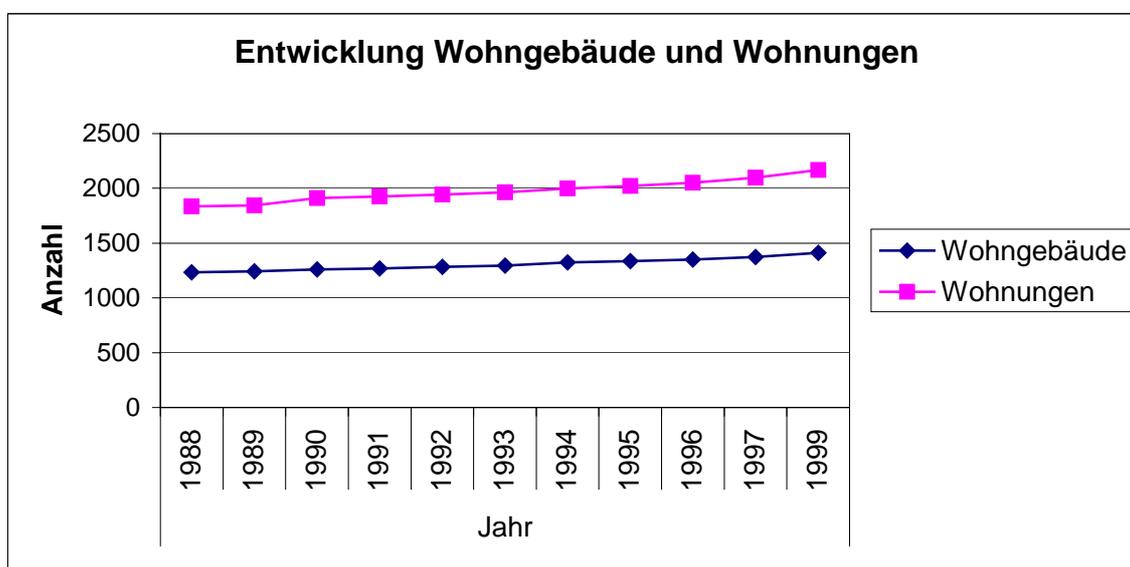


Um weiteren Gewerbebetrieben eine Ansiedlung zu ermöglichen, wurde im Flächennutzungsplan die Ausweisung bzw. Erweiterung von Gewerbegebieten verankert. **Erweiterungsflächen** für das Gewerbegebiet Kemnath-West schließen sich in südlicher Richtung an das Gewerbegebiet an (Bereich zwischen Hammergrabenstraße und Röntgenstraße).

8.2 Wohnungsbau/Wohnungsmarkt

Aus Abb. 20 ist ersichtlich, dass die Zahl von **Wohngebäuden** im Zeitraum von 1988 bis 1999 um rd. 14,3 Prozent auf 1411 und die Zahl von Wohnungen um rd. 18,1 Prozent auf 2.166 anstieg. Das entspricht einem jährlichen Zuwachs von 1,2 Prozent bei den Wohngebäuden und 1,5 Prozent bei den Wohnungen. Im Jahr 2002 wurden 1.482 Wohngebäude mit 2.242 Wohnungen in der Statistik ausgewiesen. Fast die Hälfte der Wohngebäude sind mit nur einer Wohnung Einfamilienhäuser (46,8 Prozent).

Abb. 20 Entwicklung der Wohngebäude und Wohnungen in Kemnath von 1988 bis 1999



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; *Gemeindedaten vers. Jahrgänge*, München, eigene Darstellung, Bayreuth 2003

Für die innerstädtische Einzelhandelsentwicklung einerseits und die Versorgungssituation der Bevölkerung andererseits sind u.a. die **Akzeptanz verschiedener Wohnbaugebiete** in der Stadt Kemnath von Bedeutung. Insgesamt sind in 14 Baugebieten aktuell noch 131 Bauparzellen vorhanden, wobei sich nur noch 14 in Besitz der Stadt und 117 in Händen von privaten Eigentümern befinden (s. Tab. 9). Zumeist liegt die Zahl der freien Bauplätze unter 16, lediglich in den Gebieten „Eisersdorfer Au“, „Am Galgen“(mit Erweiterung) und „Im Hopfenthal“ (Waldeck) finden Bauinteressenten noch eine größere Auswahl an Bauplätzen. Sieht man den **Anteil der bereits bebauten Parzellen**, wird deutlich, dass unter den neueren Baugebieten in der Kernstadt die Gebiete „Hinter dem Kloster“ und „Eisersdorfer Au“ besonders beliebt sind. Von den bereits vor 1985 erschlossenen Baugebieten sind die Bauparzellen v.a. im Baugebiet „Bei der Rothen Kapelle“ und „Am Goldberg“ weitestgehend bebaut. In den Baugebieten „An der Eisersdorfer Straße“ und „Am Galgen“

gibt es hingegen noch etwas Auswahl. Durch die privaten Eigentümer der Flächen besteht aber keine bzw. wenig außenwirksame Vermarktung.

Abb. 21 Baugebiet Eisersdorfer Au



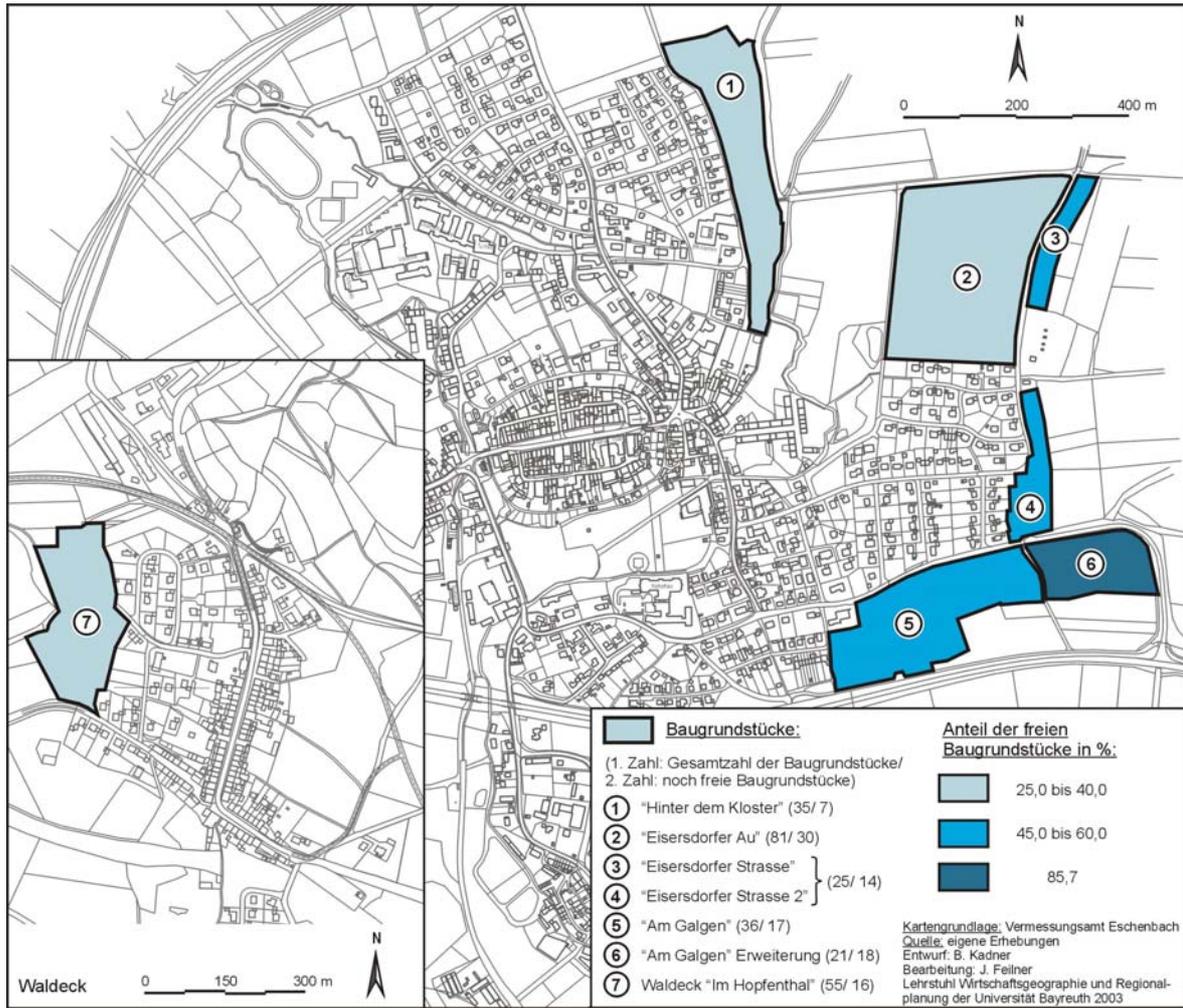
Quelle: Foto B. Kadner

Tab. 9 Wohnbaugebiete in Kemnath

Baugebiet	Freie Bauplätze		Gesamtanzahl der ausgewiesenen Bauplätze	Anteil noch freier Bauplätze in Prozent
	Eigentum der Stadt Kemnath	Eigentum Privater		
Hinter dem Kloster	-	7 2 mit höherer Wohnbebauung	35	25,7
Eisersdorfer Au	8	22	81	37,0
An der Eisersdorfer Straße	-	14	25	56,0
Am Galgen	-	17	36	47,2
Am Galgen – Erweiterung	-	18	21	85,7
Im Hopfenthal (Waldeck)	1	15	55	29,1
Bei der Rothen Kapelle	-	5	39	12,8
Am Goldberg	-	6	57	10,5
Zum Hochgericht	-	4	5	80,0
Kemnath-Süd-Erweiterung	-	2	18	11,1
Löschwitz-Hosleite	-	2	19	10,5
Oberndorf	-	1	11	9,1
Berndorf	-	2	4	50,0
Köglitz	5	-	9	55,6
Summe	14	117	415	31,6

Quelle: Schreiben der Stadt Kemnath und Internetseite: www.kemnath.de (Zugriff 11.12.03)

Karte 4 Wohnbaugebiete und deren Auslastung





III. ERHEBEN DES STÄDTEBAULICHEN BESTANDES UND AUSWERTUNG



Für die nachfolgende städtebauliche Bestandserhebung wurden die Bereiche

- Verkehr,
- Grün- und Freiflächen,
- Nutzung und Funktion,
- Stadtgestaltung,

innerhalb und außerhalb des Sanierungsgebietes der Stadt Kemnath aufgenommen. Diese wurden überwiegend durch Ortsbegehungen erhoben und mit früheren Kartierungen zur Bestandsaufnahme (Bericht über vorbereitende Untersuchung vom Juni 1982) mit der aktuellen Bestandssituation verglichen.

Die Bestandserhebung entspricht den Ortsbegehungen vom Herbst 2003. Als Planungsgrundlage diente die digitale Flurkarte, die vom Vermessungsamt Eschenbach i. d. OPf. zur Verfügung gestellt wurde.

Weitere Unterlagen waren Verzeichnisse der Stadt Kemnath, statistisches Datenmaterial des Bayerischen Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung, Denkmäler in Bayern (Landkreis Tirschenreuth), Biotopkartierung der Stadt Kemnath, Flächennutzungsplan der Stadt Kemnath vom 29.09.1986 (zuletzt geändert 03.10.1988) sowie historische und eigene Fotos.

Die Erhebungen aus der Bestandsaufnahme und die daraus gewonnenen städtebaulichen Ergebnisse sind in den Plänen

- Städtebauliche Qualitäten und Potenziale,
- Städtebauliche Missstände

sowohl für die Gesamtstadt (M 1:2500) als auch für das Sanierungsgebiet (M 1:1000) zusammengefasst. Sie entsprechen dem Stand vom Dezember 2003 (siehe Kap. VI 4.).

Nachfolgend sind die wesentlichen städtebaulichen Qualitäten und Potenziale sowie städtebaulichen Missstände textlich erläutert.



1. Verkehrserschließung

1.1 Fließender Verkehr

1.1.1 Überörtliche Verkehrserschließung

Die Stadt Kemnath liegt selbst nicht an einer überregionalen Entwicklungsachse, sie ist jedoch über die Bundesstraße B 22 - wie in Kap. II 1 dargestellt - überregional gut an die BAB 9 und an die BAB 93 und damit an die überregionalen Entwicklungsachsen Bayreuth – Pegnitz – Industrieregion Mittelfranken (entlang BAB 9) und Weiden – Schwandorf – Regensburg (entlang der BAB 93) angebunden

Das Stadtgebiet von Kemnath besitzt zwei Anschlussstellen an die B 22, jeweils eine Anschlussstelle im Westen und eine im Osten. Diese beiden Anschlüsse liegen jedoch relativ peripher, eine auf den Stadtkern bezogen zentralere Anschlussstelle fehlt allerdings.

Autofahrer auf der wichtigen Ost-West-Verkehrsachse der B 22 werden damit sehr frühzeitig abgeleitet.

Da darüber hinaus zwischen den beiden Anschlussstellen die Wahrnehmbarkeit der Stadt von der Bundesstraße aus sehr eingeschränkt ist, besteht die Gefahr, dass Autofahrer an der Stadt vorbeifahren. Der Autofahrer muss außerdem - hat er die erste Ausfahrt verpasst - eine rückläufige Erschließung in Kauf nehmen.

Zusätzlich besitzt die Stadt im Norden eine gute funktionierende Anschlussstelle an die Staatsstraße St 2665. Jedoch fehlen hier ebenso wie bei den beiden Anschlussstellen an die B 22 Hinweise und Informationen auf Kemnath, seine Infrastruktur-, Dienstleistungs- und Einzelhandelseinrichtungen.

Die Lage der B 22 entlastet zwar den Stadtbereich von Kemnath vom reinen Durchgangsverkehr, allerdings unterbindet die Trassenführung gleichzeitig die städtebaulichen Bezüge zwischen den Stadtgebieten südlich der B 22 und dem nördlich gelegenen Stadtkern. Die B 22 wirkt damit als ungewollte städtebauliche Zäsur und Verkehrsschneise.

1.1.2 Innerörtliche Erschließung

ANBINDUNG AN ÜBERGEORDNETES STRAßENNETZ

Die innerörtliche Verkehrserschließung Kemnaths erfolgt über die Bayreuther Straße von der B 22-West, über die Wunsiedler Straße von der St 2665 im Norden und über die Werner-von-Siemens-Straße von der B 22-Ost zum Stadtkern.



Abb. 22 Westliche Stadtzufahrt – Bayreuther Straße



Quelle: Foto RSP

Während die Bayreuther Straße und die Wunsiedler Straße hinsichtlich ihres Ausbaustandards den verkehrlichen Anforderungen genügen, verfügt die Werner-von-Siemens-Straße nur über eine geringere Fahrbahnbreite und begrenzte Straßenraumbreite.

Abb. 23 Östliche Stadtzufahrt – Werner-von-Siemens-Straße



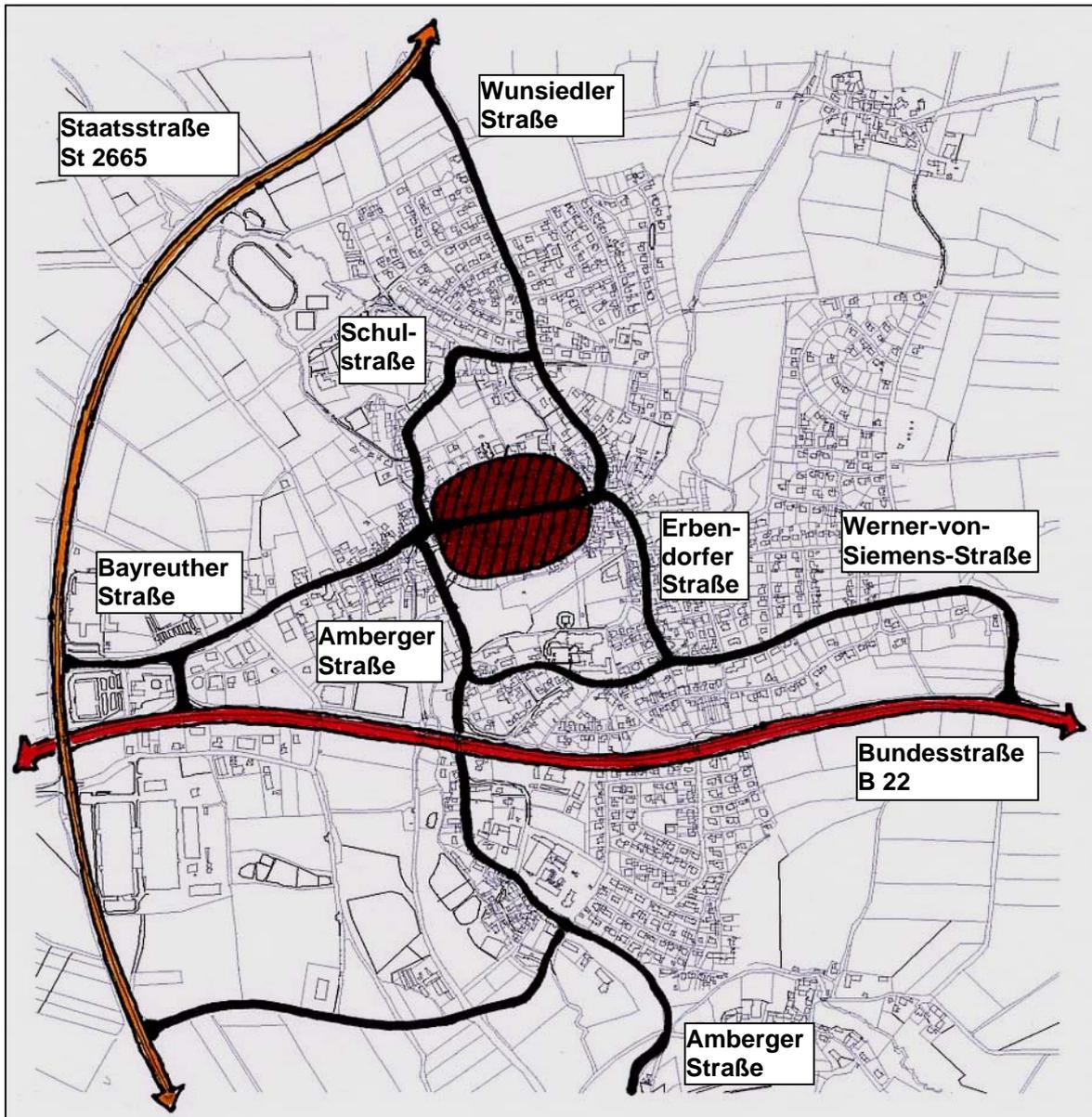
Quelle: Foto RSP

Fehlende Gliederungselemente entlang des Straßenraumes, nicht eindeutig gekennzeichnete Straßeneinmündungen, hohe Versiegelung der Oberfläche, fehlende Erkennbarkeit der Verkehrsabläufe beeinträchtigen zusätzlich das gesamte Erscheinungsbild der Werner-von-Siemens-Straße.

STRAßENRING UM DEN STADTKERN

Die o. a. Haupteinmündungsstraßen münden auf einen um den Stadtkern führenden Straßenring bestehend aus Schulstraße im Westen, Wunsiedler Straße im Nordosten, Erben-dorfer Straße im Osten, Werner-von-Siemens-Straße im Süden und Amberger Straße im Südwesten.

Karte 5 Umgehungsstraßen



Quelle: eigene Darstellung RSP

Während die Schulstraße im Jahr 2003 verkehrsgerecht und gestalterisch erneuert wurde und damit eine von Westen nach Norden führende innerörtliche Umfahrungsmöglichkeit bildet, ist die von Westen nach Osten führende Umgehungsmöglichkeit auf der Trasse der Amberger Straße / Werner-von-Siemens-Straße, die zudem die Haupterschließung für das Krankenhaus darstellt, noch nicht ausgebaut.

Problematisch sind dabei der relativ enge Straßenraum und der unübersichtliche Kreuzungsbereich der Amberger Straße / Werner-von-Siemens-Straße.

Abb. 24 Unübersichtlicher Kreuzungsbereich Amberger Straße / Werner-von-Siemens-Straße



Quelle: Foto RSP

Die Wohnqualität der Anwesen sowie die Aufenthaltsqualität für Fußgänger werden, zum Teil durch das erhöhte Verkehrsaufkommen, beeinträchtigt.

Vor allem der Durchgangsverkehr und die Pendlerbewegungen in der Hauptverkehrszeit zur Bundesstraße B 22 in Richtung Erbdorf / Weiden wirken sich negativ auf das Wohnumfeld aus. Die Bewohner sind damit erheblichen Schadstoff- und Lärmimmissionen ausgesetzt.

Auch die Unübersichtlichkeit an Einmündungen insbesondere bei der Einmündung des Rosenweges in die Werner- von- Siemens- Straße sowie bei mehreren Hofein- und Ausfahrten führen zu Verkehrsgefährdungen.

ANBINDUNG DER SÜDLICHEN STADTGEBIETE

Die trennende Wirkung der Bundesstraße B 22 - wie oben erläutert - wirkt sich auch negativ auf die innerörtliche Verkehrserschließung aus. So sind die südlichen Stadtgebiete nicht ausreichend an den Stadtkern angebunden. Es existieren nur zwei Straßenanbindungen zwischen der „Südstadt“ und dem Stadtkern, die Anzensteinstraße und die Amberger Straße, die beide jedoch wiederum in die enge und unübersichtliche Werner-von-Siemens-Straße einmünden.

CAMMERLOHERPLATZ

Neben dem Einmündungsbereich der Werner- von- Siemens- Straße in die Amberger Straße ist auch der wichtigste östliche innerstädtische Verkehrsknoten, der Cammerloherplatz, verkehrstechnisch äußerst problematisch, da hier in der dicht bebauten Vorstadt auf engem Raum die den Stadtplatz von Osten erschließenden Straßenzüge der Wunsiedler Straße und der Erbdorfer Straße und zusätzlich noch vier weitere untergeordnete Straßen in einem Knoten zusammentreffen. Die Kfz-Erschließung und der Verkehrsfluss zum Stadtplatz werden zusätzlich durch die Engstelle der einspurigen Tordurchfahrt beim Kirchturm bestimmt.

VERKEHRSERSCHLIEßUNG DER NEUEREN SIEDLUNGSGEBIETE

Die Verkehrserschließung der in jüngerer Zeit entstandenen neuen Wohngebiete im Süden, im Norden und im Osten ist in der Regel bedarfsgerecht ausgebaut. Allerdings sind besonders bei den östlichen Wohngebieten teilweise rückläufige Erschließungen festzustellen, da eine Straßenverbindung zwischen der Wunsiedler Straße und der Straße 'Hinter dem Kloster' noch fehlt.

1.2 Ruhender Verkehr

AUßERHALB DES SANIERUNGSGEBIETES

Im Stadtgebiet außerhalb des Sanierungsgebietes ist der sich aus der Nutzung der Grundstücke ergebende Stellplatzbedarf auf den jeweiligen Grundstücken nachgewiesen.

Jedoch erscheint die aktuelle Parkplatzsituation im Industrie- und Gewerbegebiet in Teilbereichen problematisch. Die großflächigen Einzelhandelseinrichtungen nördlich der Bayreuther Straße haben mit jeweils 50 bis 75 Stellplätzen ausreichend Parkraum, einzig der Parkplatz des Discounters NORMA ist mit ca. 35 Stellplätzen etwas beengt. Südlich der Bayreuther Straße befindet sich der Discounter NETTO, dessen Parkraum für Kunden ebenfalls ausreichend ist, jedoch ist die Anliefersituation etwas problematisch. Den meisten Parkraum (ca.120 Stellplätze) hat das KEM-Einkaufszentrum (mit REWE, Schlecker Drogeriemarkt, Stadtbäckerei Schaller, einem Schnäppchenmarkt, einer Spielothek / Bistrot). Die beiden großen Arbeitgeber Siemens und Ponnath, welche beide im Drei-Schicht-Betrieb und mit hohen Einpendlerraten arbeiten, hingegen haben – insbesondere bei Schichtwechsel – Parkplatzmangel. Durch eine stärkere Nutzung der Stellplätze am ca.



400 m entfernten städtischen Parkplatz „Festplatz“ könnte das teils verkehrswidrige Parken in der Röntgenstraße bei Siemens zwar eingeschränkt werden, jedoch wird diese Parkmöglichkeit von den Arbeitnehmern wenig angenommen. Ferner wird durch Vereinbarungen - mit der sich derzeit im Bau befindende Firma Hegele - der Parkraum zukünftig für Siemens-Beschäftigte verbessert.

Eine Anmietung von Parkraum bei den Einzelhandelseinrichtungen durch die Industriebetriebe wäre wünschenswert, wird aber in der Regel von den Handelsketten nicht akzeptiert.

Abb. 25 Parkplatz am KEM



Quelle: Foto B. Kadner

Abb. 26 Parkplatz neukauf



Quelle: Foto B. Kadner

Abb. 27 Werksparkplatz Ponnath



Quelle: Foto B. Kadner

Abb. 28 „Wildes“ Parken bei Firma Siemens



Quelle: Foto B. Kadner

IM STADTKERN

Der Stadtplatz (s. Abb. 29) bietet seit der Einführung eines verkehrsberuhigten Bereichs kostenlose Kurzzeitparkplätze (100 Stellplätze bis zu einer Stunde mit Parkscheibe), welche ein direktes Parken vor den Geschäften erlauben. Weitere knapp 300 kostenlose Parkplätze, viele davon Dauerparkplätze, finden sich in unmittelbarer Zentrumsnähe in den Bereichen Am Eisweiher und am alten Festplatz.

Für größere Veranstaltungen in der Altstadt (wie Bürgerfest, Jahrmärkte) stehen weitere Parkmöglichkeiten an der Mehrzweckhalle und am Hallenbad zur Verfügung. Insgesamt gibt es in Kemnath ca. 800 Parkplätze auf öffentlichem Grund (Auskunft Stadt Kemnath am 03.12.2003).

Abb. 29 Stadtplatz Kemnath



Quelle: Foto S. Rüppel

Nördlich an die Altstadt angrenzend stehen mit dem dort bereits vorhandenen Entlastungsparkplatz und mit den weiterhin am Eisweiher geplanten zusätzlichen Stellplätzen ausreichend Stellflächen für den ruhenden Verkehr zur Verfügung.

Südlich und östlich des Stadtkerns fehlen diese jedoch. Insbesondere im Süden der Altstadt sind Flächen wegen des hier liegenden Stadtweihers nicht vorhanden.

Im östlichen Bereich der Altstadt – vor allem im Bereich des Cammerloherplatzes (s. Abb. 30) und der südlichen Wunsiedler Straße und der nördlichen Erbdorfer Straße – stehen Stellplätze für den ruhenden Verkehr wegen der hohen baulichen Dichte und der engen Straßen- und Platzräume nur in sehr begrenzter Anzahl zur Verfügung.

Ein größerer, den östlichen Stadtplatz entlastender Parkplatz fehlt vollkommen. In der Folge sind wegen des fehlenden Stellplatzangebotes bereits Geschäftsverlagerungen aus diesem Bereich in bevorzugtere Lage erfolgt und in der Folge Leerstände zu verzeichnen.

Abb. 30 Stellplatzproblematik am Cammerloherplatz



Quelle: Foto RSP

1.3 Fußgänger / Radfahrer

Ein unabhängig von der Straße geführtes, vollständiges Rad- und Fußwegenetz ist bisher nur in Teilbereichen vorhanden.

Für ein schlüssig geführtes Rad- und Fußwegenetz fehlen folgende wichtige Verbindungsmöglichkeiten:

- Fußweg von der Schulstraße (Grabenkapelle) in Richtung Westen zum Friedhof,
- Fußweg von der Rotkreuzstraße in Richtung Osten mit Anbindung an den Stadtweiher,
- Fußwegeverbindung östlich des Stadtweihers in Richtung Altstadt über Mittelbach, Spitalgraben und Weihergraben sowie Fußwegeverbindung zur Fronfeste,
- Fußweg vom Seeleitenpark entlang des Mittelbaches über die Erbindorfer Straße zur Scheunenanlage Am Langen Steg,
- Fußweg von der Erbindorfer Straße in Richtung Norden, entlang des ehemaligen Klosters und weiter in Richtung Bürgermeister-Zettmeisl-Straße.

In manchen Bereichen des Stadtgebietes sind auch die straßenbegleitenden Gehsteige nicht ausreichend breit, so dass die Verkehrssicherheit der Fußgänger teilweise nicht gegeben ist.

Dies gilt besonders für die Gehsteige auf beiden Seiten der Wunsiedler Straße, in Teilbereichen der Werner- von- Siemens- Straße sowie für die gefährliche Engstelle zwischen den Gebäuden Cammerloherplatz 4 + 6, bei denen der Fußgänger gezwungen ist, teilweise auf die Fahrbahn auszuweichen.

Der Cammerloherplatz ist nahezu ausschließlich auf die Bedürfnisse des fließenden Verkehrs ausgelegt. Die Zwangsführung der Fußgänger über die beiden Übergänge am Cammerloherplatz, die zur Sicherheit der Fußgänger mit Lichtsignalanlagen gesichert sind, belegt dies. Der Platz ist für den Fußgänger wenig attraktiv gestaltet.

Von überregionaler Bedeutung für die Stadt Kemnath sind die beiden Fuß- und Radwege

- Haidenaab – Radwanderweg,
- Fichtelnaab – Radwanderweg

die jeweils westlich und östlich an das Stadtgebiet angrenzen.

Die oben genannten Fuß- und Radwege sind über örtliche Radwanderwege mit dem Stadtgebiet gut vernetzt. Lediglich entlang der B 22 fehlen teilweise noch schlüssige Verbindungen für einen durchgängigen Radwanderweg von West nach Ost.

1.4 ÖPNV

Die Erreichbarkeit der Stadt mit dem öffentlichen Personennahverkehr durch die Hauptlinien der Verkehrsgemeinschaft Tirschenreuth (VGT) und weitere Anbieter (siehe. Kap II 1. Tab. 1) ist - abgesehen von der relativ weit entfernten nächsten Bahnhaltestelle Kemnath – Neustadt (6 km vom Stadtkern entfernt) - ausreichend.

Problematisch sind allerdings die Taktfrequenzen der Buslinien und die teilweise sehr langen Fahrzeiten, wie z. B. in die Kreisstadt Tirschenreuth, die bei ungünstigen Verkehrszeiten bei einer Entfernung von ca. 40 km teilweise bis zu 3 ½ Stunden betragen können.

Innerhalb der Stadt jedoch wird durch die bestehenden Bushaltestellen und durch die Lage der zentralen Bushaltestelle am westlichen Altstadtrand an der Bürgermeister-Metschnabl-Anlage die Gesamtstadt und insbesondere auch die Altstadt gut an das Netz des ÖPNV angebunden.

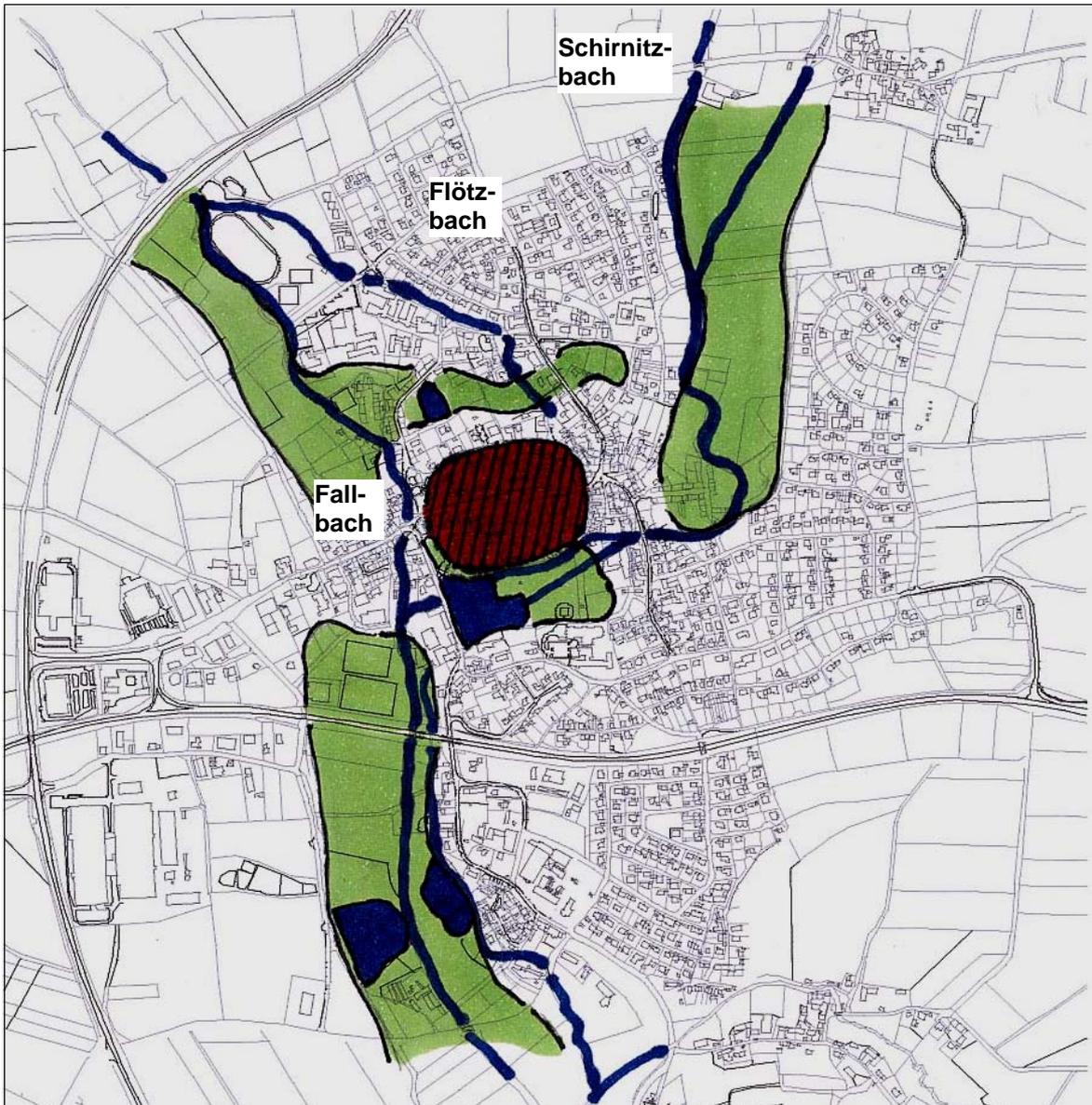


2. Grünordnung

ÜBERGEORDNETE GRÜNZÜGE

Stadtstruktur und Erscheinungsbild von Kemnath werden wesentlich geprägt durch den Grünzug entlang des Fallbaches, der vom Nordwesten aus kommend in Richtung Süden das Stadtgebiet durchzieht und durch den Grünzug entlang des Schirnitzbaches, der von Nordosten kommend in Richtung zum Fallbach verläuft.

Karte 6 Grünzüge



Quelle: eigene Darstellung RSP

Die weitgehend naturnah verbliebenen Uferbereiche dieser bachlaufbegleitenden Grünzüge weisen einen reichen Bestand an dichten Hecken und großkronigen Bäumen auf.

Grüngürtel um Altstadt

Während diese Grünzüge außerhalb des bebauten Stadtgebietes und in den Randbereichen als gliedernde Strukturelemente gut ablesbar sind, sind sie im Bereich um die Altstadt – also im Bereich der historischen Stadterweiterungen – nicht mehr oder nur noch schwer ablesbar.

So wird der Grünzug entlang des Schirnitzbaches östlich der Altstadt durch die Bebauung der Vorstadt um den Cammerloherplatz und durch die Stadterweiterung entlang der Erbendorfer Straße unterbrochen.

Auch der westlich der Altstadt verlaufende Grünzug entlang des Fallbaches wird durch die westliche Vorstadt beidseits der Bayreuther Straße unterbrochen.

Die Verknüpfung dieser Grünstrukturen zu einem städtebaulich wirksamen Grünzug um die Altstadt ist damit derzeit im Norden, Osten und Westen der Altstadt nur noch in Ansätzen erkennbar.

Im Süden des Stadtkerns ist dieses städtebauliche Prinzip im Bereich der Bürgermeister-Metschnabl-Anlage dagegen noch sehr gut ablesbar.

Abb. 31 Luftbild vom Stadtweiher / Bürgermeister-Metschnabl-Anlage



Quelle: Foto RSP

Die Bürgermeister-Metschnabl-Anlage besitzt in Verbindung mit dem Stadtweiher und der daran anschließenden parkähnlichen Grünanlage mit Kinderspielflächen und Ruhebänken eine wichtige Erholungsfunktion für die Stadtbewohner und steht als städtebaulich wichtiges Gegengewicht zur „steinernen“ Altstadt.

Ein weiteres wichtiges Element für die Grünstruktur der Stadt ist der Wasserlauf des Flötzbaches, der jedoch zwischen dem ehemaligen Betriebsgelände der Fa. Ponnath und dem Schirnitzbach teilweise verrohrt ist. Der ehemalige Verlauf kann deshalb leider nur noch in der Flurkarte nachvollzogen werden.

Zu den städtebaulichen Qualitäten gehören auch straßenraumbegleitende Bäume entlang der Badstraße, der Amberger Straße (vor allem im Bereich des Stadtweihers) und der Wunsiedler Straße.

Des Weiteren findet man noch im gesamten Stadtbereich markante Großbäume bzw. Baumreihen, die es zu erhalten gilt.

Abb. 32 Markante, stadtbildprägende Baumreihe im Bereich des ehem. Klosters



Quelle: Foto RSP

ORTSRÄNDER

Die Ortsränder sind teilweise nicht eindeutig definiert. So fehlen insbesondere bei den nördlichen und östlichen Siedlungsgebieten die bauliche oder grünordnerische Ausprägung und Ausgestaltung der Ortsränder.

3. Nutzung / Funktion

Das Stadtgebiet von Kemnath ist hinsichtlich der Nutzungen in Stadtkern / Altstadt, Gewerbegebiete und Wohngebiete klar gegliedert.

STADTKERN / ALTSTADT

Der Stadtkern mit der Altstadt ist im Flächennutzungsplan als gemischte Baufläche dargestellt. Die hier vorhandene Mischnutzung aus Wohnen, Einzelhandel, nicht störendem Gewerbe, Handwerk etc. entspricht dem Gebietscharakter eines Mischgebiets und damit den Darstellungen des Flächennutzungsplanes.

Dies gilt besonders für den Stadtplatz, der sich bis heute seine Funktion als Stadtmittelpunkt bewahren konnte. Hier befinden sich viele die Grundversorgung sicherstellende Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen sowie mehrere Gaststätten (Laden, bzw. gewerbliche Nutzung und Dienstleistung im Erdgeschoss, Wohnnutzung in den Obergeschossen).

Wegen der Lagegunst im Stadtkern stehen kaum Gebäude leer.

Auch in der restlichen Altstadt sind Leerstände nur in geringerem Umfang nämlich bei dem ehemaligen Weißbrauhaus (ältestes Brauhaus des Landkreises) in der Trautenbergstraße, dem ehemaligen Kino, den Gebäuden Trautenbergstraße Fl.-Nr. 84, Schmidtstraße 17 und einigen untergeordneten Gebäuden festzustellen.

Gravierende Nutzungskonflikte sind in der Altstadt – von gelegentlichen Störungen im Zusammenhang mit Anliefervorgängen abgesehen – nicht erkennbar. Allerdings wird die Anlieferung besonders der beiden in der Altstadt vorhandenen Einkaufsmärkte am Stadtplatz (Fa. Schlecker mit Anlieferung über Trautenbergstraße und ‚nah und gut‘ mit Anlieferung über Schmidtstraße) durch die engen Straßenräume im Stadtkern erschwert.

Weiterhin besitzen einige Gewerbebetriebe in der Altstadt wegen ihrer relativ beengten Lage keine Möglichkeiten für Betriebsvergrößerungen, dies gilt für die Schlosserei und die Gärtnerei in der Trautenbergstraße.

GEWERBEGEBIETE

Die gewerblichen Bauflächen konzentrieren sich im Westen der Stadt, hier haben sich die beiden größten Betriebe der Stadt, die Fa. Siemens (Unternehmensbereich Medical Solutions) und die Fa. Ponnath (Fleisch- und Wurstwarenproduzent) angesiedelt. Auch Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe sowie Einkaufsmärkte, Autohäuser und ein Baumarkt haben hier im Bereich der Bayreuther Straße ihren Standort.

Nicht zuletzt die Lage an der Umgehungsstraße St 2665 und der direkte Anschluss an die Bundesstraße B 22 begünstigten diese Entwicklung.

WOHNGBIETE

Dagegen sind die nördlichen, östlichen und westlichen Stadtgebiete nahezu ausschließlich als Wohngebiete ausgewiesen. Dabei fällt auf, dass vor allem im nördlichen und östli-



chen Stadtgebiet eine relativ große Zahl der nach den Bebauungsplänen ausgewiesenen Bauparzellen noch nicht bebaut ist.

Da kein Baugebot besteht, bleiben Grundstücke, die voll erschlossen sind - trotz weiterer Nachfrage nach Baugrundstücken - unbebaut. Diese Grundstücke stehen damit dem Grundstücksmarkt häufig nicht zur Verfügung, sodass die Stadt – um die Nachfrage nach Bauland zu befriedigen – gezwungen ist, weiteres Bauland mit entsprechendem Kostenaufwand zu erschließen.

BEREICHE UM DIE ALTSTADT

Innerhalb der o. a. klaren Nutzungsgliederung des Stadtgebietes fallen jedoch die Bereiche zwischen der Altstadt einerseits und den neueren Siedlungsbioten / Gewerbegebieten andererseits als Problembereiche auf.

So ist im Bereich östlich der Altstadt das Quartier um die südliche Wunsiedler Straße, den Cammerloherplatz, das ehem. Kloster, das Scheunenviertel ‚Am Langen Steg‘ und um die nördliche Erbindorfer Straße in seiner Entwicklung zurückgeblieben.

Hier ist im Vergleich zum übrigen Stadtgebiet ein wesentlich höherer Anteil an sanierungsbedürftigen Gebäuden festzustellen, teilweise stehen Gebäude leer bzw. sind nicht entsprechend ihrer Wertigkeit oder ihrer Lage im Stadtgebiet genutzt. Dies gilt z. B. für die Gebäude der Klosterbrauerei, des Scheunenviertels, und für die leerstehenden Gebäude in der südlichen Wunsiedler Straße im Umfeld des ehem. Betriebsgeländes der Fa. Ponath und im Bereich des Cammerloherplatzes.

Diese Entwicklung hängt wohl im wesentlichen u. a. mit der Lage des Quartiers am Rand der Altstadt, den hier fehlenden Stellplätzen und den beengten räumlichen Verhältnissen zusammen.

Darüber hinaus sind auch einige Standorte von Gewerbebetrieben bzw. Dienstleistungsbetrieben aus städtebaulicher bzw. verkehrstechnischer Sicht problematisch oder zumindest nicht optimal.

Dies gilt für

- den Betrieb (Kärcher Generalvertretung) in der Wunsiedler Straße, der von Wohnbebauung umgeben ist,
- das Autohaus südlich der B 22 wegen seiner ungünstigen Verkehrserschließung und
- die AOK-Geschäftsstelle, die zur Stärkung der Altstadt besser im Stadtkern untergebracht wäre.

Problematisch ist dabei auch die Lage der Käserei. Durch die Expansion in der 70er Jahren steht sie in Konflikt mit der direkt angrenzenden, kleinteiligen Wohnbebauung; Störungen des Wohnumfeldes durch die Käserei können damit nicht ausgeschlossen werden.



GEWERBEBRACHEN

Städtebaulich problematisch sind auch folgende große Gewerbebrachen mit ortsbildstörenden, z. T. eingefallenen und größtenteils leerstehenden Betriebsgebäuden, die teilweise an städtebaulich markanter Stelle liegen und damit besonders augenfällig sind:

- Gewerbekomplex an der Seeleite
- Bereich westlich der Amberger Straße (ehemalige Brauerei „Brauhaus Kemnath“)
- Betriebsgelände der Firma Ponnath an der Wunsiedler Straße
- Betriebsgebäude zwischen Amberger Straße und Alte Amberger Straße
- Ehemalige Gerberei an der Hammergrabenstraße

Abb. 33 Gewerbebrache nördlich der Seeleite (zur Zeit mit Fremdnutzung)



Quelle: Foto RSP

Abb. 34/35 Gewerbebrache westlich der Amberger Straße (ehemalige Brauerei „Brauhaus Kemnath“)



Quelle: Fotos RSP

Abb. 36 Gewerbebebrache westlich der Wunsiedler Straße (ehemaliges Betriebsgelände der Firma Ponnath)



Quelle: Fotos RSP

Abb. 37 Ehemalige Gerberei an der Hammergrabenstraße



Quelle: Fotos RSP

INFRASTRUKTURELLE EINRICHTUNGEN

Die Ausstattung Kemnaths mit infrastrukturellen Einrichtungen ist gut (vgl. auch Kap III 5.). So verfügt die Stadt über Mehrzweckhalle, Hallenbad, Schulkomplex im Nord-Westen mit Hauptschule, Staatliche Realschule und Förderschule sowie im Osten Seniorenwohn- und Pflegeheim.

Von großer Bedeutung für die Stadt Kemnath ist das im Süden der Altstadt liegende Krankenhaus der Stufe II mit verschiedensten Fachabteilungen.

4. Stadtgestalt

STADTGRUNDRISS

Der historische Stadtkern der Stadt Kemnath erstreckt sich über einen flachen Hügelsporn zwischen dem Flötzbach und dem Schirnitzbach. Der Schirnitzbach wurde dabei im Südwesten zu einem Stadtweiher aufgestaut.

Bis heute hat sich der mittelalterliche Grundriss der Altstadt, der auch unter Ensemblechutz steht, mit einem in Teilen noch gut erhaltenen doppelten Bering erhalten können.

Abb. 38 Luftaufnahme von Kemnath von 1982 (vor der „Stadtreparatur“ im Bereich des früheren Unteren Tores)



Quelle: Foto RSP

In Ost-West-Richtung verläuft der breite Straßenmarkt des Stadtplatzes, der im Osten durch die städtebauliche Dominante des Kirchturms (wichtiger Orientierungspunkt mit

Fernwirkung) und die noch vorhandene Tordurchfahrt stadträumlich eindeutig begrenzt wird.

Im Westen jedoch war der durch das frühere Untere Tor gebildete Platzabschluss nicht mehr vorhanden. Erst im Zusammenhang mit der Stadtsanierung und dem Neubau der Sparkasse konnte die frühere Torsituation architektonisch zitiert und der Stadtgrundriss „repariert“ werden. Gleichzeitig wurde die dortige Brachfläche neu genutzt. Damit erhielt der Altstadtkern den städtebaulich wichtigen westlichen Abschluss zurück.

Der Stadtplatz ergibt zusammen mit der parallel im Norden liegenden Brauhaus- und Schmidstraße und der im Süden liegenden Trautenbergstraße mit Rathausplatz und dem Stadtmauerbering einen städtebaulich prägnanten Stadtgrundriss mit schlüssiger Erschließungsstruktur.

Abb. 39 Wiederhergestellter westlicher Stadtplatzabschluss durch den Sparkasse Neubau am Primianusplatz



Quelle: Foto RSP

Vor den ehemaligen Stadttoren im Westen (Unteres Tor) und Osten (Oberes Tor) entwickelten sich die beiden Vorstädte mit den zentralen Plätzen Primianusplatz und Cammerloherplatz.

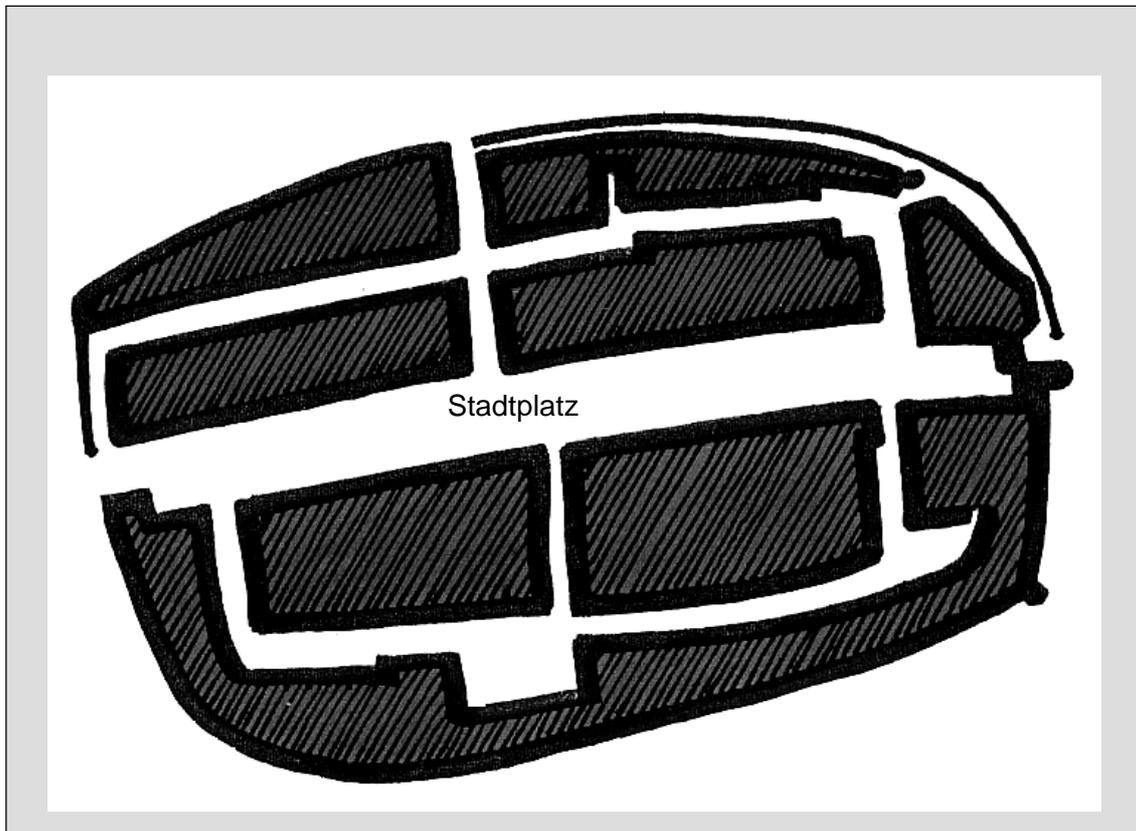
Außerhalb der Stadtmauer entstanden auch die im Osten und Nordwesten liegenden großen Scheunenanlagen, die zu den größten ihrer Art in der nördlichen Oberpfalz gehören.

Die markantesten sind die U-förmige Anlage in der Badstraße und die T-förmige Scheunenanlage Am Langen Steg, die auch in die Denkmalliste aufgenommen wurden. Weiterhin gibt es noch kleinere Anlagen in der Jahnstraße, Schulstraße und in der Erbindorfer Straße.

RAUMKANTEN

In der Altstadt werden die Straßen- und Gassenräume und die platzartigen Aufweitungen durch bauliche Raumkanten exakt definiert und räumlich gefasst.

Karte 7 Blockstruktur in der Altstadt



Quelle: Eigene Darstellung, RSP

Bis heute hat sich die Struktur der einzelnen Baublöcke im Altstadtbereich erhalten können. Vor allem die geschlossenen Häuserzeilen am Stadtplatz bilden sehr bestimmende Raumkanten.

Auch die in den rückwärtigen Bereichen des Stadtplatzes liegenden Gassenräume besitzen noch intakte Raumkanten, die im wesentlichen durch die Abfolge von geschlossenen Traufseitbauten geprägt werden.

Raumkanten fehlen lediglich entlang der westlichen Amberger Straße zwischen Primianusplatz und Anwesen Haus-Nr. 14. Dies gilt auch für die einzige fehlende Raumkante innerhalb der Altstadt zwischen Anwesen Poststraße 5 und Anwesen Trautenbergstraße 19.

Abb. 40/41 Geschlossene Häuserzeilen am Stadtplatz mit den städtebaulich wichtigen Abschlüssen im Westen (Sparkasse) und im Osten (Kirchturm)



Quelle: Fotos RSP

Abb. 42 Geschlossene Häuserzeile entlang der sanierten Trautenbergstraße



Quelle: Foto RSP

STRASSENRAUMGESTALTUNG / STADTBODEN

Auf der Grundlage einheitlicher Gestaltungskriterien wurde der gesamte Stadtboden im Altstadtbereich in den vergangenen 15 Jahren entsprechend der historischen Vorgaben mit ortstypischem Natursteinbelag neugestaltet.

Folgende Straßenraumgestaltungen und Freiflächen konnten im Rahmen der Stadtsanierung bis heute durchgeführt werden:

- Primianusplatz,
- Bürgermeister-Metschnabl-Anlage,
- Stadtplatz,
- Trautenbergstraße, Rathausplatz, Poststraße,
- Schmidtstraße, Brauhausstraße, Am Einlaß,
- Schulstraße.

Die außerhalb der Stadtmauer liegenden öffentlichen Flächen sind jedoch größtenteils noch nicht gestaltet.

Insbesondere der gesamte Platzbereich des Cammerloherplatzes, entspricht in seinem jetzigen Erscheinungsbild nicht seiner stadtgestalterischen Bedeutung für den Stadtkern.

Weiterhin weisen auch der Schützengraben, der Weihergraben sowie die Gassenräume der Friedrichstraße gestalterische Defizite auf.

Auch die Stadteinfahrten – hier vor allem die Bayreuther Straße und die Werner-von-Siemens-Straße – weisen gravierende gestalterische Defizite auf. Die Straßenräume sind nicht eindeutig definiert, die Stellung der hier aufgereihten Gebäude erscheint eher zufällig, ein städtebauliches Ordnungsprinzip ist nicht erkennbar.

Die Einfahrtsstraßen, die den ersten prägenden Eindruck von Kemnath vermitteln, erscheinen eher beliebig gestaltet, der Bezug zur Eigenart des Ortes fehlt.

ENSEMBLEBEREICH / DENKMALGESCHÜTZTE GEBÄUDE

Wegen des klar definierten historischen Stadtgrundrisses, mit seinen einheitlich gestalteten Straßen- und Platzräumen und ortsbildprägenden Gebäuden mit städtebaulichdenkmalpflegerischen Qualitäten, stehen folgende Bereiche unter Ensembleschutz nach dem Bayerischen Denkmalschutzgesetz:

- **Ensemble Altstadt Kemnath** (Umgrenzung: Verlauf der ehemaligen äußeren Stadtmauer parallel zum Schützengraben und Weihergraben, ohne Stadtplatz 2 und 3).
- **Ensemble Cammerloherplatz** (Umgrenzung: Cammerloherplatz 1-12, Erbdorfer Straße 1, 2, 3, 5, Schützengraben 2, Wunsiedler Straße 2, 4, Friedrichstraße 1, Klosterhofstraße 1, 2).



Die Stadt Kemnath wird aber auch darüber hinaus noch durch folgende Baudenkmäler geprägt (nachrichtlich aus der Denkmalliste übernommen):

Amberger Straße. Steingussfigur des hl. Johannes von Nepomuk, bez. 1925; an der Stadtweiherbrücke.

Am Einlaß. Reste der Zwingermauer, im Kern 2. Hälfte 14. Jh.

Am langen Steg. Scheunenanlage

Badstraße. Scheunenanlage

Bayreuther Straße 3. Wohnhaus, traufseitiger Hausteinbau, Dachziegel bez. 1798.

Bayreuther Straße 20. Kath. Friedhofskirche St. Maria Magdalena, nachgotischer Saalbau, bez. 1604/1606. – Ummauerter Friedhof, 1558 angelegt, später verändert; historische Grabsteine.

Brauhaustraße 9. Ehem. Kommunbrauhaus, großer traufständiger Satteldachbau mit gerahmten Stichbogenöffnungen, Eckrustizierung und Wappenstein der Stadt von 1574, im Inneren gewölbte Halle mit hohen Pfeilern, 1850-52 neu erbaut.

Bürgermeister-Metschnabl-Anlage. Denkmal für die Gefallenen des Deutsch-Französischen Krieges von 1870/71, Obelisk auf dreieckigem Grundriß.

Cammerloherplatz. Figur hl. Johannes von Nepomuk, 18. Jh.; an der Brücke über den Stadtgraben.

Cammerloherplatz 2. Ehem. Fleischbank, erdgeschossiger Werksteinbau mit drei Eingängen und Lagenfenstern, wohl um 1858.

Cammerloherplatz 7. Türrahmung, Schlussstein bez. 1810.

Cammerloherplatz 11. Wohnhaus, Hausteinbau mit Walmdach, Türsturz bez. 1813.

Cammerloherplatz 12. Ehem. Gasthaus und Posthaltere, Eckhaus mit Halbwalmdach und Tordurchfahrt, 1811.

Friedrichstraße 1. Wohnhaus, Giebelbau mit erneuerter Putzgliederung, bez. 1777; siehe auch Ensemble Cammerloherplatz.

Kalvarienberg. Kath. Kalvarienbergkirche zum Gekreuzigten Heiland, Saalbau von 1736/37, 1833 Fenster und Portal erneuert.

Klosterhofstraße 1. Ehem. Franziskanerklosterkirche, turmloser spätbarocker Saalbau, nach Brand von 1758, 1802 säkularisiert; östlich an die Kirche anschließend vierflügeliger Klosterhof, südlich unregelmäßiger vierflügeliger Klosterhof, im Kern 17. Jh.; im Norden Klostergartenmauer, zum Teil 17. Jh.

Primianusplatz. Säulenbildstock mit Figur des hl. Primianus, bez. 1695.

Rathausplatz. Gußeisener Brunnen mit quadratischem Becken und Pfeiler, neugotisch, 1882.

Rathausplatz 1. Altes Rathaus, dreifach abgewinkelter Walmdachbau, um 1855 erbaut, von 1898-1978 Rathaus.

Schmidtstraße 15. Wohnhaus, Traufseitbau, in nachbarocken Bauformen, bez. 1839.

Schmidtstraße 17. Ehem. Kommunbrauhaus, Satteldachbau mit Gewölbeanlagen, 1839.

Schmidtstraße 19. Wohnhaus, ehem. Schulhaus, dreigeschossiger Traufseitbau, im Kern 16./17. Jh., das erste Obergeschoß mit Fensterrahmungen in klassizistischen Formen, bez. 1839.

Schmidtstraße 21. Zugehöriges Nebengebäude des ehem. Pfarrhofes, dreigeschossiger Traufseitbau, im Kern 16. Jh., aufgestockt Ende 17. Jh., mit Turm der Stadtmauer, im Kern 2. Hälfte 14. Jh.

Schmidtstraße. Reste der Stadt- und Zwingermauer mit erneuertem kleinen Rundbau, 14. Jh.; hinter Schmidtstraße 21/23.

Schützengraben. Ehem. Kapelle der Schmerzhaften Muttergottes, sog. Grabenkapelle, Saalbau, im Kern 18. Jh., 1804 profaniert; Epitaph, bez. 1716.

Stadtplatz. Kath. Pfarrkirche Mariä Himmelfahrt, dreischiffige spätgotische Hallenkirche, bez. 1448, Westempore bez. 1506; mit Ausstattung; südlich quadratischer, 1848-54 erneuerter Turm, zugleich Stadtturm mit Tordurchfahrt. – Zugehörige Teile der Stadt- und Zwingermauer, im Kern 2. Hälfte 14. Jh.



- Stadtplatz.** Oberer Brunnen, in nachbarocken Formen, 1840; vor Stadtplatz 39.
- Stadtplatz.** Unterer Brunnen, in neugotischen Formen, 1850.
- Stadtplatz.** Säulenbildstock mit Figur des hl. Sebastian, bez. 1714.
- Stadtplatz 3.** Zugehöriges Reststück der Zwingermauer, im Kern 2. Hälfte 14. Jh.
- Stadtplatz 24 / 26.** Gasthof „Zur Goldenen Krone“ und „Weißes Roß“, dreigeschossig, im Kern wohl 16./17. Jh., nach 1849 erneuert, im frühen 20. Jh. Aufgestockt; zwei Wirtshausschilder, 18./19. Jh.
- Stadtplatz 27.** Amtsgericht, ehem. Rathaus, dreigeschossiger Bau mit Hausteingliederung, im Rundbogenstil, 1857/58.
- Stadtplatz 30.** Eckhaus, Walmdachbau mit barocken Bauformen, 18. Jh.
- Stadtplatz 36.** Bürgerhaus, mit Treppengiebel, im Kern 16. Jh.
- Stadtplatz 37.** Wohnhaus, giebelständiger Satteldachbau, im Kern 17. Jh.
- Stadtplatz 38.** Rathaus; siehe Stadtplatz 40.
- Stadtplatz 39.** Holzfigur hl. Primianus, 17./18. Jh.
- Stadtplatz 40.** Polizeiamt, ehem. kurfürstliches Kastenamt, in Renaissanceformen, innen bez. 1573 und 1625, außen bez. 1582, mit neuem Volutengiebel 1903 umgebaut; Dreiflügelanlage zusammen mit Stadtplatz 38, Rathaus, ehem. Bezirksamtsgebäude, 1823 erbaut, um 1900 überformt.
- Stadtplatz 52.** Torhaus mit Halbhaus und Treppengiebeln, Turm der mittelalterlichen Stadtmauer integriert, 1851, im Kern wohl 16. Jh.
- Trautenbergstraße 4.** Zugehöriges Reststück der Zwingermauer, im Kern 2. Hälfte 14. Jh.
- Trautenbergstraße 6.** Wohnhaus, in barocken Bauformen, mit Walmdach, 18. Jh.
- Trautenbergstraße 8 und 10.** Weißbrauhaus, mächtiger Giebelbau mit Aufzugsöffnungen, bez. 1677.
- Trautenbergstraße 24.** Ehem. Spital, Massivbau mit Sandsteinportal und Stichbogengewänden, 1858, im Kern 1688; zugehörige Reststücke der Stadt- und Zwingermauer, 2. Hälfte 14. Jh.
- Trautenbergstraße 30.** Zugehöriges Reststück der Stadtmauer, im Kern 2. Hälfte 14. Jh. (ohne Abb.). Siehe Befestigung.
- Trautenbergstraße 34.** zugehöriges Reststück der Stadtmauer mit eingebautem Rundturm der inneren Mauer, im Kern 2. Hälfte 14. Jh.
- Trautenbergstraße 36.** Alte Fronveste, dreigeschossiger Putzbau mit Hausteingewänden, Eckquadern und hohem Walmdach, 17. Jh., teilweise über Stadtmauer aus der 2. Hälfte 14. Jh.; Zwingermauer mit Turm, im Kern 2. Hälfte 14. Jh.; Torbogen, 18. Jh.
- Weihergaben 9.** Runder Wehrturm, im Kern 2. Hälfte 14. Jh., in Wohnbau einbezogen.
- Weihergaben 25.** Runder Wehrturm mit Zungenstücken der Stadtmauer, im Kern 2. Hälfte 14. Jh.
- Wunsiedler Straße.** Dreifaltigkeitssäule, bez. 1732, Neuaufstellung 1983.
- Wunsiedler Straße 4.** Wohnhaus, traufseitiger Hausteinbau, 1811.
- Wunsiedler Straße 15.** Forstamt, Werksteinbau mit Walmdach, 1859.
- Wunsiedler Straße.** Zwei weitverzweigte Felsenkelleranlagen, 18./19. Jh.; an der Abzweigung nach Eisersdorf.

ZUSTAND DER GEBÄUDE

Wohn- bzw. Aufenthaltsqualität aber auch das Stadtbild werden wesentlich durch den Zustand der Gebäude bestimmt.

Die meisten Haupt- und Nebengebäude im Sanierungsgebiet sind in der Regel in baulich gutem Zustand.



Bei einigen Gebäuden im Altstadtbereich ist jedoch wegen fehlender Nutzung bzw. unterbliebener Bauunterhaltung dringender baulicher Nachholbedarf festzustellen.

Nachfolgend sind die wichtigsten sanierungsbedürftigen Gebäude im Stadtgebiet aufgelistet:

- Ehemaliges Weißbrauhaus, Trautenbergstraße 8/10
- Nebengebäude, Trautenbergstraße Fl.-Nr. 84
- Wohnhaus, Trautenbergstraße 16
- Wohnhaus, Trautenbergstraße 9
- Wohnhaus, Cammerloherplatz 5
- Wohnhaus, Poststraße 3
- Wohnhaus, Schmidtstraße 15
- Ehemaliges Kommunbrauhaus, Schmidtstraße 17
- Wohnhaus, Am Einlaß 4
- Nebengebäude, Am Einlaß Fl.-Nr. 54
- Wohnhaus, Brauhausstraße 8/10
- Wohnhaus, Stadtplatz 3
- Wohn- und Geschäftsgebäude, Cammerloherplatz 4, 5, 9 und 11
- Wohn- und Geschäftsgebäude, Stadtplatz 3

Dagegen sind die Gebäude außerhalb des Sanierungsgebietes mit Ausnahme der o. a. leerstehenden Gebäude der Gewerbebrachen in der Regel in gutem Zustand.



IV. EINSCHÄTZUNGEN DER BEVÖLKERUNG ZUR SITUATION IN KEMNATH



Da ein kommunales Entwicklungskonzept immer den Menschen, die Bürger einer Gemeinde und ihre Interessen in den Mittelpunkt der Ausführungen stellen soll, wird nachfolgend auf deren Meinungen und Bewertungen eingegangen. Mittels einer **Bevölkerungsbefragung** wurden dazu die Einwohner von Kemnath frühzeitig in die **Erstellung des kommunalen Entwicklungskonzeptes einbezogen**. Die befragten Bürger, die mittels einer Zufallsstichprobe ausgewählt wurden, sollten sich dabei zu den Bereichen Wohnen, Freizeit, Versorgen, Mobilität, Verkehr und Kommunalpolitik äußern. Des Weiteren wurden die Stärken und Schwächen der Stadt Kemnath abgefragt und die Bevölkerung hatte die Möglichkeit Verbesserungsvorschläge zur Attraktivitätssteigerung der Stadt Kemnath zu machen. Darüber hinaus wurden die Bürger zur Einzelhandelssituation in Kemnath und zu ihrer Einkaufsorientierung befragt. Dieser Abschnitt wird allerdings gesondert in Kapitel V, das sich mit der aktuellen Situation des Einzelhandels in Kemnath befasst, behandelt.

1. Methodisches Vorgehen und Aussagekraft der Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung

Als **Grundgesamtheit** für die Bevölkerungsbefragung wurden alle Einwohner mit Hauptwohnsitz in Kemnath und einem Alter von mindestens 14 Jahren festgelegt. Diese Abgrenzung wurde mit der Überlegung getroffen, ein möglichst breites Spektrum der Einwohner Kemnaths abzudecken und eine größtmögliche auskunftsfähige Basis zu erhalten. Insgesamt zählten somit rund **4.400 Personen** zu den potentiell zu befragenden Einwohnern, die aber aus Kosten- und Zeitgründen nicht als komplette Grundgesamtheit befragt werden konnten. Anstelle einer Vollerhebung erfolgte deshalb eine Teilerhebung, eine Stichprobe, entnommen aus den Daten des Einwohnermeldeamtes, als verkleinertes Abbild der Grundgesamtheit gezogen, um daraus Rückschlüsse auf diese ziehen zu können. Die Datenerhebung erfolgte mittels einer schriftlichen Befragung, deren **Stichprobenumfang 1.100 Personen** umfasste. Die Auswahl der zu der Stichprobe gehörigen Personen erfolgte über eine einfache Zufallsauswahl, wobei die Wahrscheinlichkeit, in die Stichprobe zu gelangen, für jedes Element der Grundgesamtheit bei $p=0,25$ ($1.100/4.400$) lag, d.h. jede vierte Person wurde angeschrieben.

Mitte November 2003 wurde allen zur Stichprobe gehörigen Personen ein **teilstandardisierter Fragebogen** mit Anschreiben und Rückumschlag zugesandt, mit der Bitte, diesen innerhalb von knapp zwei Wochen auszufüllen und ihn entweder in den von der Stadt Kemnath bereitgestellten Behältern in den beiden Kreditinstituten und im Rathaus von Kemnath einzuwerfen oder ihn an die RRV-Forschungsstelle an der Universität Bayreuth zurückzuschicken. Ebenso wie in der Befragung des Einzelhandels wurden begleitend zur Bevölkerungsbefragung Artikel in der **regionalen Presse** geschaltet, um das Interesse der Einwohner zu wecken und die Wichtigkeit der Teilnahme eines jeden ausgewählten Bürgers zu unterstreichen.



Der **Rücklauf** lag bei 396 Fragebögen, was einer Quote von **36 Prozent** entspricht, dies ist im Vergleich zu ähnlichen Umfragen als ein sehr gutes Ergebnis zu bewerten. Der Vergleich des Rücklaufes mit der Grundgesamtheit (siehe Tab. 10) zeigt, dass die Personen über 50 Jahre sich etwas stärker an der Befragung beteiligten, insgesamt stimmen die Rücklaufquoten mit den Anteilen der Altersgruppen in der Gesamtbevölkerung aber recht gut überein. Des Weiteren zeigt sich, dass die Frauen leicht über- und die Männer leicht unterrepräsentiert sind. Ältere Menschen und Frauen sind häufiger stärker an der Entwicklung in ihrer Heimatgemeinde interessiert bzw. nehmen sich für Befragungen eher die Zeit. Insgesamt sind die abweichenden Werte jedoch so minimal, so dass die **Befragung** durchaus als weitgehend **repräsentativ** zu betrachten ist.

Tab. 10 Vergleich Grundgesamtheit und Rücklauf bei der Bevölkerungsbefragung 2003

Bevölkerungsstruktur	Einwohner mit mind. 14 Jahren	
	Anteil (%) Grundgesamtheit*	Anteil (%) Rücklauf
Geschlecht		
Männlich	49	43
Weiblich	51	57
Gesamt	100	100
Altersgruppen		
15 bis 24 Jahre	16	13
25 bis 49 Jahre	45	41
50 bis 64 Jahre	19	24
65 Jahre und älter	20	21
Keine Angabe		1
Gesamt	100	100

Quelle: Eigene Erhebung, Bayreuth 2003, *Zahlen Gemeindedaten 2001

2. Sozialstatistische Angaben

Die erhobenen sozialstatistischen Angaben zur Person hinsichtlich von Geschlecht und Aufteilung nach Altersgruppen erfolgte aus thematischen Gründen bereits in Punkt 1 (siehe Tab. 10). Des Weiteren sind die Angaben zur **Erwerbstätigkeit der Befragten** von Interesse. Im Rahmen der Auswertung stellte sich heraus, dass 52 Prozent der 396 Befragten erwerbstätig sind. Der Großteil dieser sind in einem Angestelltenverhältnis tätig (26 Prozent), 15 Prozent sind Arbeiter. Weitere 7 Prozent sind verbeamtet und 4 Prozent selbstständig. Die 46 Prozent, die angaben, keiner Beschäftigung nachzugehen, setzten sich zusammen aus 99 Rentnern (25 Prozent), 44 Hausfrauen bzw. -männern (11 Prozent) und 30 Schülern/Studenten/Azubis (8 Prozent). Weitere 2 Prozent der Befragten gaben an, zur Zeit arbeitslos zu sein. Weitere 2 Prozent machten hierzu keine Angaben.

Unterschieden nach dem **Arbeitsort der erwerbstätigen Befragten** (n=215), gehen 41 Prozent ihrer Arbeit in Kemnath nach und 38 Prozent außerhalb von Kemnath. 21 Prozent machten hierzu keine Angaben. In Bayreuth arbeiten 11 Prozent der Auspendler, in Wei-



den weitere 6 Prozent, in Speichersdorf 5 Prozent und in anderen Orten 16 Prozent. Diese Angaben sind im Hinblick auf Einkaufsorientierung von Interesse, da häufig am Arbeitsort eingekauft wird. Zwar liegt der Auspendleranteil in der Stichprobe unter dem der sozialversicherungspflichtigen Arbeitnehmer mit Wohnort Kemnath, jedoch sind auch in der Grundgesamtheit die Hauptzielorte Bayreuth und Weiden (s. Kap. II 7.5).

In Bezug auf den **Familienstand** lebten 73 Prozent in einer Partnerschaft, 26 Prozent alleine, ein für ländliche Räume im Gegensatz etwa zu Großstädten charakteristisches Bild. Dieses zeichnet sich auch in der **Haushaltsgröße** und der Zahl der in den Haushalten lebenden Kindern wieder. In knapp einem Viertel der Haushalte leben vier Personen und in weiteren 12 Prozent fünf oder mehr Personen. In über der Hälfte der Haushalte leben aber auch keine Kinder unter 18 Jahre. Als Kleinfamilie mit ein oder zwei Kindern sind knapp 36 Prozent der Haushalte der befragten Personen zu bezeichnen.

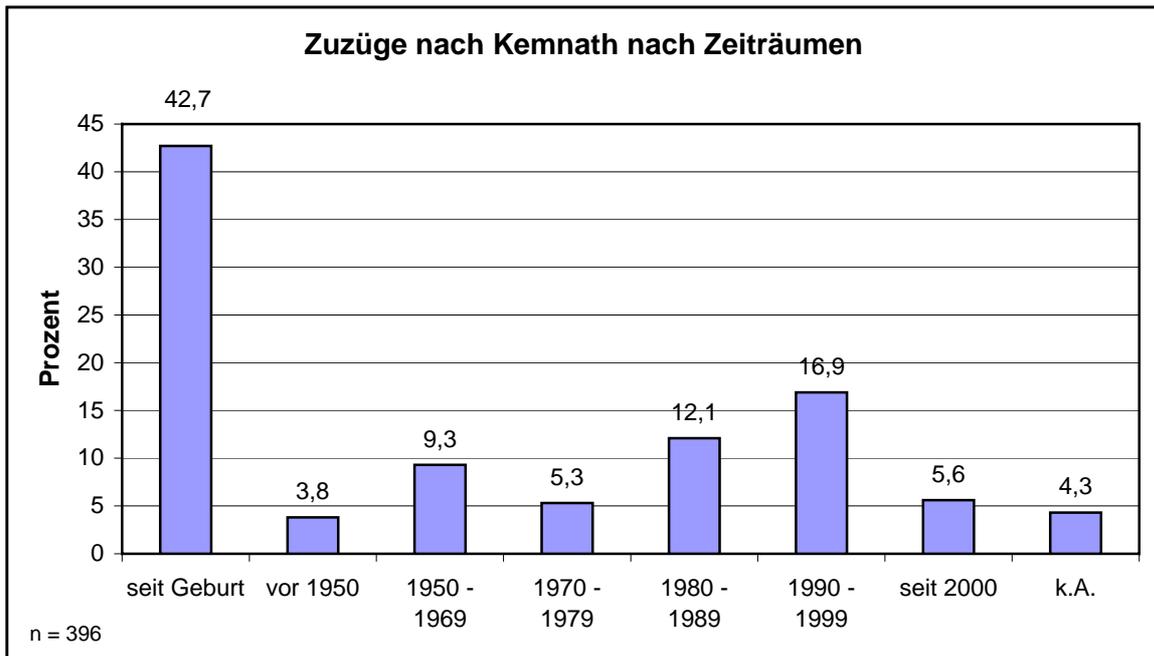
Es wurden 243 (61 Prozent) in der Kernstadt Kemnath und 149 (38 Prozent) in den Ortsteilen wohnende Bürger befragt. Dies entspricht auch dem **Verhältnis** der Gesamtbevölkerung **in der Kernstadt und den Ortsteilen**, also auch hier ein Hinweis auf die Repräsentativität der Ergebnisse. Vor allem aus den großen Ortsteilen Waldeck (30 Fragebögen) und Löschwitz (22 Fragebögen) kamen viele Fragebögen zurück. Aber auch die Ortsteile Kötzersdorf (9 Fragebögen), Oberndorf und Schönreuth (jeweils 8 Fragebögen) sind noch gut vertreten.

3. Wohnsituation

Bei der Analyse der Wohnsituation sind insbesondere die Angaben der „Zugezogenen“ von Bedeutung, da sich diese Personen ganz bewusst und aus bestimmten Beweggründen für Kemnath entschieden haben. Hieraus lassen sich Rückschlüsse über Kemnath als Wohnstandort ziehen. Insgesamt gesehen sind beinahe die Hälfte der Befragten (47 Prozent) schon vor 1950 nach Kemnath gezogen bzw. wohnt schon seit ihrer Geburt in der Stadt. Bei der anderen Hälfte der Befragten, welche in den vergangenen fünf Jahrzehnten nach Kemnath gezogen ist, lässt sich ein deutlicher Anstieg der **Zuzüge in neuerer Zeit** beobachten. Dieser Trend setzt sich auch aktuell fort. So wohnen 5,6 Prozent der Befragten erst seit dem Jahr 2000 in Kemnath (vgl. Abb. 43), mithin ein Hinweis für die Attraktivität der Stadt.

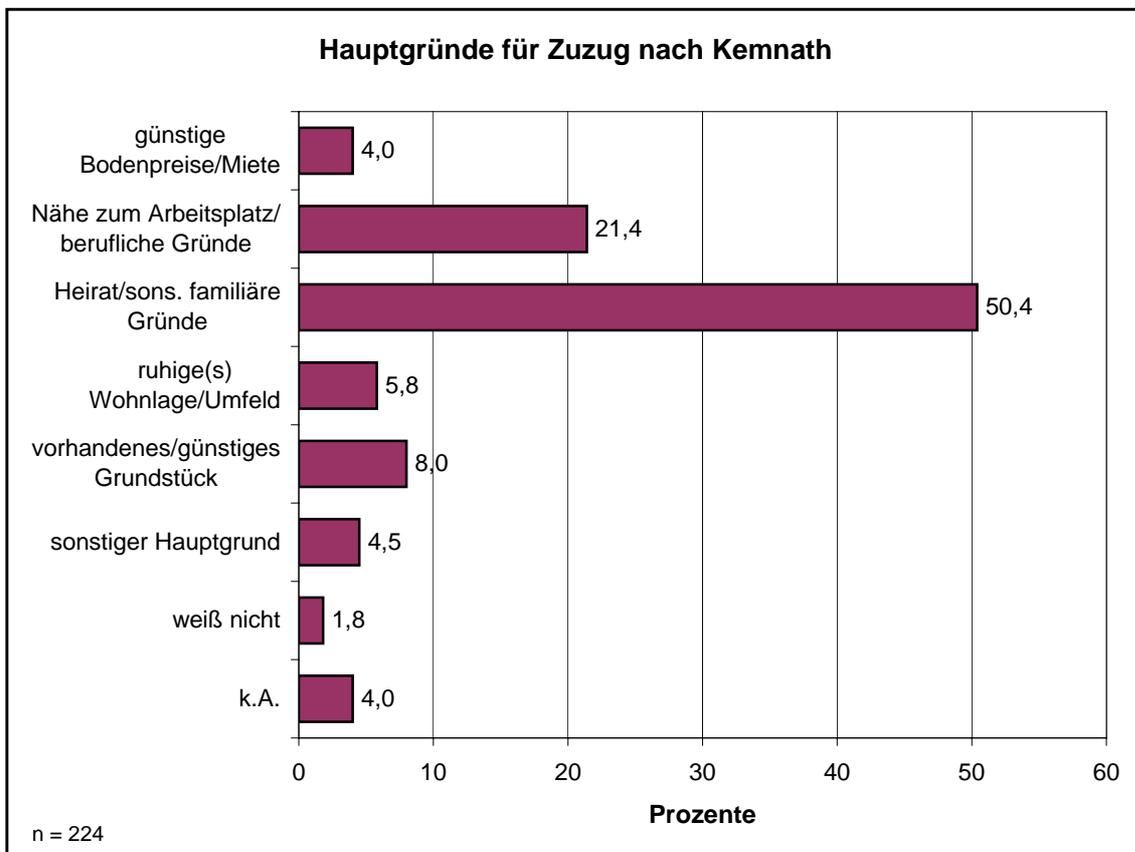
Die anschließende Frage nach dem **Hauptgrund für den Zuzug** nach Kemnath war nur von dem Personenkreis zu beantworten, der zugezogen ist (n=224). Die Entscheidung in Kemnath zu wohnen, fällten die Hälfte dieser Befragten aus **familiären Gründen**. Die Nähe zum Arbeitsplatz spielte für knapp ein Viertel der Befragten eine wichtige Rolle. Ein vorhandenes Grundstück stellte für 8 Prozent der befragten Zugezogenen den Hauptgrund für Kemnath als Wohnstandort dar. Schließlich gaben noch 5,7 Prozent das ruhige Umfeld bzw. die Lage und 4 Prozent die günstigen Bodenpreise bzw. Mieten an (vgl. Abb. 44). Als wichtigste Vorzüge Kemnaths im Bereich Wohnen, die nicht im privaten Umfeld potentiell Zuziehender liegen (z.B. Heirat, Arbeitsplatz), sind somit die vergleichsweise niedrigen **Bodenpreise** und eine **ruhige Wohnlage bzw. ein ruhiges Wohnumfeld** zu nennen.

Abb. 43 Zeitpunkt des Zuzugs nach Kemnath 2003



Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

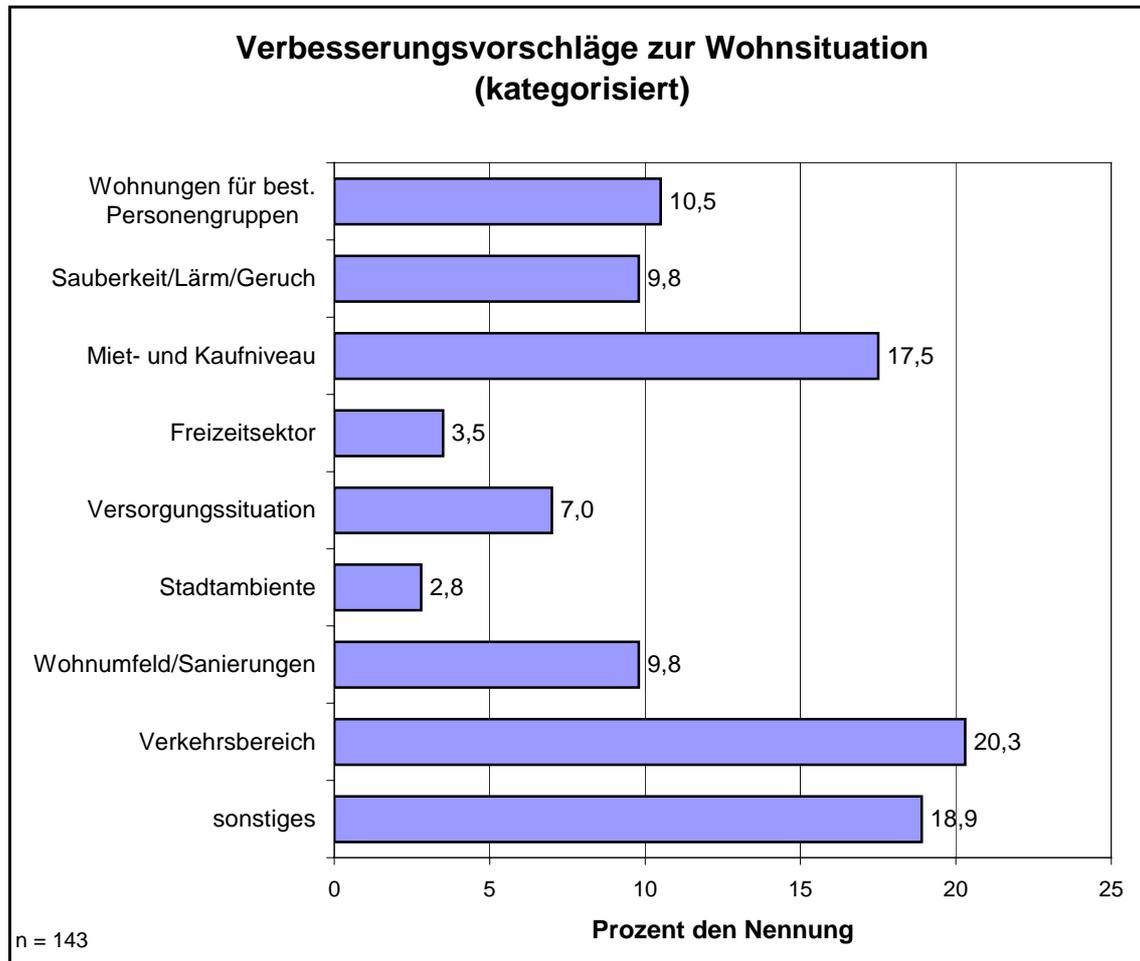
Abb. 44 Grund für den Zuzug nach Kemnath aus der Sicht 2003



Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

Ein deutliches Indiz für die Qualität Kemnaths als Wohngemeinde ist, dass nur 30 Prozent der Befragten **Verbesserungsvorschläge zur Wohnsituation** machten, dies entspricht 116 Personen (siehe Abb. 45). Insgesamt wurden 143 Vorschläge genannt, in erster Linie Anregungen zur **Verkehrssituation** in Kemnath, speziell in den Wohngebieten und in der Altstadt. Der größte Teil dieser Gruppe sprach sich für mehr Tempo 30-Zonen aus.

Abb. 45 Vorschläge zur Verbesserung der Wohnsituation in Kemnath 2003



Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

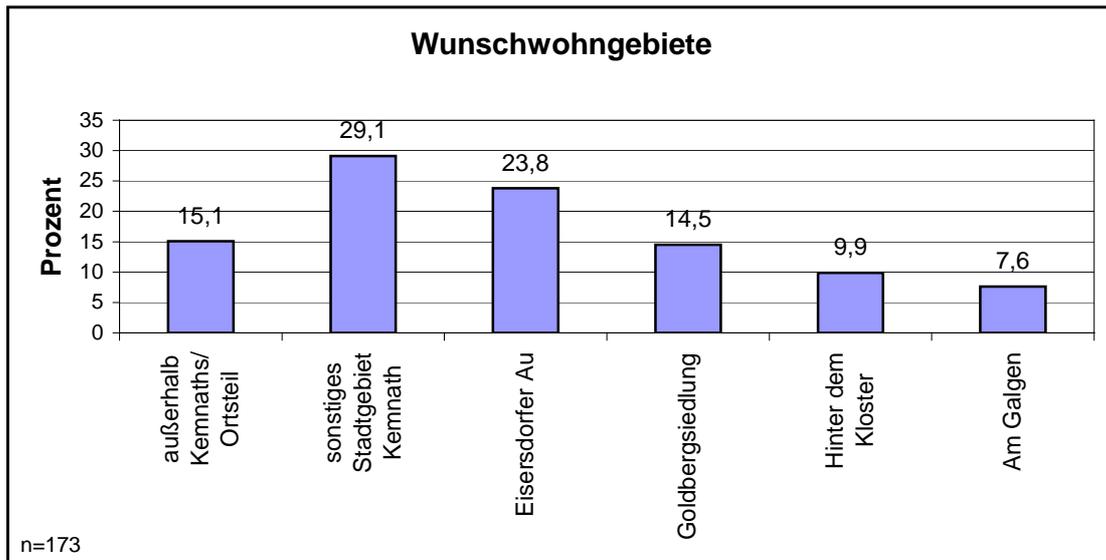
Direkt zum Thema Wohnen äußerte sich ein großer Teil (18 Prozent) bzgl. des Niveaus der Miethöhe bzw. des Preis für Immobilien, welches sie für zu hoch halten. Weitere rund 10 Prozent der befragten Personen, die Vorschläge machten, finden, dass mehr Wohnungen für bestimmte Personengruppen zur Verfügung gestellt werden müssten. Hierbei wurden besonders häufig (günstigere) Wohnungen für Großfamilien (4-5 Zimmer) oder altengerechte Wohnungen angesprochen. Im jeweiligen Wohnumfeld wurden Wünsche nach Aufwertungen wie bessere Straßenbeleuchtungen bzw. weitere Sanierungsmaßnahmen in einzelnen Straßenzügen sowie Verbesserungen bzgl. der Sauberkeit, dem Lärmschutz oder der Geruchsbelastung durch die Kläranlage von jeweils 10 Prozent angesprochen.

Weitere Vorschläge bezogen sich auf Bereiche, die bei den nachfolgenden Themenkomplexen noch detaillierter beleuchtet werden, wie eine Verbesserung der **Versorgungssituation** (Einkauf bzw. Dienstleistung) oder Verbesserung im Bereich des **Freizeitsektors** (Vereine, Sportinfrastruktur). Schließlich sprachen einige eine Verschönerung des allgemeinen Stadtambientes an. Unter sonstigen Verbesserungsvorschlägen zum Thema Wohnen in Kemnath (etwa 19 Prozent) fallen jahreszeitspezifische Äußerungen wie „besserer Winterdienst“ sowie spezielle Wünsche, die sich aus der Familiensituation ergeben (Spielplätze, Kinderbetreuung oder Bildungseinrichtungen) oder bzgl. Änderungen bei Bauauflagen in bestimmten Wohngebieten o.ä..

Die Attraktivität der Stadt Kemnath als Wohnstandort drücken auch die **geringen Wegzugsabsichten** aus. Beinahe 81 Prozent des befragten Personenkreises hegen keine Wegzugsabsichten innerhalb der nächsten 2 Jahre, 11 Prozent können dies noch nicht absehen und schließlich 6 Prozent planen einen Umzug weg von Kemnath. Diese 6 Prozent der befragten Personen, welche Wegzugsabsichten hegten, gaben vorrangig berufliche Gründe oder ein bevorstehendes Studium als Grund für die Umzugsabsichten an. Dies bedingt auch die **altersspezifischen Unterschiede bei den Wegzugsabsichten**. Der Anteil der Personen, der Umzugsabsichten hegt, ist in der Gruppe der 18 bis 24-Jährigen mit beinahe einem Drittel (12 von 35 Befragten) am größten. In den übrigen Altersgruppen liegt der Anteil derjenigen Personen mit Wegzugsabsichten sehr gering (je um ein Prozent).

Bevorzugte Wohnstandorte innerhalb Kemnaths und die **Attraktivität der Altstadt** nach den erfolgten Sanierungen sollte die Frage nach dem Wunschwohngebiet, unabhängig von ihrem tatsächlichen Wohnort in Kemnath, beleuchten. Über die Hälfte der Befragten (53 Prozent) gab an, außerhalb der Altstadt wohnen zu wollen. Auch im Bereich der **bevorzugten Wunschwohngebiete** sind **altersgruppenspezifische Unterschiede** zu beobachten. So würden beispielsweise beinahe zwei Drittel der Befragten zwischen 18 und 24 Jahren (63 Prozent) gerne außerhalb der Altstadt wohnen, wohingegen dies nur knapp über ein Drittel (34 Prozent) der über 65-Jährigen angegeben hat. Demzufolge ist die Altstadt bei der Gruppe der über 65-Jährigen beliebter, 25 Prozent gaben diese als Wunschwohngebiet an, als bei der Gruppe der 18 bis 24-Jährigen. Bei **genauerer Betrachtung der Wunschwohngebiete** der Befragten (Abb. 46) ist festzustellen, dass sich die Wohngebiete „Eisersdorfer Au“ mit 24 Prozent, gefolgt von der „Goldbergsiedlung“ (15 Prozent), dem Gebiet „Hinter dem Kloster“ (10 Prozent) und schließlich dem Wohngebiet „Am Galgen“ der größten Beliebtheit erfreuen. Diese Wohngebiete wurden am häufigsten explizit genannt bzw. Straßenzüge innerhalb oder im Umfeld ließen sich hierzu zuordnen. Weitere Nennungen (29 Prozent) verteilten sich auf das gesamte sonstige Stadtgebiet bzw. waren eher ungenau (im Norden, am Stadtrand, o.ä.). Ferner gaben 15 Prozent der Befragten an, gerne außerhalb der Kernstadt Kemnaths zu wohnen.

Abb. 46 Wunschwohngebiete der Kemnather Bevölkerung 2003



Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

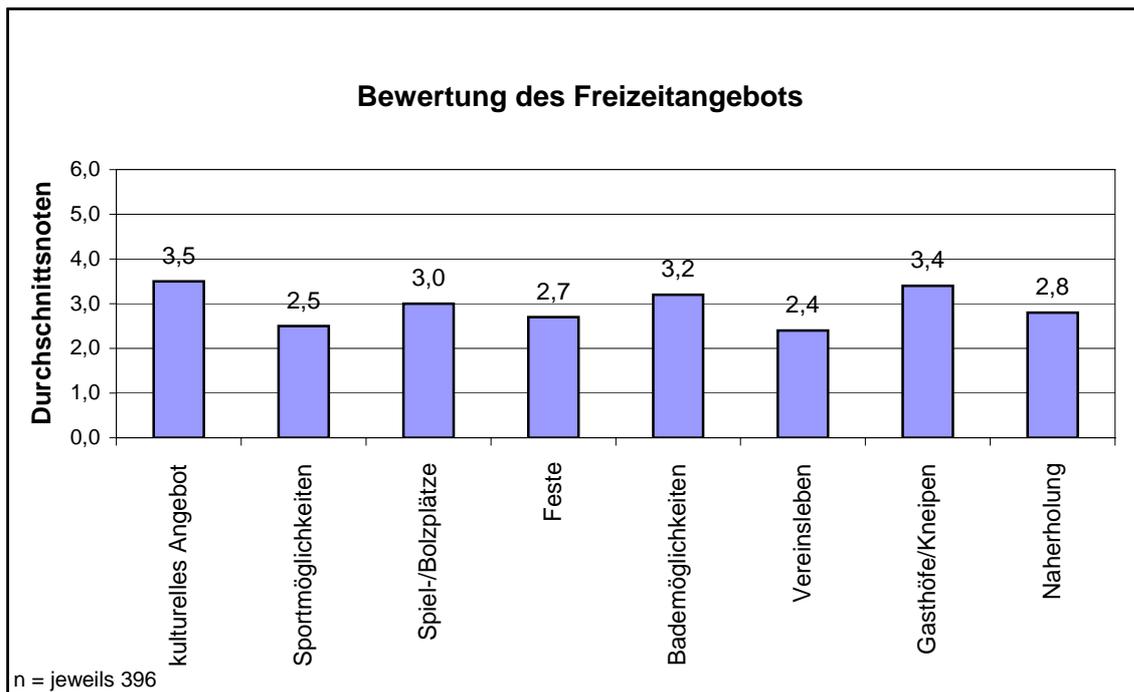
Betrachtet man die Nennungen wieder **getrennt nach Altersgruppen**, so ist festzuhalten, dass die Gebiete „Eisersdorfer Au“, „Goldbergsiedlung“, „Hinter dem Kloster“, „Am Galgen“ vor allem bei den 25 bis 49-Jährigen beliebt sind (38 bis 61 Prozent der jeweiligen Nennungen). Die „Goldbergsiedlung“ ist auch für die 50 bis 64-Jährigen ein Wunschwohngebiet (44 Prozent der Nennungen).

4. Freizeitangebot

Der anhaltende, wenn auch gebremste Trend zu einer sogenannten Freizeitgesellschaft stellt neue Ansprüche an eine Kommune dar. Im Zuge der Befragung wurden die Bürger deshalb aufgefordert, ihre **Zufriedenheit mit dem bestehenden Freizeitangebot** mittels Schulnoten darzulegen. Abb. 47 fasst die Ergebnisse in Form von Durchschnittsnoten für die einzelnen Aspekte zusammen.

Insgesamt gesehen wurde das **Vereinsleben** mit einer Durchschnittsnote von 2,4 am besten bewertet, gefolgt von den **Sportmöglichkeiten** mit einer Durchschnittsnote von 2,5. Wobei zu erwähnen ist, dass gerade beim Vereinsleben sich viele, die wahrscheinlich nicht in Vereinen sind, der Bewertung enthielten. Als befriedigend wurden die Bereiche **Feste, Naherholung, Spiel- und Bolzplätze sowie die Bademöglichkeiten** eingestuft. Die Bewertung dieser Bereiche war nach Altersgruppen interessanterweise sehr ausgeglichen, lediglich die Bademöglichkeiten sahen die Jüngeren etwas negativer. An der Grenze zwischen befriedigend und ausreichend liegen die **Gasthöfe und Kneipen** sowie das **kulturelle Angebot**, wobei gerade die Bewertung dieser Aspekte häufig an größeren Städten ausgerichtet wird und so die Situation in Kemnath tendenziell schlechter abschneidet, insbesondere bei jüngeren Personen, die auch in Kemnath eher die schlechteren Noten gaben.

Abb. 47 Bewertung des Freizeitangebotes 2003

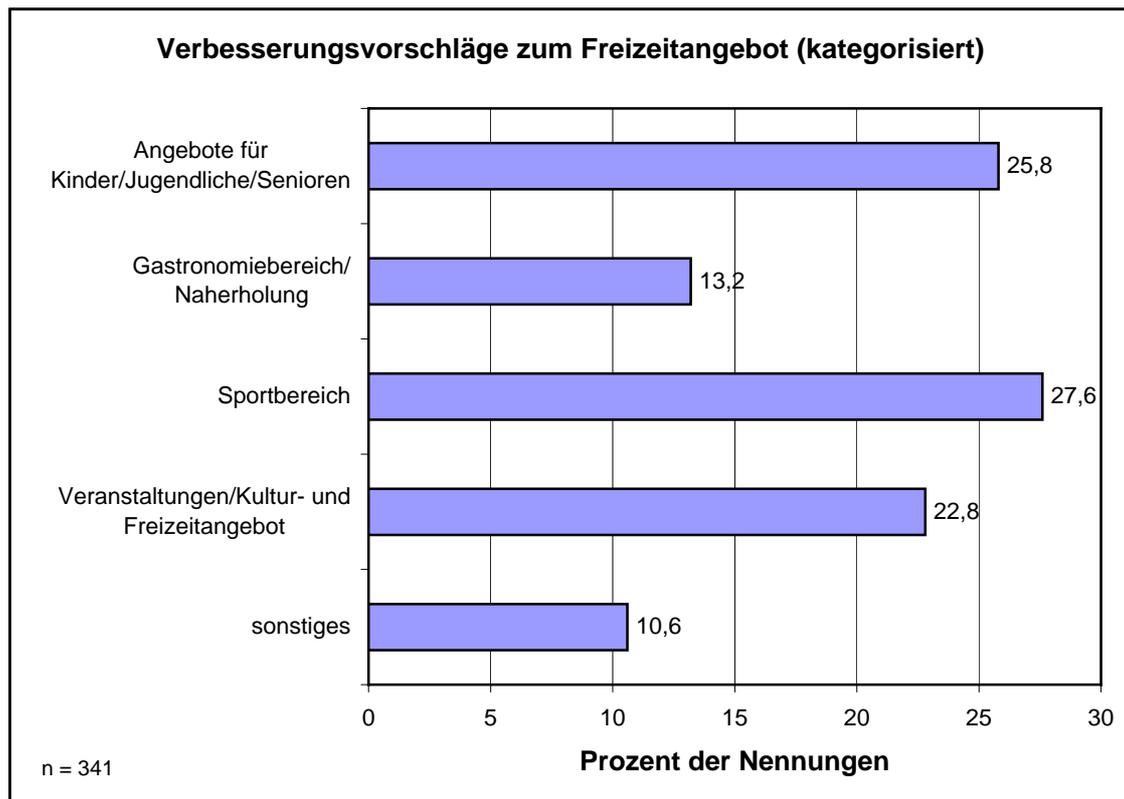


Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

Zusätzlich zur Bewertung des **Freizeitangebots** sollten die Befragten **Verbesserungsvorschläge** machen. Diese Gelegenheit nahmen nur die Hälfte der Befragten wahr, 192 der insgesamt 396 befragten Personen (49 Prozent) machten keine Verbesserungsvorschläge. Die 341 von den restlichen 204 Personen angegebenen Vorschläge stellt Abb. 48 zusammengefasst dar.

Der größte Teil der Verbesserungsvorschläge (27 Prozent der Nennungen) bezog sich auf den **Sportbereich**. Hier wurden beispielsweise die bessere sportliche Nutzung der Mehrzweckhalle und die Ansiedlung eines Fitnessstudios genannt. Annähernd genau so viele befragte Personen (26 Prozent) sehen im Bereich des **Angebots für Kinder, Jugendliche und Senioren** Verbesserungsbedarf. Häufig wurden hier die Einrichtung eines Jugendtreffs, die bessere Pflege bzw. Anlage von Spiel- und Bolzplätzen, die Errichtung eines Skaterparks, die Eröffnung einer Discothek und die Einrichtung eines Seniorentreffs genannt. Als nächster größerer Verbesserungspunkt folgte der Bereich **Veranstaltungen, Kultur- und Freizeitangebot**. Hier wurden im Bereich der Abendunterhaltung ein Kino und ein Theater gefordert. Im Bereich Freizeit bezogen sich die Vorschläge vor allem auf die Eröffnung eines Freibades und verbesserte Öffnungszeiten des Hallenbades. Ein letzter großer Punkt betraf den **Gastronomiebereich** und die **Naherholung**. Hier wurden vor allem die Nutzung des Stadtweihers als Naherholungsgebiet mit Wander- und Bootfahrmöglichkeiten und die Verbesserung des Kneipen-Angebots angesprochen.

Abb. 48 Verbesserungsvorschläge bezüglich des Freizeitangebotes in Kemnath 2003



Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

5. Verkehrssituation und Mobilität

Der Themenkomplex der Mobilität spielt vor allem im ländlichen Raum eine wesentliche Rolle, u.a. da diese Aspekte beim Versorgungsverhalten und den Versorgungsmöglichkeiten der Bevölkerung von großer Bedeutung sind. Die Frage nach der **PKW-Verfügbarkeit** wurde von 82 Prozent der Befragten bejaht. Dieser hohen Zahl entsprechend nutzen auch 50 Prozent den PKW bzw. das Motorrad für den **Weg zur Arbeitsstelle**. 13 Prozent fahren mit Fahrrad oder gehen zu Fuß zur Arbeit. Lediglich 4 Prozent benutzen die öffentlichen Verkehrsmittel Bus und Bahn.

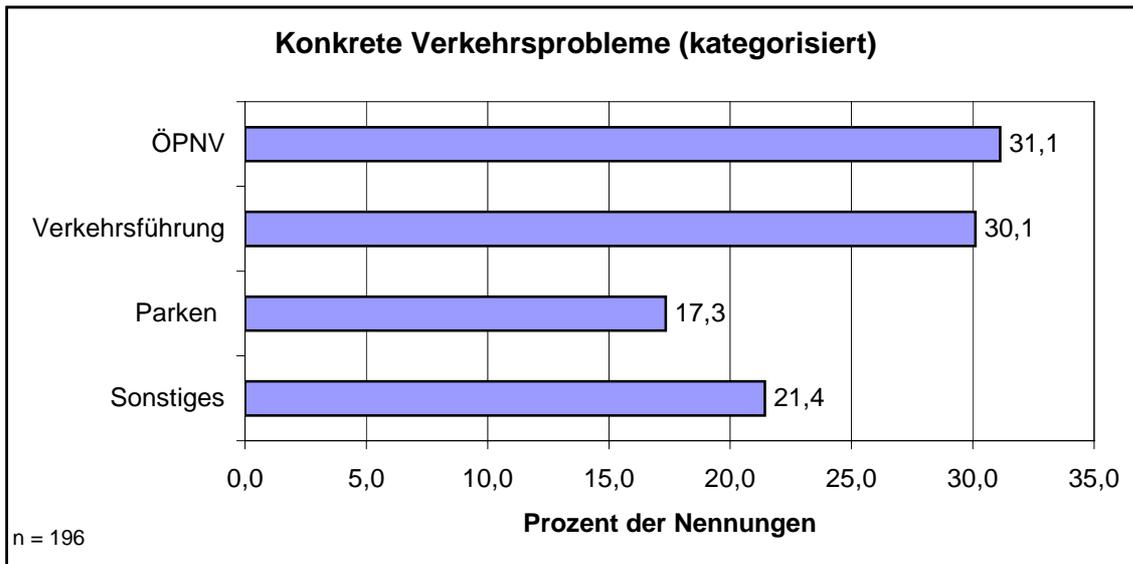
Auch für die **täglichen Besorgungen** nehmen entsprechend dem hohen Motorisierungsgrad der Bevölkerung 73 Prozent der Befragten den PKW oder das Motorrad. Lediglich 21 Prozent nutzen hierfür das Fahrrad oder gehen zu Fuß, was eventuell auch an der Lage der Lebensmittelmärkte am Rand der Stadt liegen könnte. Die Nutzung des ÖPNV für Einkäufe in Kemnath ist - wie häufig im ländlichen Raum - sehr gering (1 Prozent).

Aus der Beurteilung der **Anbindung Kemnaths durch Bus und Bahn**, die 54 Prozent der Befragten mit mangelhaft bzw. ungenügend bewerteten, lässt sich darüber hinaus erkennen, dass die Bevölkerung unzufrieden mit der momentan bestehenden Anbindung Kemnaths an den ÖPNV ist. Vor allem die älteren Befragten wünschen sich eine bessere Anbindung der einzelnen Ortsteile an die Stadt Kemnath, da sie eine Abhängigkeit von

anderen mobilen Bürgern, die für sie Einkäufe tätigen, fürchten. Jüngere Leute wünschen sich hauptsächlich eine bessere ÖPNV-Anbindung an Weiden und Bayreuth, zwecks Arbeitsplatz und Freizeitgestaltung.

Allerdings sehen rd. 44 Prozent der Einwohner kein Verkehrsproblem in Kemnath, dementsprechend auch keine Probleme hinsichtlich der ÖPNV-Anbindung. 46 Prozent der Befragten gaben demgegenüber an, dass aus ihrer Sicht ein Verkehrsproblem besteht und die übrigen 10 Prozent machten dazu keine Angabe. Als **konkretes Verkehrsproblem** (s. Abb. 49) wurde zum einen die Parksituation in Kemnath bemängelt (34 Nennungen), vor allem die Anordnung der Parkbuchten auf dem Stadtplatz erweist sich für viele Bürger als Problem, zum anderen, wie im vorherigen Abschnitt schon ersichtlich wurde, die Anbindung an das Netz des ÖPNV (61 Nennungen). Ein drittes Verkehrsproblem sehen viele Einwohner in der Verkehrsführung an einzelnen Stellen in Kemnath (59 Nennungen). Hier wurde vor allem die Durchfahrt durch den Kirchturm als problematisch angesehen, v.a. wurde hier der Vorschlag gemacht, die Vorfahrtsregelung umzudrehen. Des Weiteren wurden zwei Kreuzungen in Kemnath, die an der Zufahrt zum Hagebaumarkt bzw. zur Zufahrt auf die B 22 in Richtung Bayreuth und die Kreuzung gegenüber der Firma Siemens (Ausfahrt B 22 nach Kemnath) bemängelt. Hier kamen z.B. Vorschläge wie die Errichtung von jeweils einem Kreisverkehr. An diesen drei Stellen wurden auch die sich dort bildenden Staus in Stoßzeiten und an Wochenenden als Problem angesehen.

Abb. 49 Probleme bezüglich der Verkehrssituation in Kemnath 2003



Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

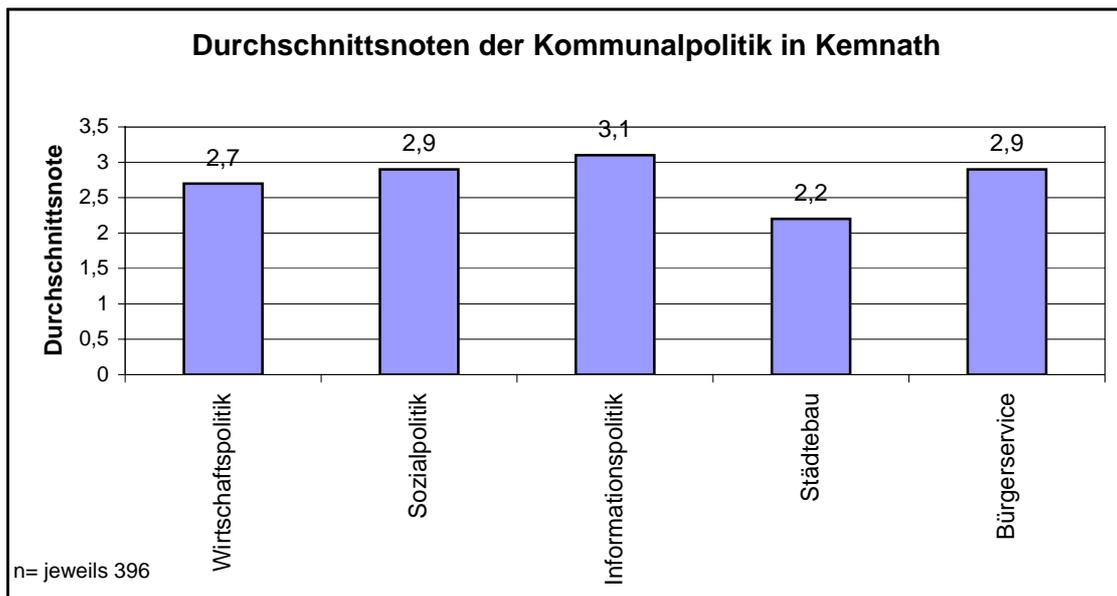
6. Kommunal- und Informationspolitik

Ebenfalls sollten die Einwohner der Stadt Kemnath die Kommunalpolitik bzw. die Verwaltung der Stadt in wirtschaftspolitischer und in sozialpolitischer Hinsicht, in bezug auf die Informationspolitik, in städtebaulicher Hinsicht und hinsichtlich des Bürgerservices beurteilen. In Abb. 50 sind die vergebenen Durchschnittsnoten abgebildet. Vor allem die **Infor-**

Informationspolitik der Stadt Kemnath wurde eher als mittelmäßig (Note 3,1) beurteilt. Auch der **Bürgerservice** wurde von den antwortenden Kemnathern nur mit einer befriedigenden Note bewertet, hier sollten Anstrengungen zur Verbesserung vorgenommen werden. Hauptsächlich die Befragten in der Altersgruppe der 25 bis 49-Jährigen bewerteten die Informationspolitik der Stadt und den Bürgerservices mit ausreichenden bis ungenügenden Noten (Infopolitik 48 Nennungen ausreichend bis mangelhaft; Bürgerservice 46 Nennungen mit ausreichend bis ungenügend). Die anderen Altersgruppen sahen dies wesentlich positiver. Vor allem über den Bürgerservice der Stadt äußerten sich die älteren Jahrgänge positiv (75 Nennungen mit sehr gut und gut). Dieser Unterschied könnte von den ungleichen Möglichkeiten eines Besuchs bei der Verwaltung herrühren. Den älteren Bürgern ist es möglich, zu den bestehenden Öffnungszeiten die Verwaltung aufzusuchen. Der berufstätigen Bevölkerung ist dies jedoch nur möglich, wenn sie sich dafür frei nehmen kann.

Besonders zufrieden sind die Bürger hingegen mit der Politik im Bereich des **Städtebaus**, mit eine Bewertung von durchschnittlich 2,2 werden die Bemühungen im Bereich der Stadtsanierung und auch in der Wohnungsbaupolitik somit belohnt. Fast alle Altersgruppen gaben hier „sehr gut“ oder „gut“, einzig 43 Nennungen der Altersgruppe der 25 bis 49-Jährigen mit „befriedigend“ fallen auf, was sich auch in den bereits angesprochenen Wünschen nach günstigem Wohnraum bzw. Bauplätzen für Familien widerspiegelt.

Abb. 50 Bewertung der Kommunalpolitik in Kemnath 2003



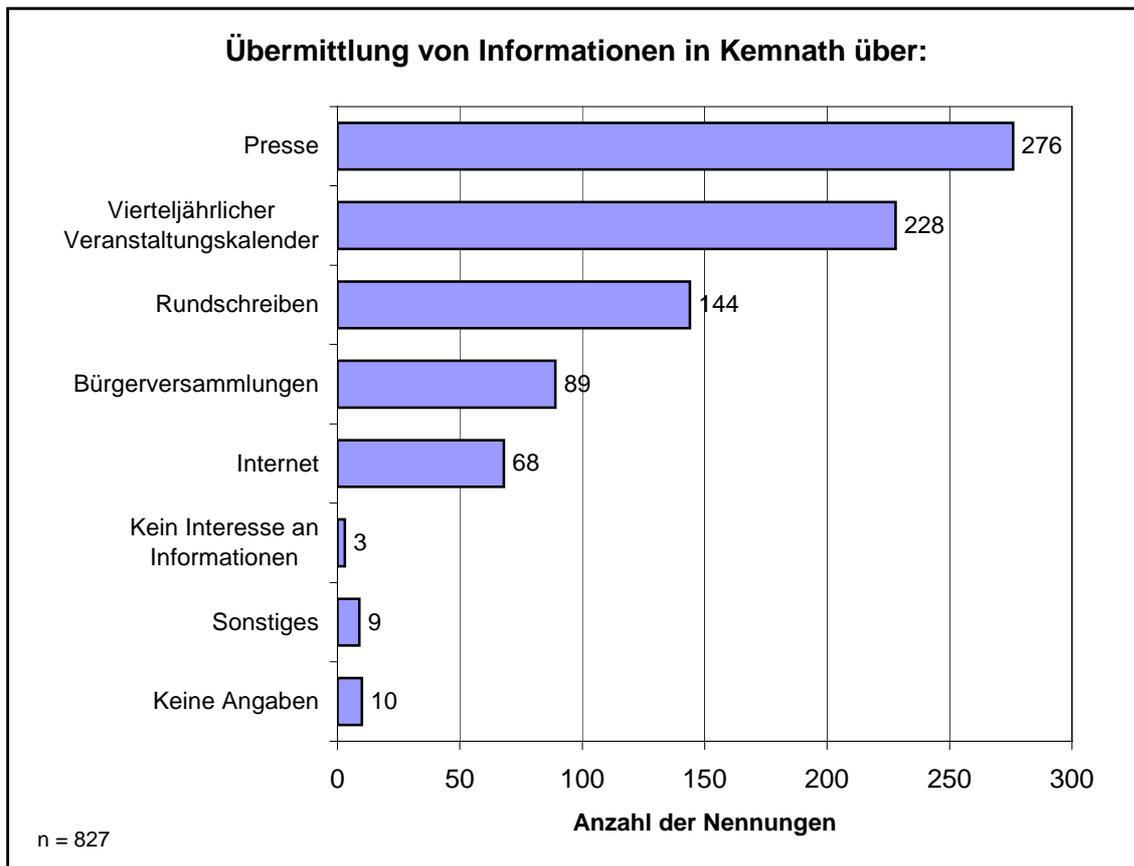
Quelle: Eigene Erhebung, Bayreuth 2003

Die **Sozialpolitik** der Stadt Kemnath beurteilte vor allem die Altersgruppe der 25 bis 49-Jährigen mit befriedigend bis mangelhaft (93 Nennungen). Die Altersgruppe der 50 bis 64-Jährigen bewertete diese besser (58 Nennungen mit gut und befriedigend). Dies weist möglicherweise auf Mängel bei der Kinderbetreuung hin. Die **Wirtschaftspolitik** vor Ort bewertete der größte Teil der Befragten, unabhängig von der Altersgruppe, mit gut bis befriedigend. Insgesamt ist aber zu erwähnen, dass ca. 10 bis 15 Prozent der Befragten,

je nach Kategorie, nicht genau wussten, wie sie die Politik bewerten sollten oder keine Angaben machten.

Gerade weil die Informationspolitik eher mittelmäßig bewertet wurde, kann die Frage „möchten Sie über wichtige städtische Vorhaben / Ereignisse in Kemnath informiert werden?“ gute Ansatzpunkte für die Zukunft liefern. Zwar machten zehn der Befragten keine Angaben über den gewünschten Informationskanal, jedoch nannten die Übrigen zumeist zwei von ihnen bevorzugte **Informationswege über wichtige städtische Belange**. Wie aus Abb. 51 ersichtlich wird, wünschen sich die Kemnather Bürger v.a. eine Übermittlung von Informationen durch die Presse (276 Nennungen) und durch den vierteljährlich erscheinenden Veranstaltungskalender (228 Nennungen). Ein Drittel möchte die Informationen mittels Rundschreiben bekommen und ca. ein Viertel in einer Bürgerversammlung informiert werden. Im Internet würden sich 68 Befragte informieren. In den sonstigen Nennungen wurden u.a. Informationstafeln, ein monatlicher „Stadtbote“ und eine Informationsüberbringung durch Stadtmitarbeiter und durch das Radio gewünscht.

Abb. 51 Gewünschte Informationskanäle in Kemnath 2003



Quelle: Eigene Erhebung, Bayreuth 2003

Diejenigen, die die Informationspolitik der Stadt Kemnath als schlecht (ausreichend bis ungenügend) beurteilten, wünschen sich, vor allem durch die Presse (71 Nennungen), durch den vierteljährlichen Veranstaltungskalender (44 Nennungen), durch Rundschreiben (36 Nennungen) und durch das Internet (28 Nennungen) informiert zu werden.

7. Stärken und Schwächen und dringlichste Probleme Kemnaths aus Sicht der Bevölkerung

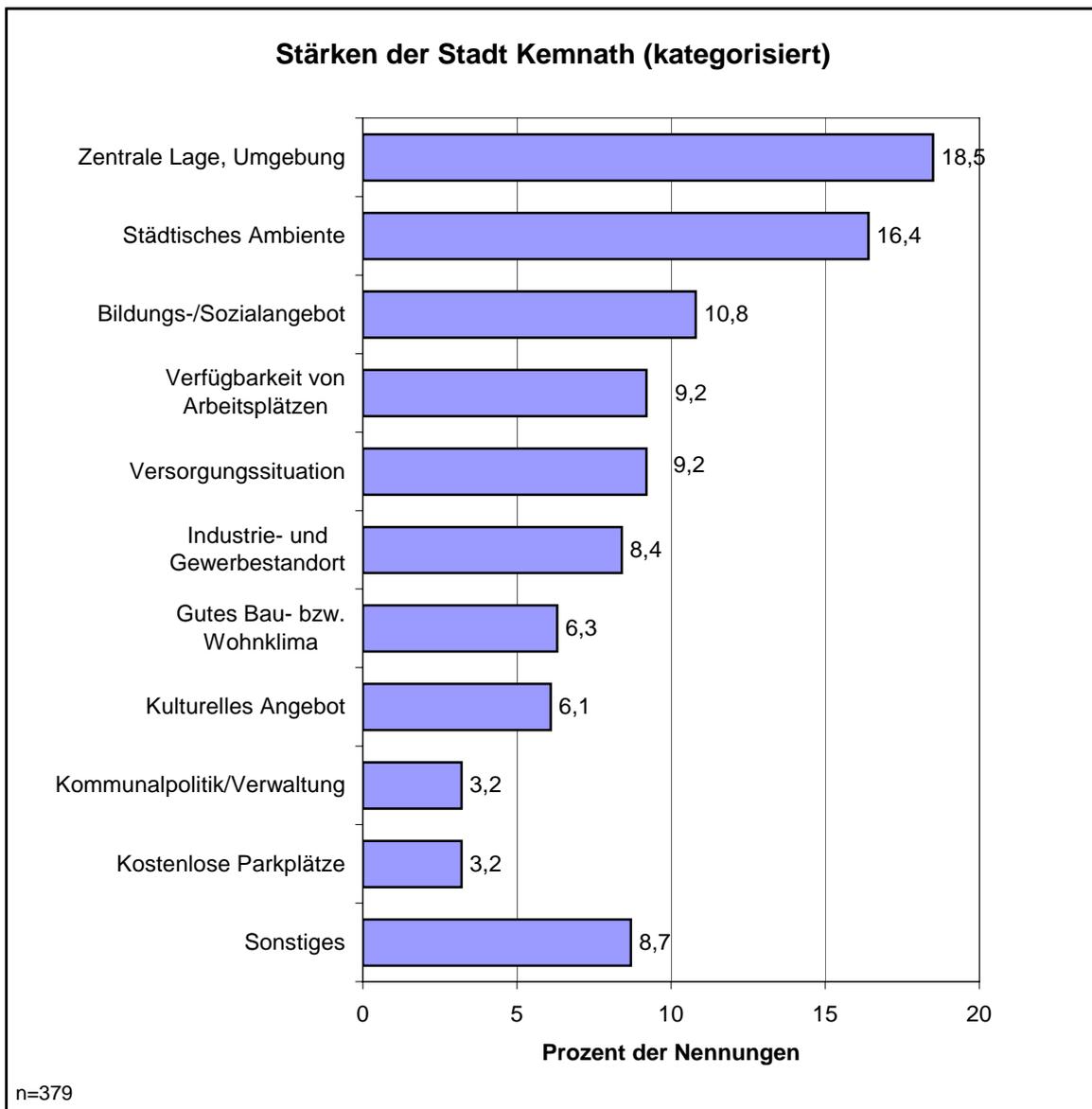
Die Bevölkerung gab für die anschließende umfassende Stärken-Schwächen-Analyse im Rahmen der Befragung wichtige Anhaltspunkte. Sie konnte offen **positive und negative Aspekte in der Stadt Kemnath** angeben. Die unterschiedlichen Äußerungen wurde während der Auswertung jeweils zu elf Kategorien zusammengefasst. Des Weiteren hatten die Befragten im Anschluss an die Fragen die Möglichkeit, **Verbesserungsvorschläge** anzubringen. Sowohl die Anzahl derer, die Stärken und Schwächen nannten, als auch die Zahl der genannten Stärken und Schwächen hielten sich etwa die Waage mit 179 zu 176 angehenden Personen bzw. 379 zu 378 Nennungen.

Wie aus Abb. 52 ersichtlich wird, sehen die Einwohner der Stadt Kemnath die Stärken ihrer Stadt vor allem in der **zentralen Lage** zwischen den Oberzentren Bayreuth und Weiden (18,5 Prozent), im Ambiente bzw. den Angeboten in der Stadt (16,4 Prozent), hier ist hauptsächlich der historische Stadtkern als positiv bewertet worden (Nennungen wie „schöner Stadtplatz“, „sehr schöne Altstadt mit Sehenswürdigkeiten“ und „historische Innenstadt“ wurden häufig gemacht). Viel gelobt wurde auch das Angebot von **Bildungs- und sozialen Einrichtungen**, v.a. die vorhandenen Schulen und das Krankenhaus. Des weiteren sind die Verfügbarkeit von Arbeitsplätzen am Ort, die Versorgung mit Lebensmitteln und anderen Waren des täglichen Bedarfs, der Industriestandort mit den beiden Firmen Siemens und Ponnath, das gute Bau- und Wohnklima und das **kulturelle Angebot** in der Stadt (v.a. „lebendige Vereine“, „viele kirchliche Angebote“, „Weihnachtsmarkt“, „Passionsspiele“) die Stärken der Stadt aus Sicht der Bevölkerung. Auch sind die Kommunalpolitik, die Verwaltung und der „moderne“ Bürgermeister sowie die kostenlosen Parkplätze, sowohl in der Innenstadt als auch an den Lebensmittelmärkten, für viele Bürger der Stadt zusätzliche Stärken. Bei den sonstigen Nennungen wurden u.a. der Zusammenhalt in den kirchlichen Gemeinden und die intakte Sozialstruktur genannt. Die Stadt Kemnath wird als „liebenswerte, nicht anonyme Kleinstadt gesehen“.

Aus Abb. 53 wird ersichtlich, dass die Bevölkerung die Schwächen der Stadt Kemnath vor allem in der **mangelhaften Anbindung an den ÖPNV** (13 Prozent) sieht, hier wird das Fehlen eines Bahnhofes besonders negativ bewertet. Des weiteren bemängeln die Kemnather das **Angebot für Kinder und Jugendliche** (11 Prozent), hauptsächlich im Freizeitsektor werden Schwächen aufgezeigt. In diesem Bereich kamen häufig Nennungen wie „geringes Freizeitangebot für Kinder und Jugendliche“, „Desinteresse an Freizeitanlagen für Kinder“ und „zu wenig für Jugendliche getan“. Die mangelnde **Sauberkeit** in der Stadt Kemnath wird von 10 Prozent der Befragten als negativ gesehen. Das Fehlen von Abfallkörben und öffentlichen Toiletten wurde hier oft genannt. Auch die Klärschlammvererdungsanlage wurde auf Grund ihres Geruchs als störend empfunden. Zahlreiche Nennungen kamen auch zu dem **Bereich Abendgestaltung** in Kemnath mit knapp 10 Prozent. Den Kemnather Bürgern fehlt vor allem eine Abendgastronomie mit im Sommer angeschlossenen Biergarten. Weitere Schwächen von Kemnath sehen die Befragten in der **Kommunalpolitik** und der Verwaltung, vor allem im Hinblick auf die Öffnungszeiten, im **Fremdenverkehr** mit fehlenden Übernachtungsangeboten, der bestehenden Einzelhandelsituation, mit den zahlreichen Lebensmittelmärkten am Rande von Kemnath und der **mangelhaften Branchenvielfalt** und einem **Mangel an Arbeitsplätzen** und Lehrstellen

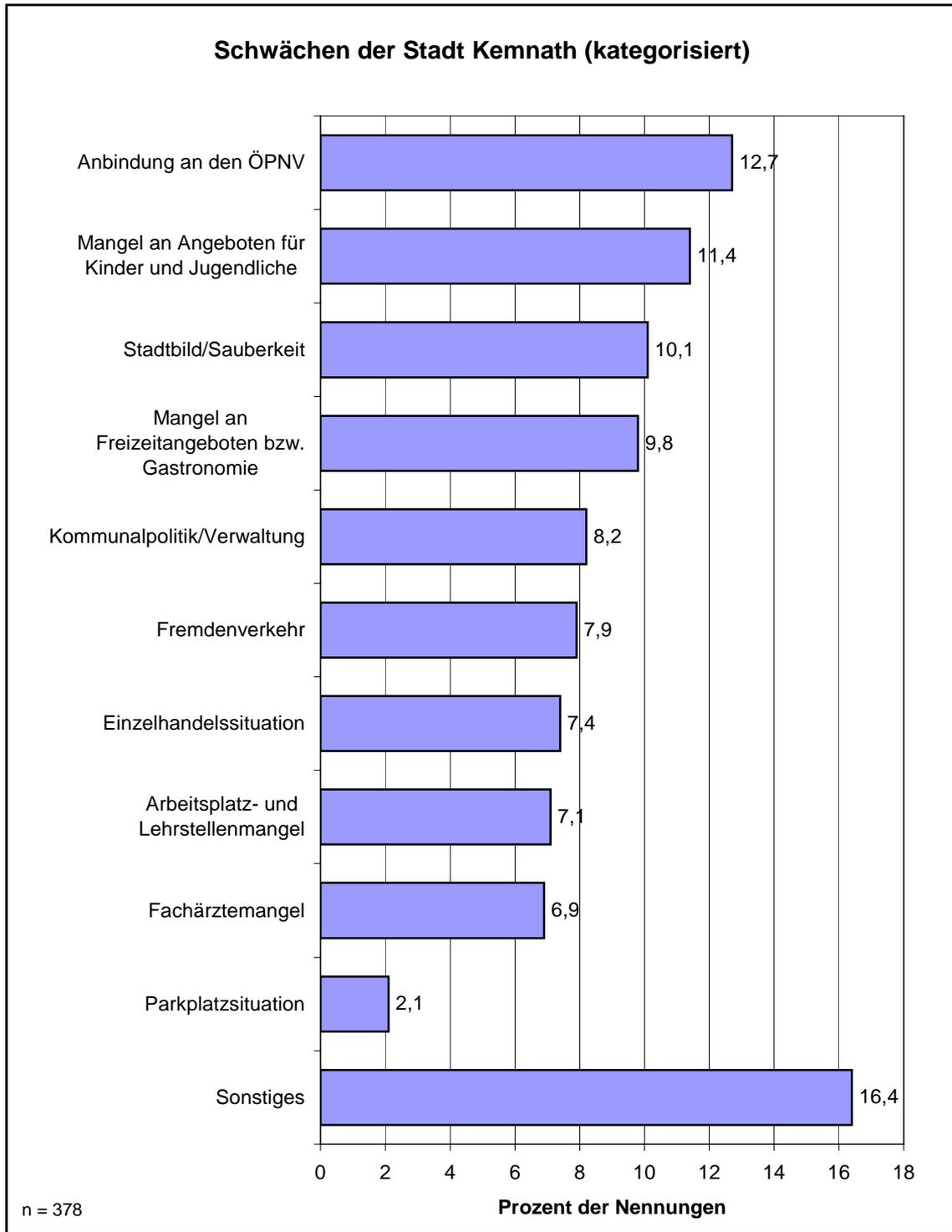
vor allem im Dienstleistungsbereich. Weiterhin wird ein **Mangel an Fachärzten** (Augenarzt, HNO-Arzt, Orthopäde und Hautarzt) beklagt und auch die **Parkplatzsituation am Stadtplatz** wird von einigen als schlecht beschrieben, hier hauptsächlich die Anordnung der Buchten und die zu geringe Parkdauer von einer Stunde. Die **sonstigen Nennungen** waren sehr vielfältig, es wurden Schwächen bei den Entscheidungsträger und der Gesamtbevölkerung (z.B. „Spießbürgertum“, „unaufgeschlossen gegenüber neuen Ideen“) genauso angesprochen wie die mangelnde Einbindung der Dörfer bei Entscheidungen oder andere Verkehrsprobleme neben dem Thema Parken (z.B. Lärmschutz, Straßenpflaster).

Abb. 52 Stärken der Stadt Kemnath aus Sicht der Bevölkerung



Quelle: Eigene Erhebung, Bayreuth 2003

Abb. 53 Schwächen der Stadt Kemnath aus Sicht der Bevölkerung



Quelle: Eigene Erhebung, Bayreuth 2003

Neben der Nennung von Stärken und Schwächen hatten die Befragten die Möglichkeit, Anregungen zu geben, wo die Stadtverwaltung oder auch einzelne Akteure ansetzen könnten, um Kemnaths Entwicklung weiter voranzubringen. Häufig wurden hier die bereits angesprochenen Themen **Freizeit und Versorgung** aufgegriffen. Als wesentliche Ver-

besserungsvorschläge zur bestehenden Situation wurden vor allem die Ausweitung der Angebote für Kinder und Jugendliche (Disco, Spielplätze erneuern, eine Studentenkneipe aufmachen, u.ä.) angeführt mit 37 Nennungen (entspr. über 10 Prozent der 351 Nennungen der 177 sich dazu äussernden Befragten), die Verbesserung der Möglichkeiten der Abendgestaltung (Gastronomie, Konzerte, ein Kino und eine Diskothek) mit 33 Nennungen (9 Prozent) und die Ansiedlung von Geschäften verschiedenster Branchen, in der Innenstadt mit 31 Nennungen (9 Prozent). Es wurde vor allem ein Aldi oder ein anderer Discounter gewünscht (s. auch Kap V Punkt 4).

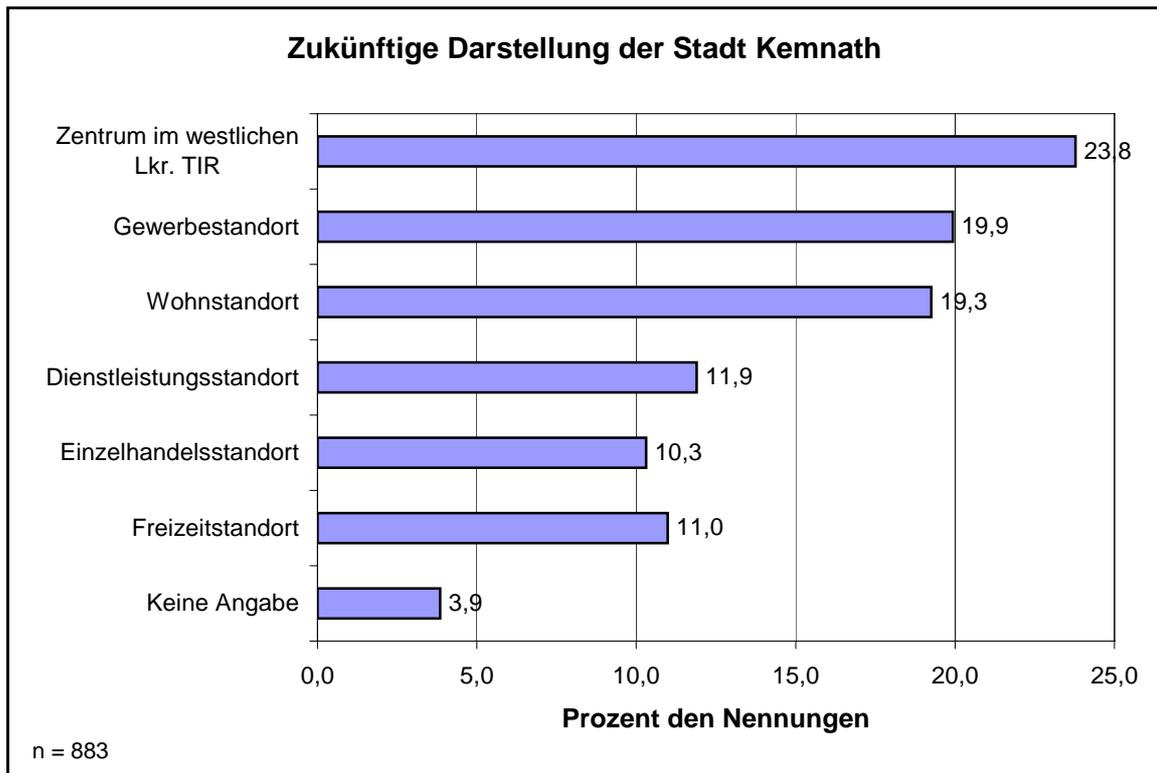
Weitere Verbesserungsvorschläge betrafen v.a. den Bereich **Wirtschaftsförderung und Kommunalpolitik**. So wurde die Ansiedlung von mehr Industrie mit Arbeitsplätzen und Lehrstellen 29mal genannt (8 Prozent), vor allem um die Abhängigkeit von Siemens und Ponnath zu reduzieren. Dies wurde gefolgt von dem Wunsch nach besserer Anbindung an den ÖPNV mit 28 Nennungen (8 Prozent), vor allem auch die Dörfer mit zusätzlichen 4 Nennungen (1 Prozent). Die Verbesserung der Verwaltung hinsichtlich des Bürgerservices mit 21 Nennungen (6 Prozent) war ein weiteres Anliegen. Hier wurde vor allem eine längere Öffnungszeit der Verwaltung gewünscht. Ebenso soll der Fremdenverkehr mit dem Bau eines Hotels gefördert werden (19 Nennungen; 5 Prozent).

Ein dritter Themenkomplex bei den Vorschlägen war das Aufrechterhalten der **ärztlichen Versorgung**, mit 19 Nennungen (5 Prozent) bzgl. dem Erhalten des Krankenhauses (Einrichtung einer Entbindungsstation) und der Ansiedlung von weiteren Fachärzten, wie oben schon genannt vor allem ein Augenarzt, ein Hautarzt, ein HNO-Arzt und ein Urologe. Ein weiterer großer Block der Verbesserungsvorschläge bezieht sich auf den **Stadtplatz** (43 Nennungen; 12 Prozent). Zum einen sollen die Grünanlagen ausgeweitet werden, wie zum Beispiel das Anbringen von weiterem Blumenschmuck in der Innenstadt und eine Bepflanzung der Seeseite (13 Nennungen; 4 Prozent), sowie Abfallbehältnisse aufgestellt werden (14 Nennungen; 4 Prozent), zum anderen der Durchgangsverkehr gestoppt und eine Fußgängerzone errichtet werden (12 Nennungen; 4 Prozent). Insgesamt soll die Stadt behindertengerechter werden, v.a. der Zugang zum Rathaus (4 Nennungen; 1,1 Prozent). Die 78 breitgestreuten **sonstigen Nennungen** ließen sich keiner der vorher genannten Kategorien zuordnen. Hier wurden verschiedene einzelne Nennungen zusammengefasst die, von „Friedhofgestaltung“ über „Lärmschutzwände an der B 22 anbringen“ bis hin zu „alternative Energieformen an öffentl. Gebäuden anbringen“ reichten.

Um eine von den Bürgern gesehene **Entwicklungsrichtung für die Zukunft** abschätzen zu können, sollten diese ferner angeben, wie sich die Stadt zukünftig nach außen darstellen soll (Abb. 54). Hierzu äußerten sich 91 Prozent der Befragten (362 Personen). Sie sahen meist zwei geeignete **Darstellungsmöglichkeiten** für die Stadt (883 Nennungen): Die Stadt könnte sich aus Sicht der Befragten v.a. stärker als Zentrum im westlichen Landkreis Tirschenreuth etablieren (210 Nennungen). Aber auch eine Außendarstellung als Gewerbestandort und auch als Wohnstandort scheint den Bürgern angebracht (176 bzw. 170 Nennungen). Eher nachgeordnet stehen die Funktionen des Dienstleistungs-, Einzelhandels- und Freizeitstandortes (105, 91 und 97 Nennungen).



Abb. 54 Mögliche Darstellung der Stadt aus Sicht der Bürger 2003



Quelle: Eigene Erhebung, Bayreuth 2003



V. ANALYSE EINZELHANDELSSITUATION IN KEMNATH



Nun sollen auftragsgemäß die Strukturen des Einzelhandels in Kemnath analysiert und dargestellt werden. Neben **Kartierungen und Befragungen** fließen auch **Berechnungen zur Kaufkraft und zum Marktgebiet** hier ein. Die Ergebnisse der durchgeführten Primärerhebungen (Einzelhandelskartierung und -befragung, Teile der Bevölkerungsbefragung) werden nach einer Erläuterung der Vorgehensweise ausführlich dargestellt. Die Methodik bei der Bevölkerungsbefragung, die in Teilen auch für diesen Gliederungspunkt relevant ist, wurde bereits in Kap. IV 1. vorgestellt.

1. Methodisches Vorgehen und Aussagekraft der Ergebnisse

1.2 Einzelhandelskartierung

Die Einzelhandelskartierung wurde im November 2003 durchgeführt. Relevant für die Kartierung waren **alle Geschäfte, die nach außen hin als Einzelhandelsbetrieb auftraten** (regelmäßige Öffnungszeiten, überwiegend Absatz an Endverbraucher, eigene Verkaufsräume usw.), d.h. es wurden nicht unbedingt alle Gewerbeanmeldungen im Handelsbereich der Stadt Kemnath berücksichtigt. So wurden beispielsweise Handelsvertreter nicht berücksichtigt, hingegen aber Handwerker oder Dienstleister, die auch Verkaufsflächen haben, wie die Lebensmittelhandwerker oder auch Friseure o.ä.. Kriterien für die Kartierung stellten zum einen der genaue Standort des Geschäftes dar, des weiteren die hauptsächliche Branchenausrichtung sowie die Anzahl der Beschäftigten und die Verkaufsfläche.

Bei der **Aufnahme des Standortes** wurde für das Stadtgebiet Kemnath und im Markt Waldeck die Lage der einzelnen Unternehmen exakt für eine **kartographische Wiedergabe** erfasst. Beschäftigtenzahlen und Verkaufsflächen wurden, wenn möglich, direkt vom Geschäftsinhaber bzw. Geschäftsführer im betreffenden Betrieb erfragt bzw. mussten geschätzt werden. Gegenstand der Kartierung waren darüber hinaus vorhandene **Leerstände** von Einzelhandelsgeschäften im Gemeindegebiet sowie die Standorte von Dienstleistungsunternehmen wie Banken, Post, Gastronomiebetrieben usw., die aufgrund diverser Kopplungsmöglichkeiten auch für die Einzelhandels- und Versorgungssituation insgesamt von Bedeutung sind.

1.3 Einzelhändlerbefragung

Grundlage für die Einzelhandelsbefragung war die Gewerbekartei der Stadt und die eben dargelegte Kartierung. Die Grundgesamtheit für diese Befragung stellen somit alle Einzelhandelsgeschäfte dar, die im Rahmen der Kartierung aufgenommen wurden (n=82). Da es sich hierbei um eine relativ kleine und überschaubare, aber zugleich sehr heterogene Grundgesamtheit handelt, wurde als **Erhebungsprinzip eine Vollerhebung** aller Geschäfte angestrebt, um möglichst das gesamte Spektrum des Kemnathers Einzelhandels zu erfassen. Die Datenerhebung wurde mittels einer schriftlichen Befragung der **Eigentümer bzw. Geschäftsführer oder Filialleiter** eines Geschäftes durchgeführt. Parallel



zur Kartierung erhielten die Einzelhändler persönlich einen teilstandardisierten Fragebogen mit einem Begleitschreiben, verbunden mit der Bitte, diesen innerhalb einer Frist von circa vierzehn Tagen auszufüllen. Die im Fragebogen enthaltenen sog. „offenen Fragen“ ohne Antwortvorgaben sollten hierbei den Befragten die Möglichkeit geben, sich unbeschränkt zu bestimmten Themenpunkten äußern zu können. Im Zuge der Dateneingabe wurden aus den hieraus resultierenden „offenen Antworten“ Kategorien gleichartiger Äußerungen gebildet.

Nach Ablauf der Vierzehn-Tages-Frist wurden die Fragebögen wiederum **persönlich bei den Einzelhändlern abgeholt**. Falls zu diesem Zeitpunkt oder bei einem zweiten Besuch an den direkt darauffolgenden Tagen der Fragebogen noch nicht ausgefüllt vorlag oder die entsprechenden Personen nicht angetroffen wurden, bekamen diese Einzelhändler ein weiteres Mal einen Fragebogen. Die wenigen, die dies betraf, wurden nochmals auf die Bedeutung ihrer Meinung hingewiesen und gebeten, den Fragebogen im beiliegenden adressierten Rückumschlag zurückzuschicken. Zur Sensibilisierung der Einzelhändler für die Befragung wurden zudem vor und während der Befragung mehrere **Presseartikel** in den Lokalzeitungen veröffentlicht.

Von den 82 Einzelhändlern, die einen Fragebogen persönlich erhielten, wurden 50 ausgefüllt wieder eingesammelt bzw. zurückgeschickt. Damit wurde zwar das Ziel einer Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe nicht erreicht, allerdings kann die erzielte **Rücklaufquote von 60 Prozent** als recht gut gewertet werden. Für das Fehlen der restlichen Einzelhändler kann es mehrere Gründe geben: Zum einen betreiben einige Händler Filialbetriebe oder weitere Geschäfte im Gemeindegebiet und füllten deshalb nur einmal einen Fragebogen aus. Zum anderen kam es zu Verweigerungshaltungen, die direkt durch die Nicht-Entgegennahme des Fragebogens oder indirekt durch das Nicht-Zurücksenden des Fragebogens artikuliert wurden. Dafür können unterschiedliche Gründe geltend gemacht werden, so z.B. Zeitmangel, Desinteresse am Thema und offen geäußertes Misstrauen gegenüber Befragungen, wissenschaftlichen Analysen oder der Stadtverwaltung.

Um den Rücklauf in einzelnen Branchen genauer zu betrachten, wurden die Geschäfte dem Bereich zugeordnet, der bei der Kartierung als dominant bzw. durch den Firmennamen bestimmend erschien. Auch mussten verschiedene Branchen wegen des sehr geringen Branchenbesatzes im Sinne des Datenschutzes zusammengefasst werden. Wie in Tab. 11 zu sehen ist, wurde **bei sehr vielen Branchen eine annähernde Übereinstimmung in Grundgesamtheit und Rücklauf** erzielt. Gegebene Abweichungen lassen sich mit der Präsenz von Geschäften, die zu bundesweiten Ketten gehören, oder auch Filialbetrieben erklären. Da diese zum einen ihren Hauptsitz nicht in Kemnath haben, sind sie häufig weniger am örtlichen Geschehen interessiert oder zum anderen werden aus Gründen der Geheimhaltungspolitik großer Handelsketten keine Aussagen zur Befragung getroffen. Insgesamt lassen sich die Ergebnisse der Einzelhändlerbefragung jedoch auf die Gesamtsituation relativ gut übertragen und können **als repräsentativ gewertet** werden.



Tab. 11 Branchenhäufigkeit der Kemnather Einzelhändler in Grundgesamtheit und Befragungsrücklauf 2003

Branche	Häufigkeit Grundgesamtheit	Häufigkeit Rücklauf
Lebens- / Genussmittel	22	15
Drogerie / Körperpflege	9	6
Textil / Bekleidung / Schuhe / Leder	14	7
Baubedarf / Baumarkt / Farben / Bodenbeläge / Blumen / Pflanzen	7	3
Elektro / Elektronik / Computer	3	0
Foto / Optik	2	1
Sport / Freizeit / Hobby	3	2
Haushaltswaren / Glas / Porzellan / Geschenke	4	2
Autozubehör/Motorräder/Tankstellen	8	8
Papier/Büro/Schreibwaren	6	2
Sonstiges	4	4
Gesamt	82	50

Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

2. Einzelhandelsstruktur

2.1 Branchenausrichtung und Unternehmensstrukturen

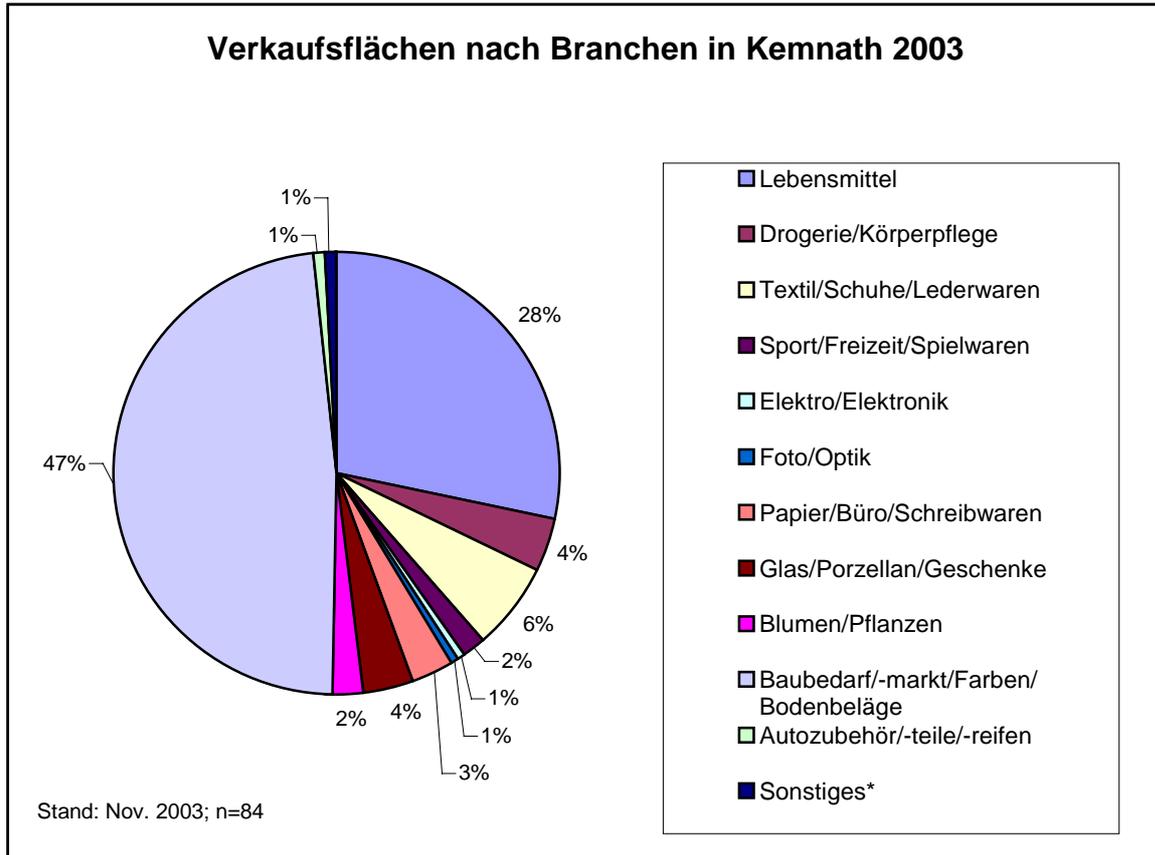
Die Einzelhandelskartierung ergab ein **breit gefächertes Bild** des Kemnather Einzelhandels, wie in Tab. 11 zu sehen ist. Als dominant zeigen sich hier v.a. die **Branchen** mit Gütern des kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfs, also Lebensmittel (22 Geschäfte, inkl. des Lebensmittelhandwerks und Genussmitteln) und Drogerie/Körperpflege (9 Geschäfte, inkl. Friseurhandwerk und Apotheken). Aber auch bei längerfristigen Konsumgütern, wie im Bereich des Textil- und Schuhhandels (14 Geschäfte Bekleidung, Heimtextilen, Leder, Schuhe, Babyware, Kurzwaren), dem Kfz-Handel (acht Geschäfte ohne reine Reparaturwerkstätten aber mit Motorrad-, Reifenhändler und Tankstellen), dem Bereich Bau-/Heimwerker-/Gartenbedarf (sieben Geschäfte) sowie dem Bereich Papier/Büro/Schreibwaren (sechs Geschäfte) zeigt sich ein relativ großes Angebot. Zahlenmäßig weniger ins Gewicht fallen die Bereiche Sport/Hobby/Freizeit, Elektro-/Elektronikartikel/Computer, Foto/Optik sowie Haushaltswaren/Glas/Porzellan/Geschenke. Diese und alle sonstigen Geschäfte runden mit ihren Sortimenten das Kemnather Einzelhandelsangebot positiv ab. Insgesamt gesehen bestehen in der Einzelhandelsstruktur einige Mängel, um den Ansprüchen eines möglichen Mittelzentrums voll zu entsprechen. V.a. im höherwertigen Bereich erscheinen Aufwertungen angeraten, wie dies auch im Regionalplan angeregt wird.

Betrachtet man neben der Zahl der Geschäfte die **Verkaufsfläche in einzelnen Branchen**, ergibt sich nach den Ergebnissen der Kartierung insgesamt eine Verkaufsfläche



von 17.160 m². Nach Sortimenten betrachtet (vgl. Abb. 55) zeigen sich verschiedene Bereiche, auf die sich diese Gesamtfläche konzentriert, was zum einen auf sortimentspezifische größere Verkaufsflächen pro Geschäft, zum anderen aber auch auf massiven Wettbewerb innerhalb einer Branche zurückzuführen ist. Dazu gehören der Lebensmittelbereich (mit rd. 4.800 m², darunter 3 mit über 900 m²), der Bereich Baubedarf/Pflanzen (rd. 8.600 m²; mit zwei großen Fachmärkten, die den größten Teil dieser Fläche innehalten).

Abb. 55 Verkaufsflächenverteilung im Kemnather Einzelhandel nach Sortimenten 2003

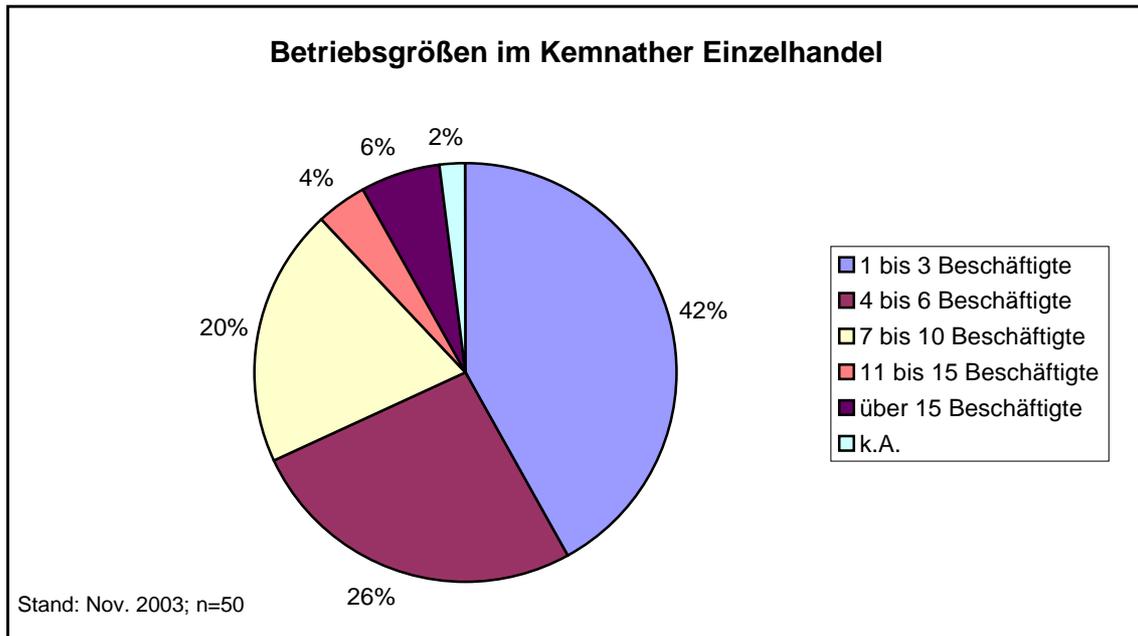


Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

Für den Arbeitsmarkt der Stadt hat der Einzelhandel eher eine nachgeordnete Bedeutung. In den Betrieben, die sich an der Befragung beteiligten und bei der Frage nach der Zahl der **im Einzelhandel beschäftigten** Personen Angaben machten, sind ca. 260 **Personen** beschäftigt, davon etwa 120 als Vollzeitkräfte und 50 Familienangehörige. Der relativ hohe Anteil von Vollzeitkräften ist u.a. die Folge der geringen Beteiligung der Discounter an der Befragung. Ferner gilt es festzuhalten, dass die Bedeutung des Handels für die Ausbildung junger Menschen in Kemnath eher gering ist, in den befragten Betrieben sind nur 26 Lehrlinge tätig. 35 Betriebe bilden derzeit gar nicht aus.

Nach **Betriebsgrößenklassen** differenziert (Abb. 56), weist der Kemnather Einzelhandel anhand der Beschäftigtenzahlen eine überwiegend kleinteilige Struktur auf. Über zwei Drittel der befragten Betriebe haben weniger als sieben Beschäftigte.

Abb. 56 Betriebsgrößen nach Beschäftigtengrößenklassen in Kemnath 2003



Quelle: Eigene Darstellung, Bayreuth 2003

Aus der Einzelhändlerbefragung geht ferner hervor, dass der Großteil der Geschäfte bereits länger als 15 Jahre **am Standort Kemnath besteht** (vgl. Tab 12). Neu hinzugekommen sind Geschäfte in den Bereichen Sport/Freizeit/Hobby, Autozubehör/Motorräder aber auch Lebens-/Genussmittel, Drogerie/Körperpflege sind hier zuzuordnen. Traditionsreich in Kemnath sind v.a. Einzelhändler aus der Branche Lebens-/Genussmittel mit 10 Händlern, die über 30 Jahre in Kemnath ansässig sind. Von allen Händlern gaben acht an, dass ihre Betriebe bereits mehr als 100 Jahre in Kemnath beheimatet wären.

Tab. 12 Zeitraum der Existenz der Kemnather Einzelhandelsgeschäfte 2003

<i>Frage: Seit wann existiert Ihr Betrieb am Standort Kemnath?</i>		
Zeitraum	Anzahl der Geschäfte	Anteil (in Prozent)
seit 5 Jahren	8	16,0
seit 6 bis 10 Jahren	4	8,0
seit 11 bis 15 Jahren	6	12,0
seit 15 bis 30 Jahren	8	16,0
seit über 30 Jahre	22	44,0
k.A.	2	4,0
Gesamt	50	100,0

Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

Bei der Frage nach der Art des Betriebs wird die **Bedeutung des Handwerks** auch für den Einzelhandel deutlich. Hierunter sind Friseure genauso zu finden wie Bäcker und

Metzger aber auch Automechaniker (Lebens-/Genussmittel 9, Autozubehör/Motorräder 5, Drogerie /Körperpflege 3).

Tab. 13 Art des Betriebs der Kemnather Einzelhandelsgeschäfte 2003

<i>Frage: Ihr Betrieb ist ...</i>		
Art des Betriebes	Anzahl der Geschäfte	Anteil (in Prozent)
... reiner Einzelhandelsbetrieb	26	52,0
... Einzelhandels- und Handwerksbetrieb	20	40,0
... sonstiger Betrieb	2	4,0
k.A.	2	4,0
Gesamt	50	100,0

Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

Die Einzelhändlerbefragung belegt ebenso, dass die Mehrheit (40 Nennungen) der Einzelhandelsbetriebe selbständig ist, zumeist ohne **Filialen**. Nur zehn Betriebe gaben an, ein extern gelenkter Filialbetrieb zu sein (siehe Tab. 14).

Tab. 14 Geschäftstypen im Kemnather Einzelhandel 2003

<i>Frage: Zu welchen Geschäftstyp zählt Ihr Betrieb?</i>		
Typ des Geschäftes	Anzahl der Geschäfte	Anteil (in Prozent)
selbständiger Betrieb ohne Filiale(n)	34	68,0
selbst. Betrieb m. Filiale(n) in Kemnath	3	6,0
selbst. Betrieb m. Filiale(n) darüber hinaus	3	6,0
Filialbetrieb	10	20,0
Gesamt	0	100,0

Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

Ein weitere Frage innerhalb der Einzelhändlerbefragung zielte auf die **Besitzstrukturen** der Betriebsräumlichkeiten ab. Über die Hälfte der 50 befragten Unternehmen antwortete, dass die Geschäftsräume in ihrem Privatbesitz seien. Bei den verbleibenden 44 Prozent sind die Räume angemietet oder angepachtet.

Wegen dem stabilisierenden (und eher konjunkturunabhängigeren) Verhalten von **Familienbetrieben** für eine Stadt ist die Struktur der Kemnather Einzelhändler hinsichtlich dieses Kriteriums von besonderer Bedeutung: So werden 70 % der Einzelhandelsbetriebe in Kemnath als Familienbetriebe geführt.

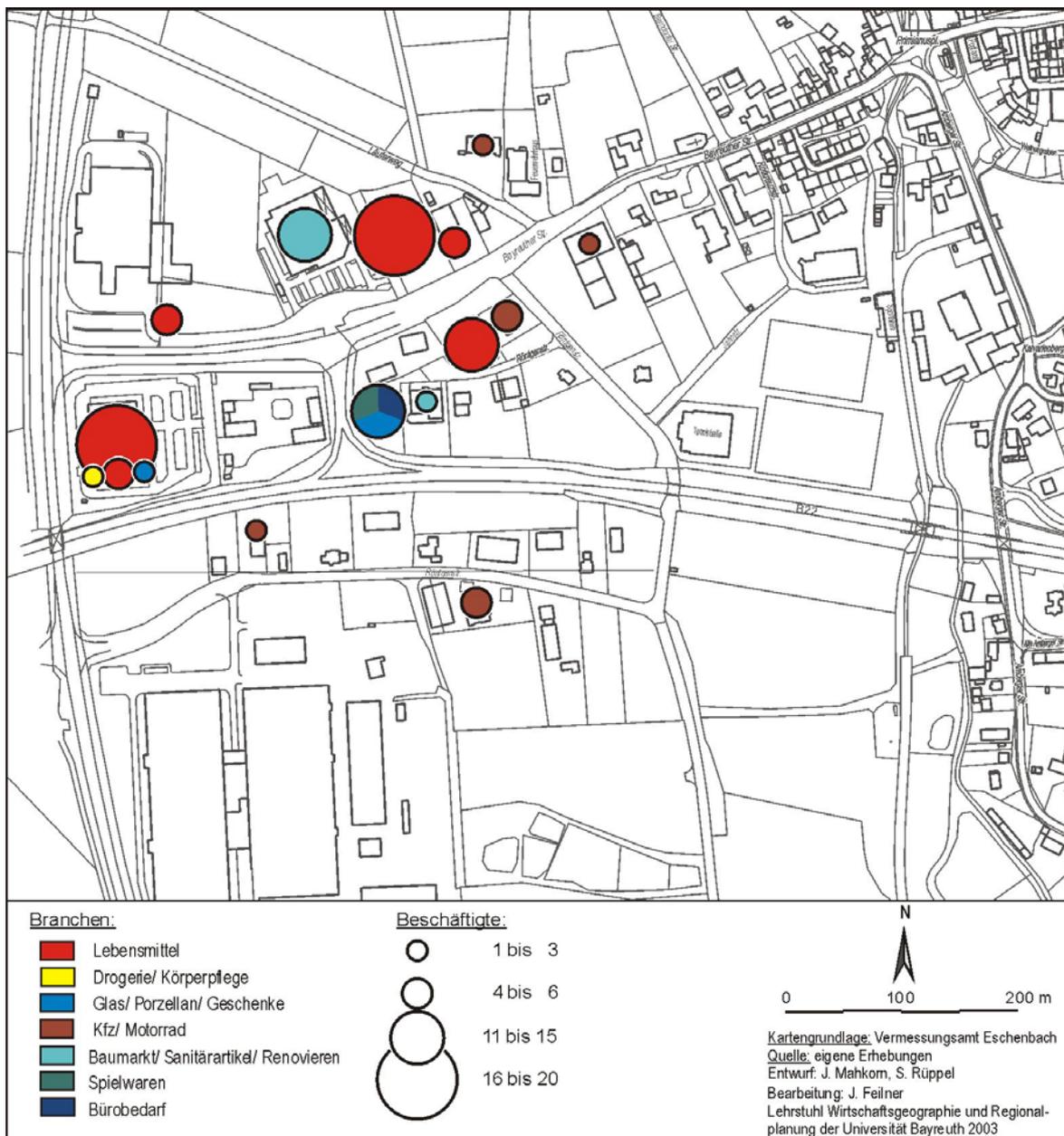
2.2 Standortgefüge und Leerstandsproblematik

Eine Betrachtung der genauen Standorte der Kemnather Einzelhandelsgeschäfte zeigt zwei **Standortbereiche mit hoher Konzentration** – die Innenstadt und das Industrie- und Gewerbegebiet West. Im **Innenstadtbereich** herrscht besonders entlang des Stadt-

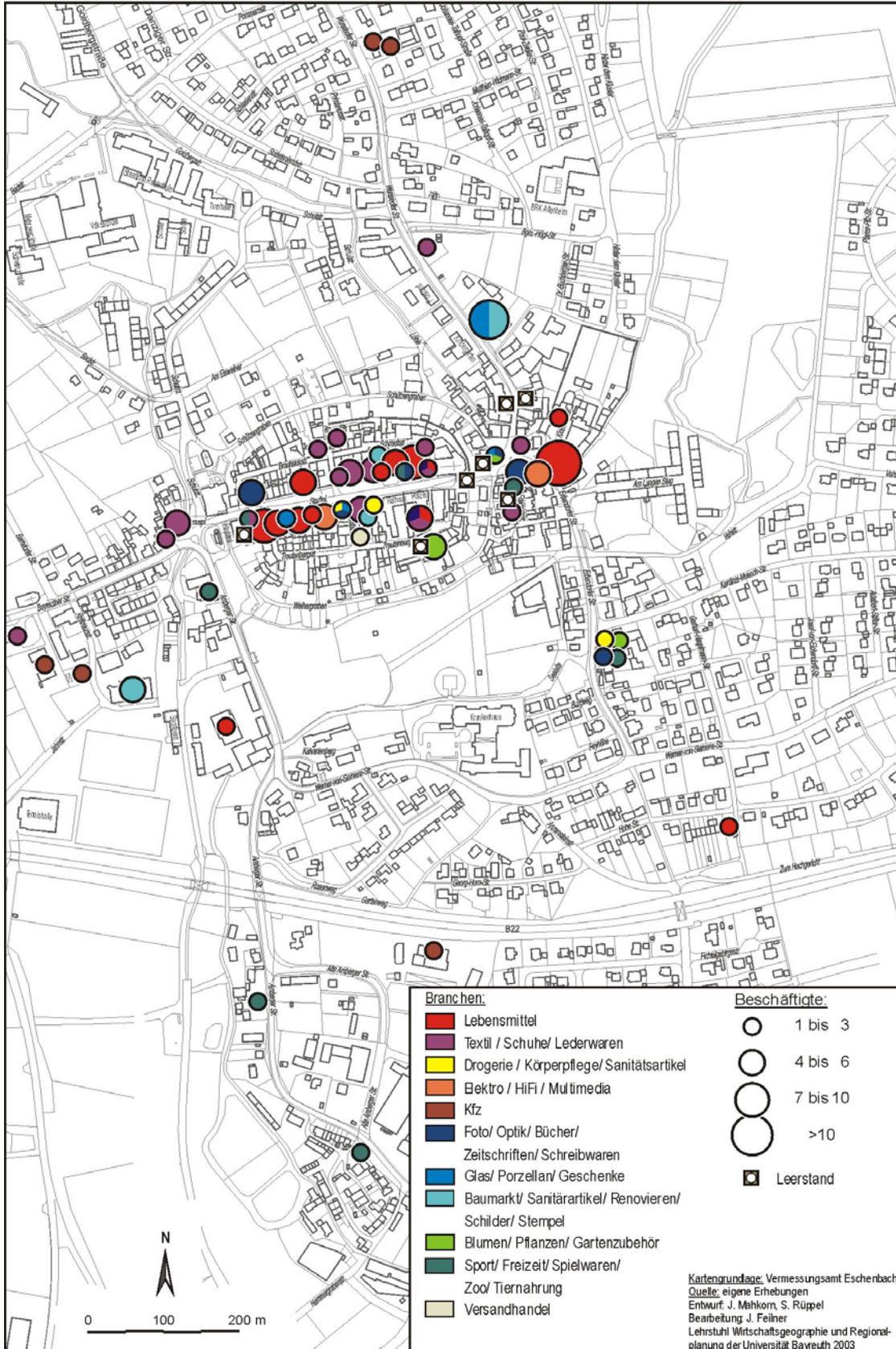
platzes und des Cammerloherplatzes mit seinen abzweigenden Seitenstraßen ein gewachsenes Standortgefüge. Des Weiteren befinden sich an den Ausfallstraßen Wunsiedler Straße, Erbdorfer Straße und Bayreuther Straße noch vereinzelt Einzelhandelsbetriebe (siehe Karte 9).

Im Bereich des **Gewerbegebietes West** (siehe Karte 8) konzentrieren sich die Einzelhandelsbetriebe vorrangig entlang der Bayreuther Straße. Man findet hier vor allem großflächigen Lebensmitteleinzelhandel mit Gütern auch aus dem zentrenrelevanten Bereich, Kfz-Betriebe und einen großen Baumarkt. Weitere Branchen, wie Bürobedarf, Farben/Tapeten und ein Tankstellenshop befinden sich in den Seitenstraßen des Gewerbegebietes.

Karte 8 Branchenausrichtung und Einzelhandelsgebiete im Gewerbegebiet West (Nov. 2003)



Karte 9 Branchenausrichtung und Einzelhandelsstandorte in der Innenstadt von Kemnath (Nov. 2003)



Gerade die aktuelle Situation im **Gewerbegebiet** gilt es im Rahmen des SEEK genauer zu beleuchten, hier sind sowohl **städtebaulich/architektonische** Missstände augenfällig, umso mehr, da es sich um den wichtigsten Ortseingang von der B 22 kommend handelt, als auch aus **betriebswirtschaftlicher Hinsicht** sind bei den ansässigen Einzelhandelseinrichtungen Veränderungen zu erwarten. Einige der ansässigen Discounter bzw. Verbrauchermärkte sind in ihrem Sortiment nicht mehr auf dem Stand der neusten Konzeptionen der Ketten und können aufgrund der Gebäudegröße auch kaum die branchenüblichen Sortimentserweiterungen (v.a. Sortimentsverbreiterungen im Tiefkühlkost- und convenience-Bereich sowie bei Frischwaren vornehmen. Ferner ist teilweise die Anliefer- und Parksituation verbesserungsbedürftig.

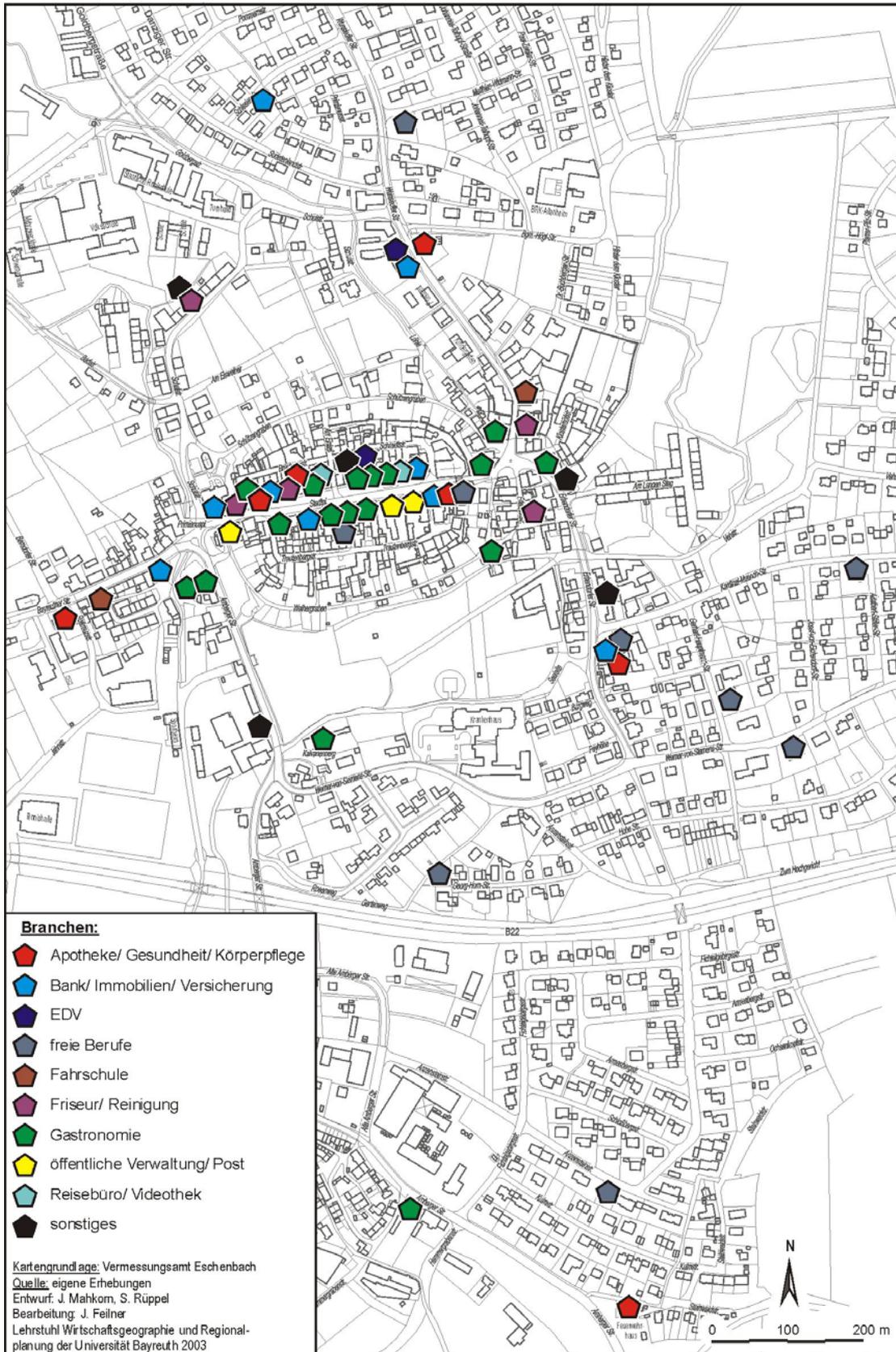
In den Ortsteilen von Kemnath befinden sich außer in Eisersdorf mit der Schustersmühle und in Waldeck keine weiteren Einzelhandelsstandorte.

Neben dem Einzelhandel sind insbesondere Basisdienstleistungen ein prägendes Element einer Innenstadt. Sie tragen auch wesentlich zur Attraktivität einer Innenstadt bei und fungieren somit als wichtige Frequenzbringer für den Einzelhandel. Wie in Karte 10 zu erkennen ist, trifft dies auch für Kemnath zu. Die **Dienstleistungsbetriebe** v.a. aus den Bereichen der Gastronomie, Banken und Versicherungen, Apotheken und Friseure befinden sich in erster Linie im direkten **Innenstadtbereich** oder direkt daran anschließend. Im **Gewerbegebiet** von Kemnath (s. Karte 11) sind verschiedene Branchen, wie ein Abschleppdienst, ein Friseur, eine Spielothek und zwei Läden für Gesundheit und Körperpflege anzutreffen. Diese Dienstleistungsbetriebe runden das vielfältige Angebot im Gewerbegebiet ab. In **Waldeck** konzentrieren sich der Einzelhandel und die Dienstleistungsbetriebe, hauptsächlich Gastronomie am Unteren Markt (siehe Karte 12), jedoch sind auch in den Seitenstraßen vereinzelt Dienstleistungsbetriebe wie beispielsweise Versicherungsvertreter und Kosmetiksalons ansässig.

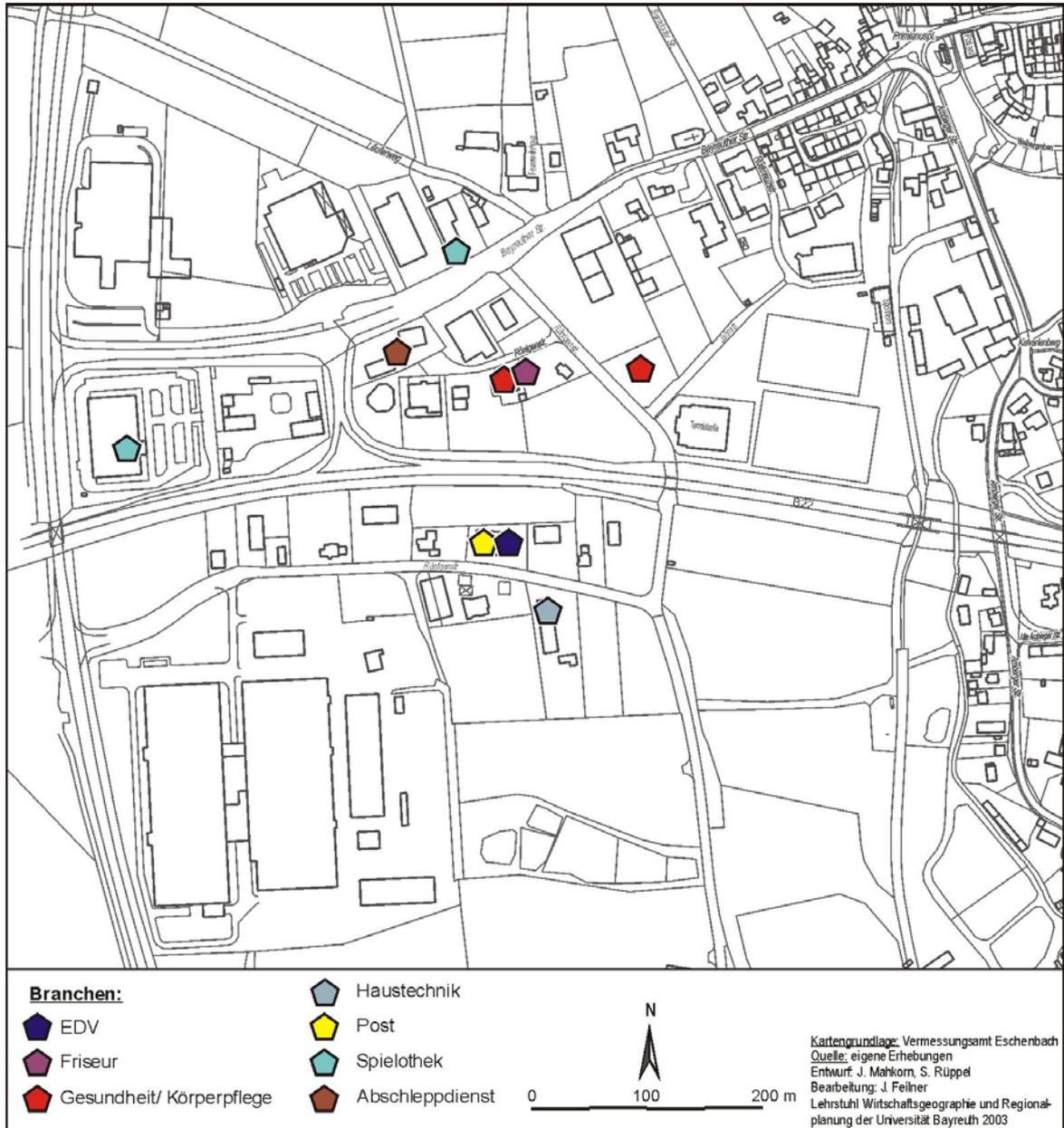
Hinsichtlich der **Versorgungssituation in den anderen Ortsteilen** von Kemnath lässt sich feststellen, dass keine nennenswerte Grundversorgung, ausgenommen Waldeck, in den jeweiligen Orten gegeben ist. Die Bevölkerung ist hier darauf angewiesen, sich mit Gütern des täglichen, kurzfristigen Bedarfs in der Kernstadt Kemnath oder in den nächstgelegenen Zentren Erbdorf, Speichersdorf oder Pressath einzudecken. Vor allem für ältere, zumeist immobile Menschen erweist sich somit die Versorgung mit diesen Gütern oftmals als problematisch, wenn diese Einkäufe nicht durch Dritte erledigt werden können.

Leerstehende Einzelhandelsflächen erweisen sich für die Attraktivität der Stadt oftmals als problematisch. Auf Dauer erleidet der gesamte Einzelhandelsstandort einen Imageverlust. Einen Überblick über derzeit vorhandene **Leerstände** ist ebenfalls der Karte 9 zu entnehmen. Die Leerstände in Kemnath befinden sich hauptsächlich im Bereich des Cammerloherplatzes und in den Nebenstraßen des Stadtkerns, wie beispielsweise in der Trautenbergstraße. Die Haupteinkaufsstandorte am Stadtplatz weisen größtenteils keine Leerstände auf. Ursachen von Leerständen sind zum einen eine Konzentration auf sog. „Top-Lagen“ in allen Städten. Zum anderen sind unvorteilhaft zugeschnittene und bei manchen Sortimenten zu kleine Verkaufsflächen der Grund. Hier wäre beispielsweise der Umzug der NKD-Filiale vom Cammerloherplatz auf den Stadtplatz zu nennen.

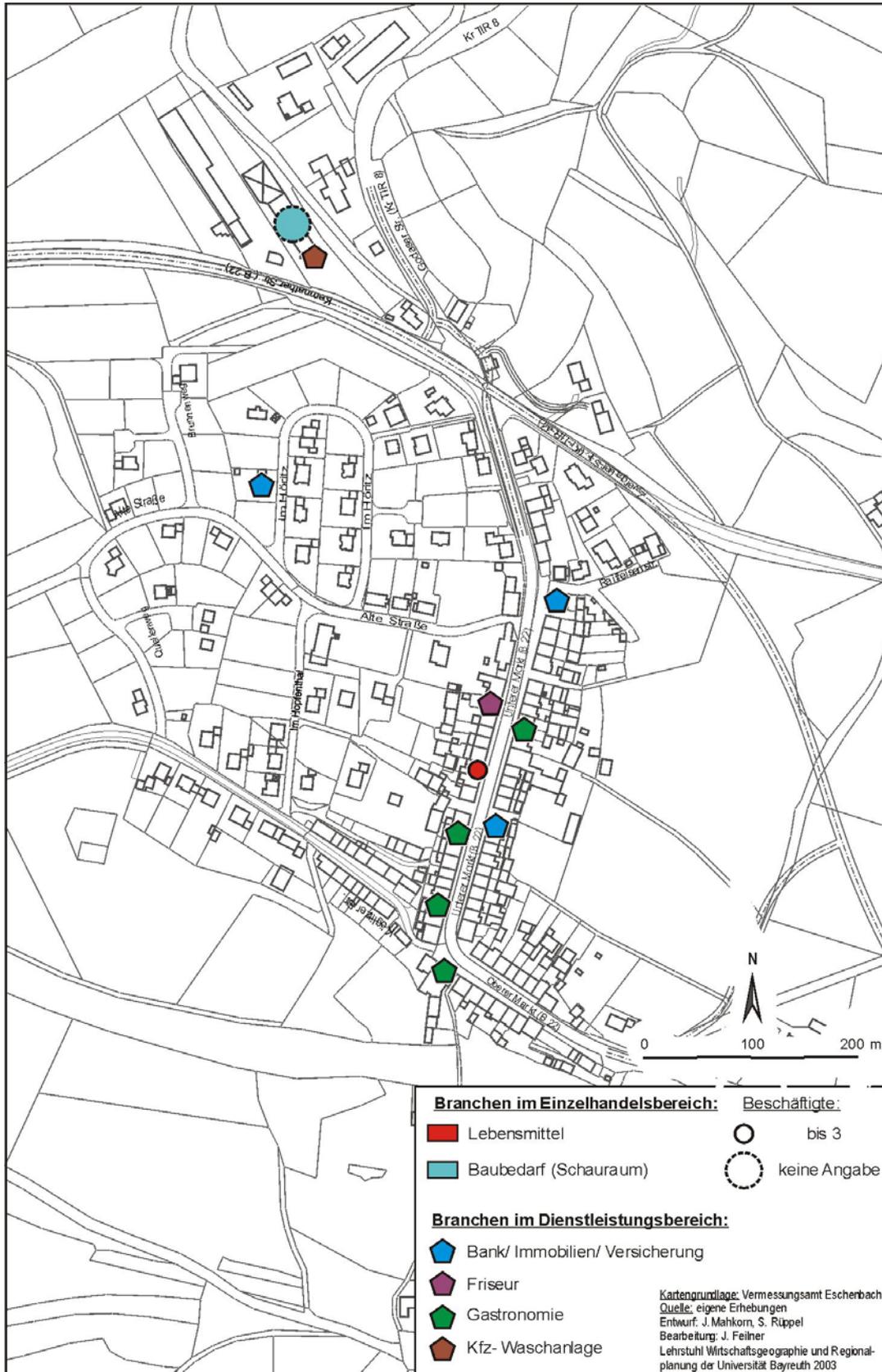
Karte 10 Dienstleistungsstandorte in der Innenstadt von Kemnath (Nov. 2003)



Karte 11 Branchenausrichtung und Dienstleistungsstandorte im Gewerbegebiet West
(Nov. 2003)



Karte 12 Einzelhandels- und Dienstleistungsstandorte im Ortsteil Waldeck (Nov. 2003)



3. Beurteilung der Einzelhandelssituation und zukünftiger Entwicklungen durch die Einzelhändler

3.1 Innovationsverhalten der Einzelhändler

Die durchgeführte Einzelhändlerbefragung ermöglicht auch Rückschlüsse auf das **Innovationsverhalten** der Einzelhändler. Aufgrund des seit Jahren immer stärker werdenden Konkurrenzkampfes im Einzelhandel sind betriebliche Anpassungen an neue Marktgegebenheiten häufig unumgänglich. V.a. in bezug auf die Sortimentsstruktur und die Veränderungen innerhalb der Betriebsräume trifft dies zu. Es kommt jedoch teilweise auch zum Ausscheiden von Wettbewerbern aus dem Markt, also zu bevorstehenden Geschäftsaufgaben.

Von den 50 antwortenden Unternehmen gaben nur fünf, an ihr Geschäft in den nächsten 3 Jahren aufgeben zu wollen, entweder aus Altersgründen (4 Nennungen) oder wegen zunehmendem Konkurrenzdruck (1 Nennung). Eine akute Gefahr für die gewachsene Einzelhandelsstruktur aufgrund anstehender **Geschäftsaufgaben** scheint nicht zu bestehen, da es sich v.a. um Aufgaben in gut am Standort vertretenen Branchen (z.B. Lebensmittel und Automobilzubehör) handelt.

Es ist allerdings auch eine Abschätzung dieses Themas für die weitere Zukunft nötig. Daher konnten sich die Einzelhändler im Zuge der Befragung mittels Fragebogen auch hinsichtlich eines **Betriebsnachfolgers** äußern (vgl. Tab. 15). Bei dieser Frage gaben nur 8 Betriebe an, dass die Nachfolge auf keinen Fall gesichert ist. Man muss jedoch auch die 23 Betriebe betrachten, bei denen die Nachfolge nur möglicherweise gesichert ist. Im Vergleich hierzu konnte nur ein Sechstel ein eindeutiges „ja“ geben. Zukünftige Probleme aufgrund fehlender Betriebsnachfolger sind somit nicht auszuschließen.

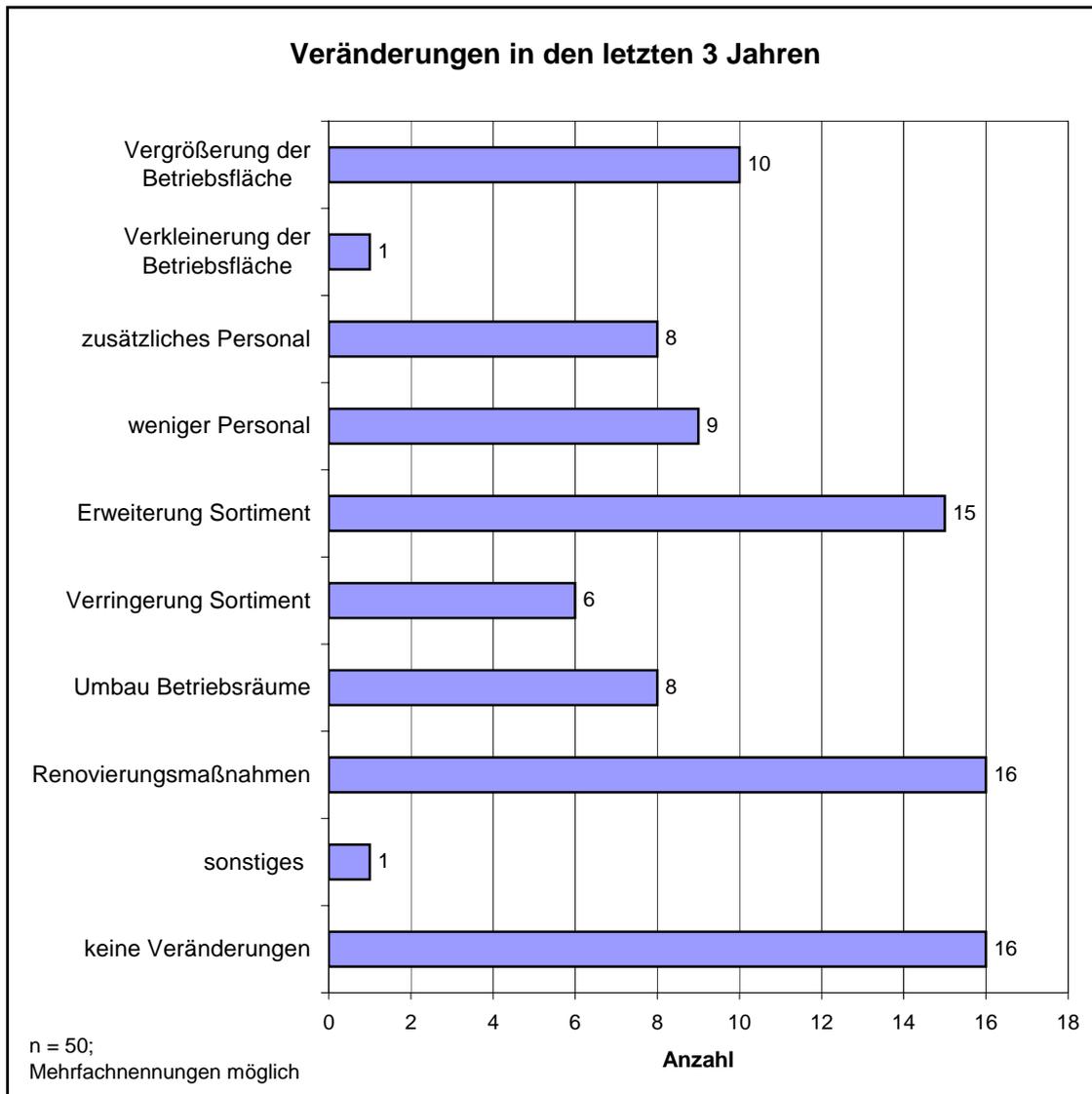
Tab. 15 Betriebsnachfolgesituation im Kemnather Einzelhandel

<i>Frage: Gibt es einen Betriebsnachfolger</i>		
	Anzahl der Geschäfte	Anteil (in Prozent)
Ja	8	16,7
Möglicherweise	25	52,0
Nein, sicher nicht	6	12,5
k.A.	9	18,8
Gesamt	48	100,0

Quelle: Eigene Erhebungen; Bayreuth 2003

Gefragt nach **betrieblichen Veränderungen**, die **in den letzten drei Jahren** durchgeführt wurden (vgl. Abb. 57), führten die meisten Einzelhändler Renovierungs- und Umbauarbeiten durch (24 Nennungen), Sortimentserweiterungen (15 Nennungen), Flächenvergrößerungen (10 Nennungen), Personalabbau (9 Nennungen) und Personalerweiterungen (8 Nennungen). Weniger Bedeutung haben Sortiments- (6 Nennungen) und Flächenverkleinerungen (1 Nennung). Knapp ein Drittel der Befragten gab an, keine Veränderungen durchgeführt zu haben (16 Nennungen).

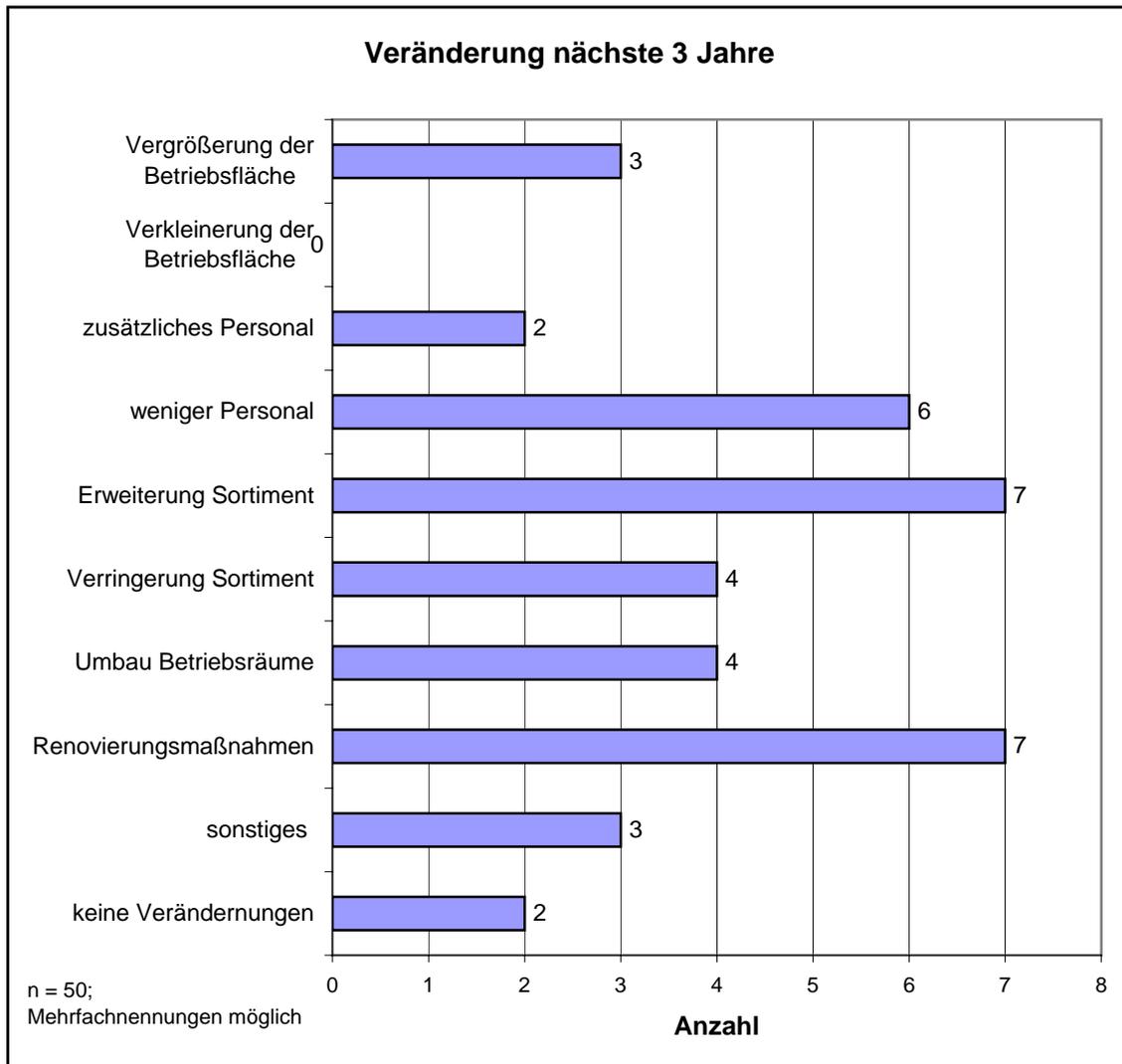
Abb. 57 Durchgeführte betriebliche Veränderungen 2000 bis 2003



Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

Betrachtet man nun die **in der Zukunft geplanten Veränderungen**, so stehen ebenfalls Umbau- und Renovierungsmaßnahmen (11 Nennungen) an erster Stelle. Es folgen Sortimentserweiterungen (7 Nennungen), und Personalabbau (6 Nennungen). Die übrigen Kategorien fallen mit zwei bis vier Nennungen weniger ins Gewicht. Über die Hälfte der Befragten geben an, dass keine Veränderungen für die nähere Zukunft geplant sind. Insgesamt lässt sich im Vergleich zu den Angaben der Veränderungen in den letzten 3 Jahren ein geringeres in die Zukunft gerichtetes Veränderungsbestreben der Einzelhändler feststellen (Abb. 58).

Abb. 58 Geplante betriebliche Veränderungen 2004 bis 2006



Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

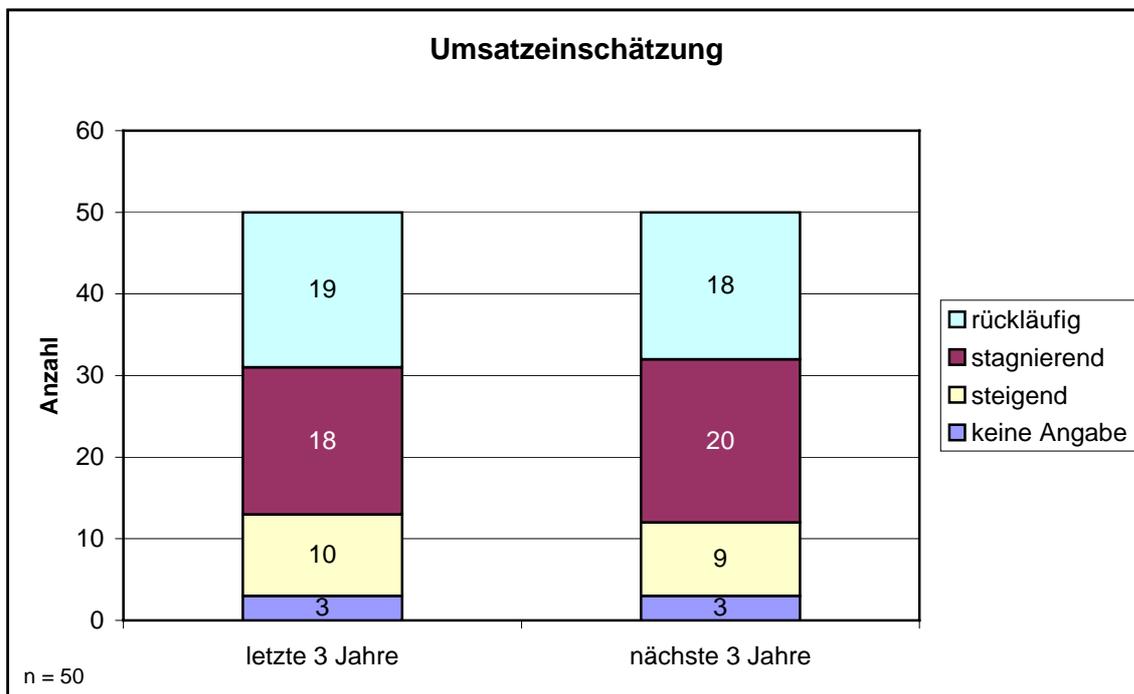
3.2 Einschätzung verschiedener Wirtschaftsfaktoren

Im Zuge der Befragung wurde den Händlern auch Gelegenheit geboten, sich zur **Umsatzentwicklung** zu äußern, die einen Indikator für die wirtschaftliche Situation der Betriebe ist und einen ersten Anhaltspunkt über Wettbewerbsdruck und Konkurrenzsituation darstellt.

Für die letzten 3 Jahre gaben jeweils rund ein Drittel der Befragten rückläufige (19 Nennungen) bzw. stagnierende Umsätze (18 Nennungen) an. Ein Fünftel der Befragten (10 Nennungen) gab an, in den letzten 3 Jahren steigende Umsätze verbucht zu haben. Die Umsatzeinschätzung für die Zukunft weist keine gravierenden Abweichungen von den bisherigen Umsatzzahlen auf. So rechnet jeweils rund ein Drittel der Befragten mit rückläufigen (18 Nennungen) bzw. stagnierenden Umsätzen (20 Nennungen). Wiederum gibt beinahe ein Fünftel der Befragten (9 Nennungen) an, steigende Umsätze zu erwarten (siehe hierzu Abb. 59).

Der größte Teil der befragten Einzelhändler (19 Einzelhändler), die eine Antwort gaben, nannten über 200.000 Euro **Jahresumsatz**, was auf eine stabile Einzelhandelsstruktur schließen lässt. Es gilt jedoch auch zu berücksichtigen, dass über ein Drittel der Befragten (38 Prozent) bei der Frage nach ihrem jährlichen Umsatz keine Angaben machte. Dies kann z.B. auf die Unternehmensphilosophie (Geheimhaltung) bei größeren Filialbetrieben zurückzuführen sein, oder dass Betriebe mit niedrigem Umsatz diesen ungern angeben. Problematisch kann der Weiterbestand bei den Einzelhändlern angesehen werden, die einen Umsatz unter 50.000 Euro angaben (4 Einzelhändler), insbesondere da diese die Zukunft auch eher verhalten beurteilen (1 mal rückläufiger, 2 mal stagnierender Umsatz). Insgesamt sind jedoch kaum Unterschiede in der Bewertung der Vergangenheit und Einschätzung der Zukunft zwischen den Umsatzklassen zu sehen.

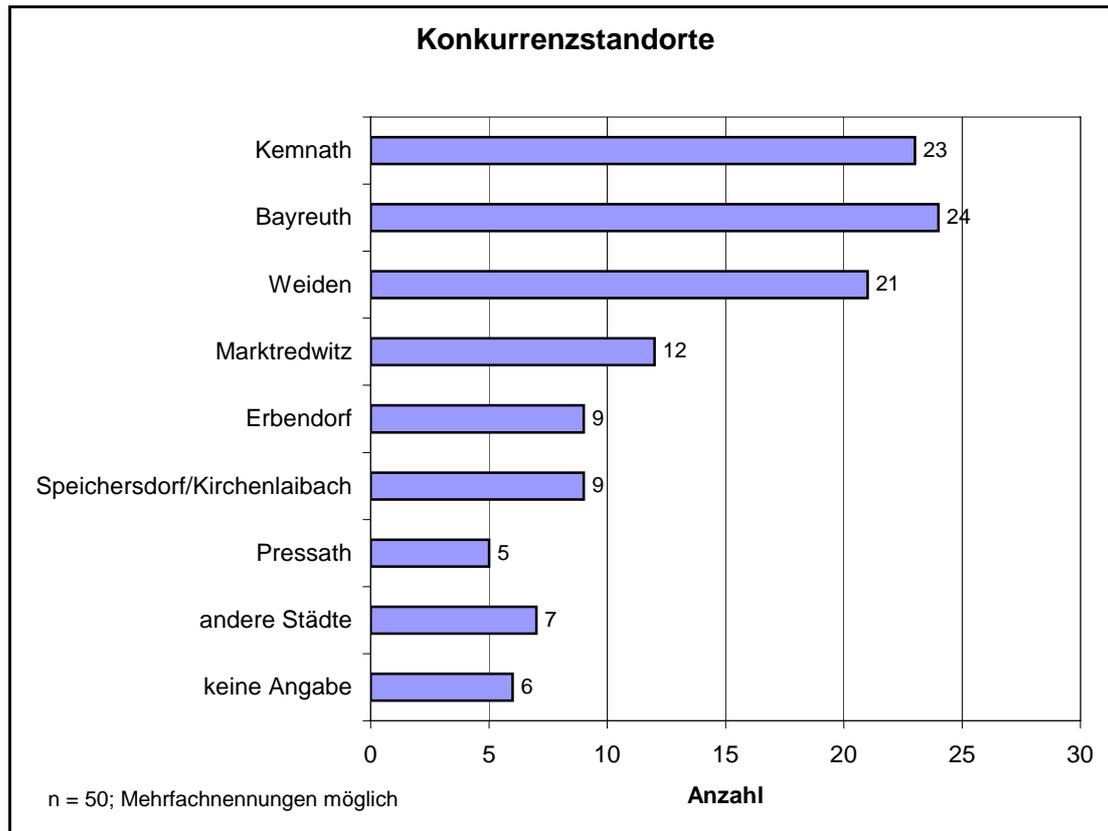
Abb. 59 Umsatzeinschätzung der Kemnather Einzelhändler 2003



Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

Ein wichtiger Aspekt der weiteren Wirtschaftspolitik und der Chancen des Einzelhandels zeigt sich in den wichtigsten **Konkurrenzstandorten** aus der Sicht der Kemnather Einzelhändler (Abb. 60). Als größte Konkurrenz wurden Bayreuth (24 Nennungen) und Weiden (21 Nennungen) gesehen; aber auch Geschäfte in Kemnath selbst bilden in ausgewählten Branchen eine starke Konkurrenz (23 Nennungen). Mit größerem Abstand – was die Anzahl der Nennungen betrifft, folgen die Standorte Marktredwitz (12 Nennungen), Erbendorf (9 Nennungen), Speichersdorf/Kirchenlaibach (9 Nennungen) und Pressath (5 Nennungen). Auf andere Städte entfielen 7 Nennungen.

Abb. 60 Konkurrenzstandorte aus der Sicht der Kemnather Einzelhändler 2003



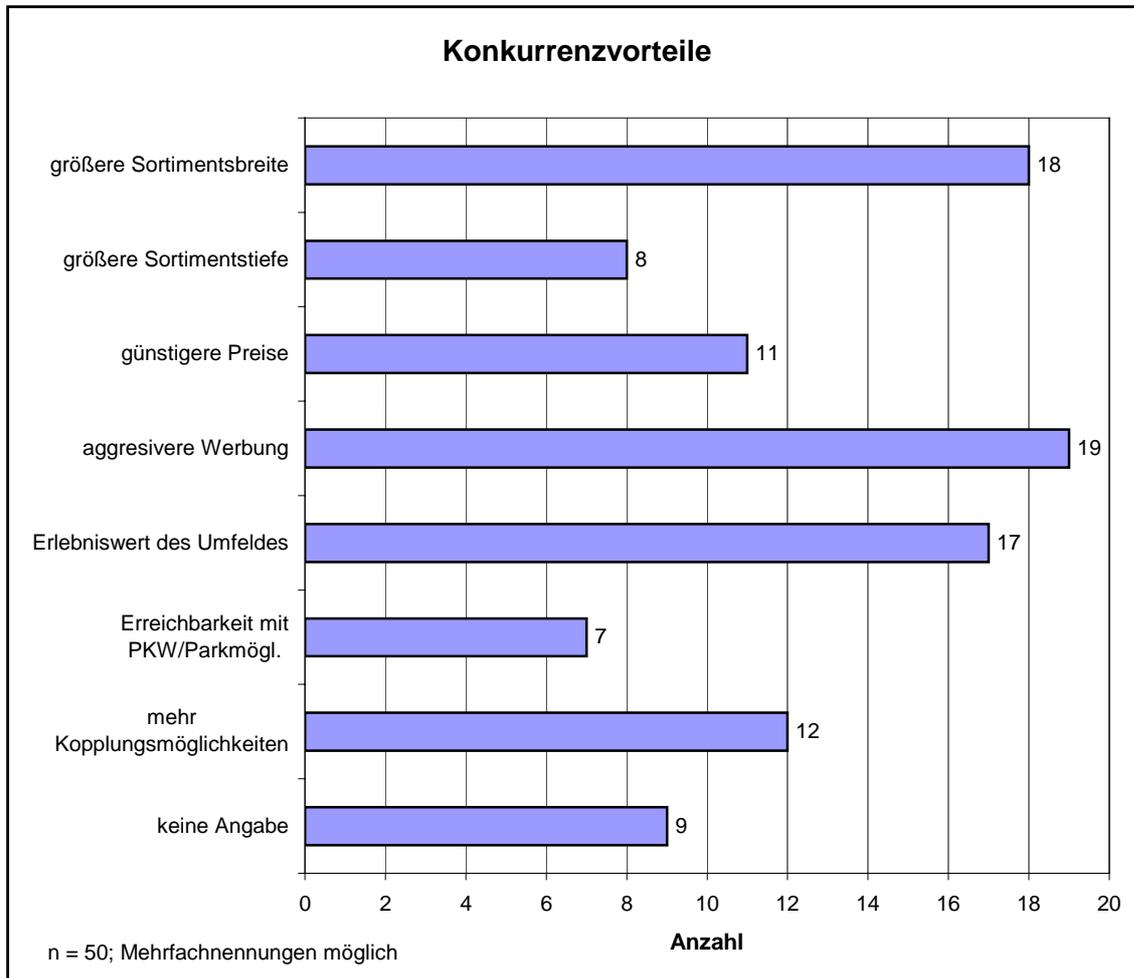
Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

Die Konkurrenz (siehe Abb. 61) sehen die Kemnather Einzelhändler hauptsächlich in der aggressiveren Werbung (19 Nennungen), der größeren Sortimentsbreite (18 Nennungen) und dem größeren Erlebniswert des Umfeldes (17 Nennungen) der anderen Standorte. Die genannten Eigenschaften aggressivere Werbung und größere Sortimentsbreite treffen vor allem auf die Großfilialisten und Discounter zu, ein größerer Erlebniswert des Umfeldes bietet sich den Kunden v.a. in den größeren Städten und ihren Einkaufszentren. Des Weiteren sehen die Einzelhändler in den sich bietenden Kopplungsmöglichkeiten (12 Nennungen) und den günstigeren Preisen (11 Nennungen) **Vorteile der Konkurrenzstandorte**. Auch die größere Sortimentstiefe der Konkurrenz (8 Nennungen) und die Erreichbarkeit mit dem PKW einschließlich der sich dort bietenden Parkmöglichkeiten (7 Nennungen) sorgen für Konkurrenzvorteile. Nicht alle genannten Punkte sind von der Stadt bzw. den ansässigen Unternehmen beeinflussbar, jedoch in Bereichen wie dem Erlebniswert des Umfeldes oder den Kopplungsmöglichkeiten könnten Ansatzpunkte für ein weiteres Vorgehen zur Attraktivitätssteigerung des Einzelhandels in Kemnath liegen.

Als größter **Konkurrenzstandort** wird Bayreuth von den Kemnather Einzelhändlern angesehen, denn dieser Standort verzeichnet bei den **Konkurrenzinhalten** „Sortimentsbreite“, „Sortimentstiefe“, „Werbung“, „Erlebniswert des Umfeldes“ und „Kopplungsmöglichkeiten“ einem Oberzentrum entsprechend die häufigsten Nennungen. Neben Bayreuth erreichte Weiden in den Kategorien „Sortimentsbreite“ und „Erlebniswert“ des Umfeldes noch hohe Werte. In den beiden restlichen Kategorien „günstigere Preise“ und „Erreich-

barkeit mit PKW“ wurde Kemnath selbst am häufigsten genannt, was die Konkurrenz durch die Discounter widerspiegelt.

Abb. 61 Vorteile der Konkurrenzstandorte aus Sicht der Kemnather Einzelhändler 2003



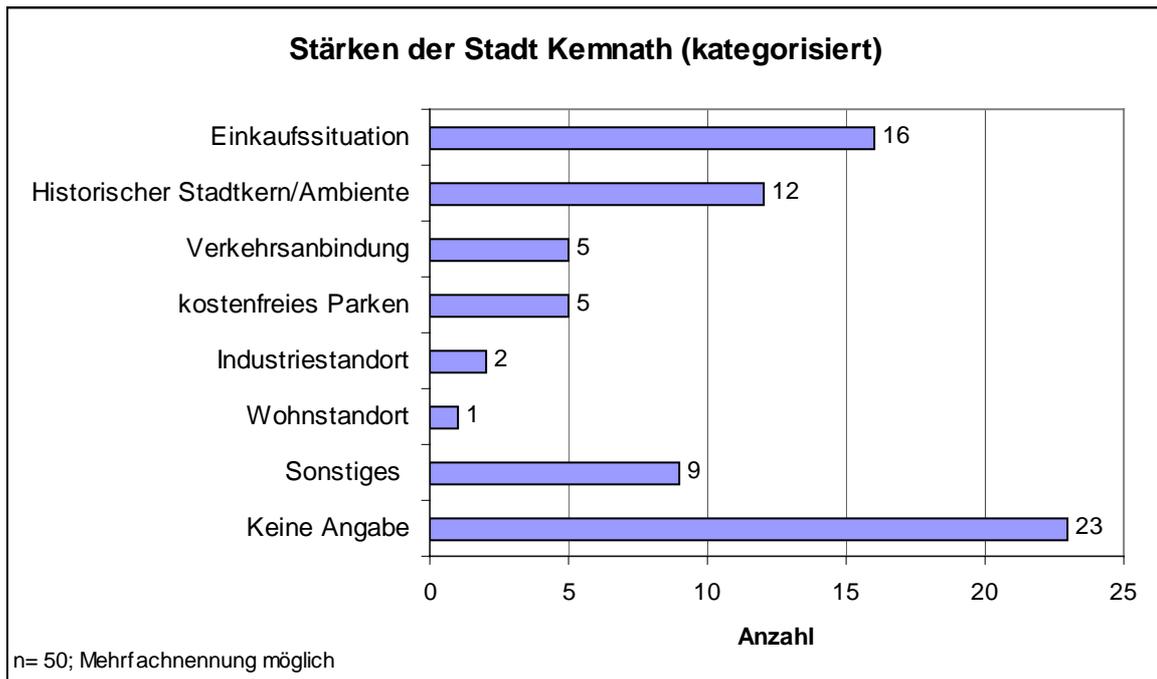
Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

3.3 Stärken und Schwächen Kemnaths sowie Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung aus Sicht der Einzelhändler

Im Rahmen der Befragung wurden die Einzelhändler ferner gebeten, spezifische Stärken und Schwächen Kemnaths aus ihrer Sicht darzulegen sowie Vorschläge zur Attraktivitätssteigerung der Stadt zu machen.

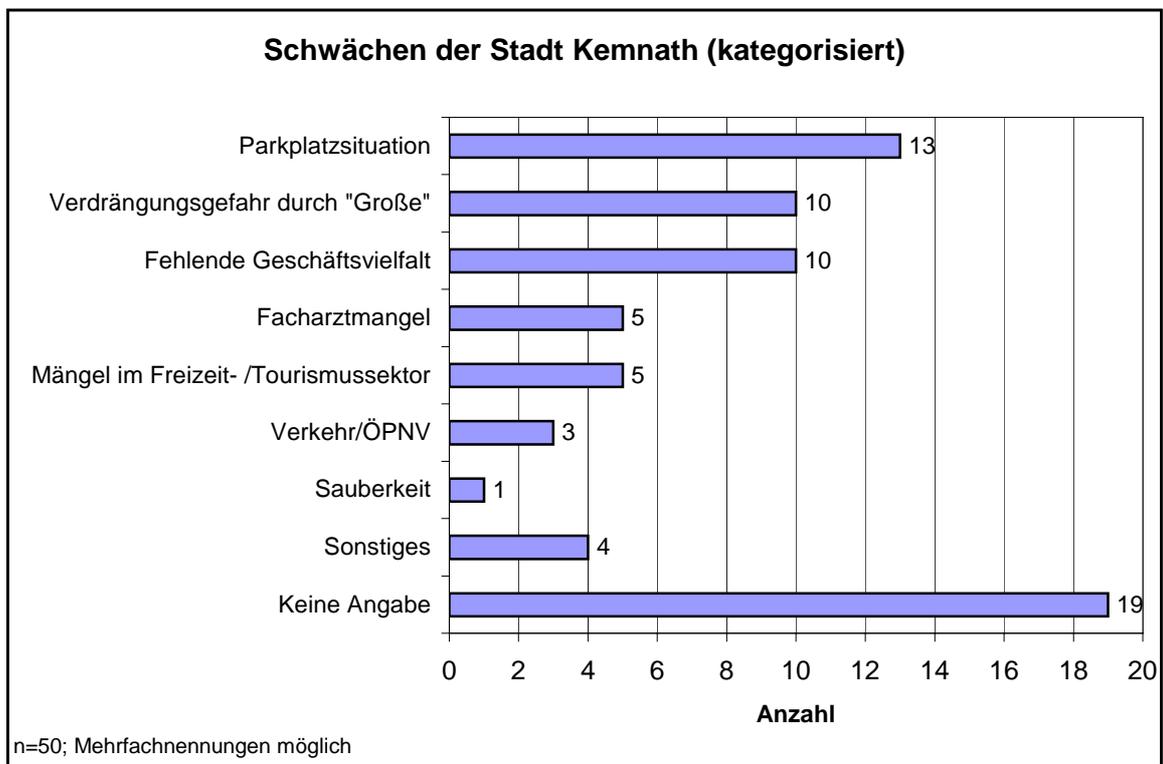
Als die **wichtigsten Stärken** der Stadt Kemnath betrachten die Einzelhändler die in Kemnath bestehende Einkaufssituation (mit 16 Nennungen) und den historischen Stadtkern bzw. das Ambiente innerhalb der Stadt mit (12 Nennungen). Zudem sind die Verkehrsanbindung mit dem PKW (5 Nennungen), das kostenlose Parken (5 Nennungen), die Attraktivität als Industrie- (2 Nennungen) und Wohnstandort (1 Nennung) weitere Stärken der Stadt Kemnath. Knapp die Hälfte der befragten Einzelhändler konnte jedoch keine spezifischen Stärken feststellen bzw. machte keine Angaben. (vgl. Abb. 62)

Abb. 62 Stärken Kernaths aus der Sicht der Einzelhändler 2003



Quelle: Eigene Erhebung, Bayreuth 2003

Abb. 63 Schwächen Kernaths aus Sicht der Einzelhändler 2003

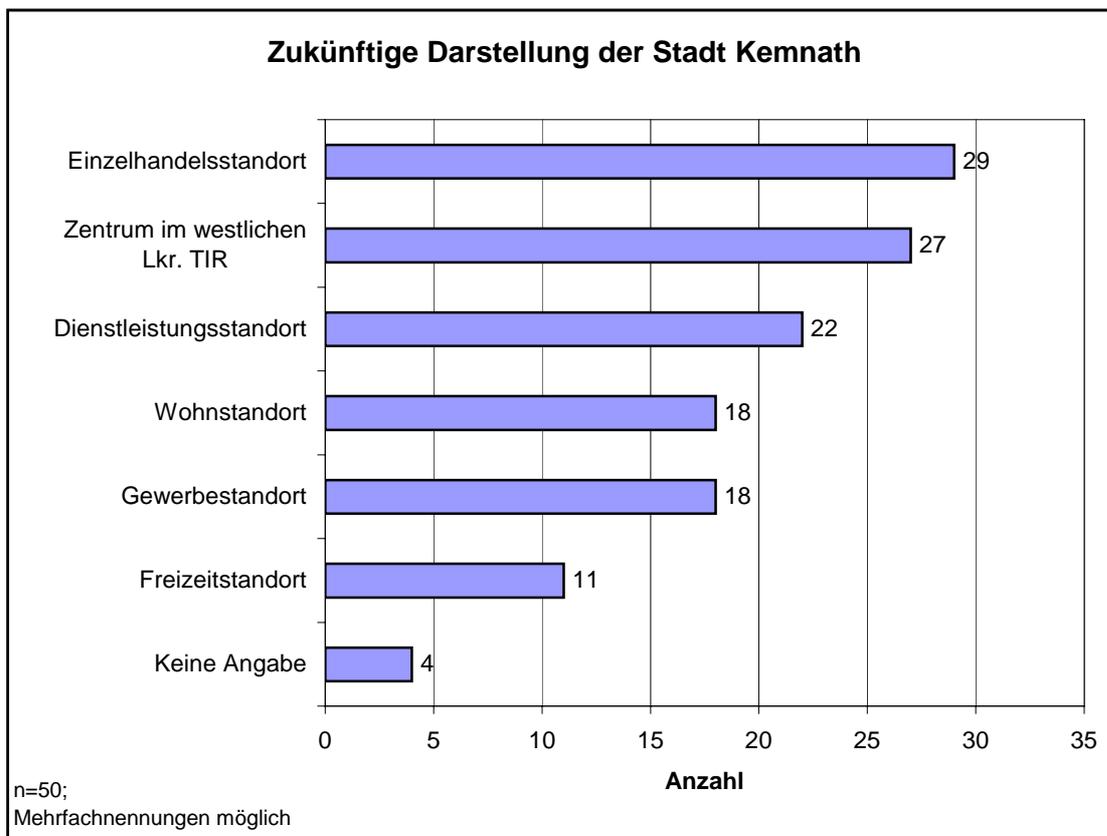


Quelle: Eigene Erhebung, Bayreuth 2003

Dahingegen bemängelten die Einzelhändler vor Ort (siehe Abb. 63) vor allem die schlechten Parkmöglichkeiten in der Innenstadt, bzw. die als zu kurz empfundene erlaubte Parkdauer am Stadtplatz (13 Nennungen). Des Weiteren sehen die Einzelhändler die Verdrängungsgefahr durch die großen Lebensmitteleinzelhändler am Ortsrand und die unzureichende Branchenvielfalt in Kemnath (jeweils 10 Nennungen) weitere gravierende **Schwächen**. Ebenfalls seien Mängel in der Ausstattung mit Fachärzten und im Freizeit- bzw. Tourismussektor in der Stadt Kemnath (jeweils 5 Nennungen) zu bemerken. Die Einzelhändler bemängeln zudem die Anbindung Kemnaths an den ÖPNV (3 Nennungen), die fehlende Sauberkeit am Stadtplatz, hervorgerufen durch den Mangel an Abfallkörben (1 Nennung). Keine Angaben bzw. keine konkreten Vorstellungen über Schwächen innerhalb der Stadt Kemnath hatten 19 Einzelhändler.

Um eine von den Einzelhändlern gesehene Entwicklungsrichtung für die Zukunft abschätzen zu können, sollten diese angeben, wie sich ihrer Meinung nach die Stadt zukünftig nach außen darstellen sollte (Abb. 64). Kemnath soll sich, wie nicht anders bei den Einzelhändlern zu erwarten, vor allem als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort positionieren (29 Nennungen bzw. 22 Nennungen). Auch könnte sich die Stadt stärker als Zentrum im westlichen Landkreis Tirschenreuth etablieren (27 Nennungen). Eher nachgeordnet stehen die Funktionen des Wohn-, Gewerbe- und Freizeitstandort (18, 18 und 11 Nennungen).

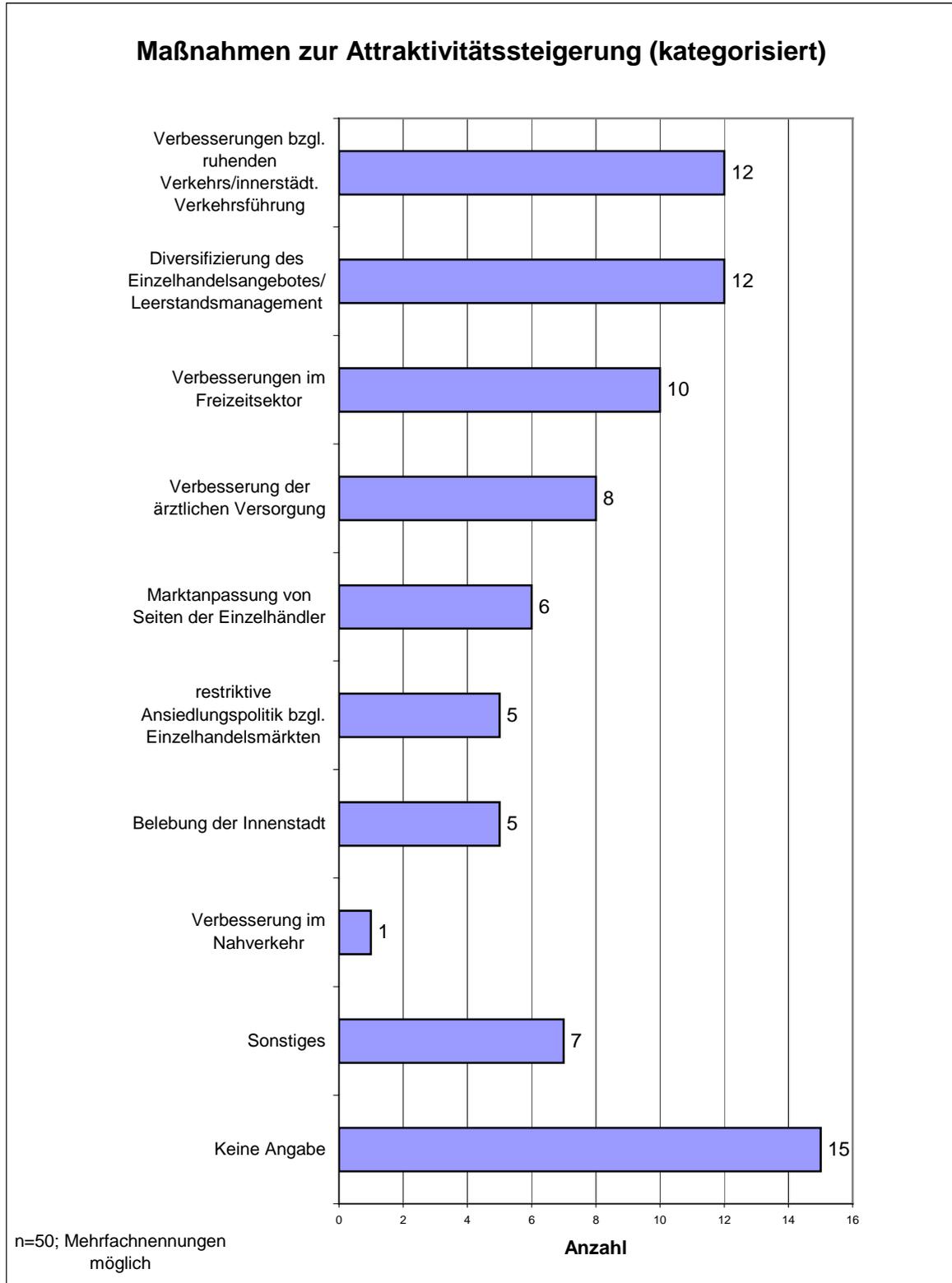
Abb. 64 Zukünftige Darstellung der Stadt aus Sicht der Einzelhändler



Quelle: Eigene Erhebung, Bayreuth 2003

Die Einzelhändler hatten darüber hinaus die Möglichkeit, in dem Fragebogen **Verbesserungsvorschläge** zur Situation in der Stadt Kemnath zu äußern (Abb. 65).

Abb. 65 Vorschläge der Einzelhändler zur Attraktivitätssteigerung der Stadt 2003



Quelle: Eigene Erhebung, Bayreuth 2003



Die Einzelhändler nannten vor allem Verbesserungen des gemeinsamen Auftritts der Geschäfte der Stadt Kemnath, wie zum Beispiel die Vereinheitlichung der Öffnungszeiten, auch zusammen mit den Dienstzeiten der Verwaltung (6 Nennungen). Ebenfalls soll die Attraktivität der Stadt durch weitere kulturelle Veranstaltungen und einen Ausbau der Freizeitinfrastruktur, wie zum Beispiel die Einrichtung eines Bootsverleihs am Stadtweiher, gesteigert werden (10 Nennungen). Die meistgenannten **Verbesserungsvorschläge** wurden im Bereich der innerstädtischen Verkehrssituation (12 Nennungen) und im Bereich der Diversifikation der Einzelhandelsangebote (12 Nennungen) gemacht. Des Weiteren sollte die ärztliche Versorgung durch Ansiedelung von Fachärzten verbessert werden (8 Nennungen). Die Innenstadt sollte durch Veranstaltungen u.ä. belebt werden (5 Nennungen) und eine weitere Ausbreitung von Lebensmittelgroßmärkten durch restriktive Ansiedlungspolitik (5 Nennungen) verhindert werden.

4. Versorgungssituation in Kemnath aus Sicht der Bevölkerung

Auch im Rahmen der Bevölkerungsbefragung wurden einzelhandelsrelevante Fragen erhoben. Sie geben einen Einblick in die Kemnather Einzelhandelssituation aus Sicht der Nachfrager.

4.1 Versorgungsorientierung und Defizite bei Dienstleistungen

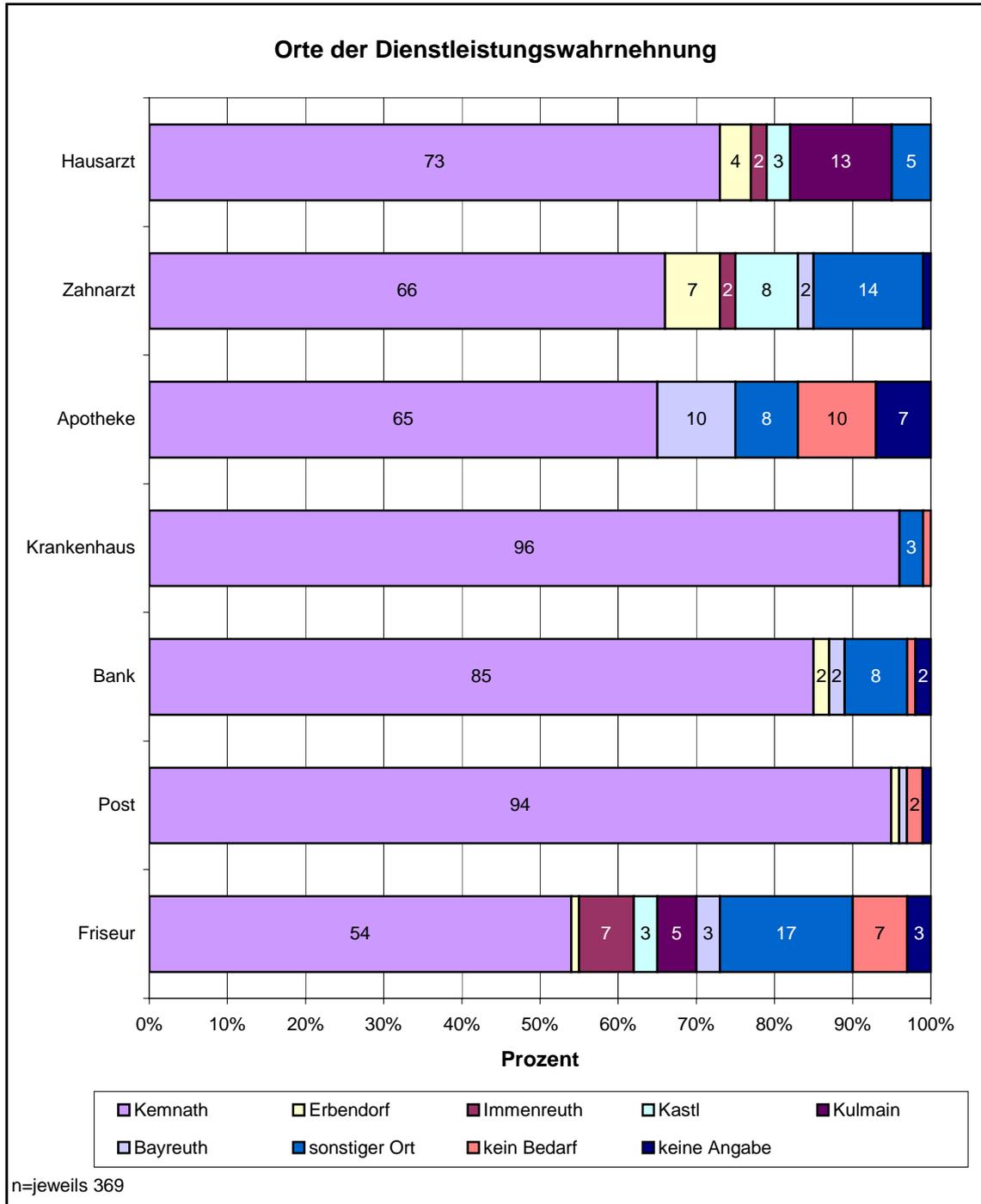
Die Bevölkerung wurde bei der Befragung gebeten, den Hauptort der Inanspruchnahme von Grunddienstleistungen zu nennen (siehe Abb. 66). Es wurden v.a. Dienstleistungen abgefragt, die häufig in Koppelung mit einem Einkauf in Anspruch genommen werden.

Der Anteil der Dienstleistungen, welcher in Kemnath beansprucht wird, variiert sehr stark zwischen den unterschiedlichen Kategorien. Die mit Abstand höchsten Werte der **in Kemnath nachgefragten Dienstleistungen** erreichen das Krankenhaus mit 96 und die Post mit 94 Prozent. Deutliche Konkurrenz zeigt sich vor allem im Friseurbereich. In dieser Kategorie wird das Kemnather Angebot nur von 54 Prozent der Befragten genutzt. Insgesamt gesehen scheinen die Orte Erbdorf, Immenreuth, Kastl und Kulmain im Bereich der Grunddienstleistungen eine gewisse Konkurrenz zu spielen, insbesondere im Ärztebereich. Sonstige Orte wurden nur wenige und v.a. nur bei bestimmten Dienstleistungen genannt. So gehen z.B. jeweils über 2 Prozent der befragten Kemnather nach Presath, Weiden oder Speichersdorf zum Zahnarzt, auch bei den Apotheken spielt Weiden mit knapp 4 Prozent eine nicht unbedeutende Rolle. Bei den Banken wurde insbesondere von den Befragten aus den Ortsteilen auch die Filiale in Waldeck explizit erwähnt (knapp 3 Prozent).

Die Notwendigkeit von **Verbesserungen im Dienstleistungsbereich** sahen 207 der befragten Kemnather (52 Prozent), diese Personen machten insgesamt 210 Vorschläge aus (Abb. 67). Nennenswerte Verbesserungen wurden von der Bevölkerung lediglich hinsichtlich des Facharztangebots geäußert (81 Prozent der Nennungen), hierbei wurde neben dem allgemeinen Wunsch nach Fachärzten vor allem die Ansiedlung eines Augenarztes (29 Nennungen) gefordert.

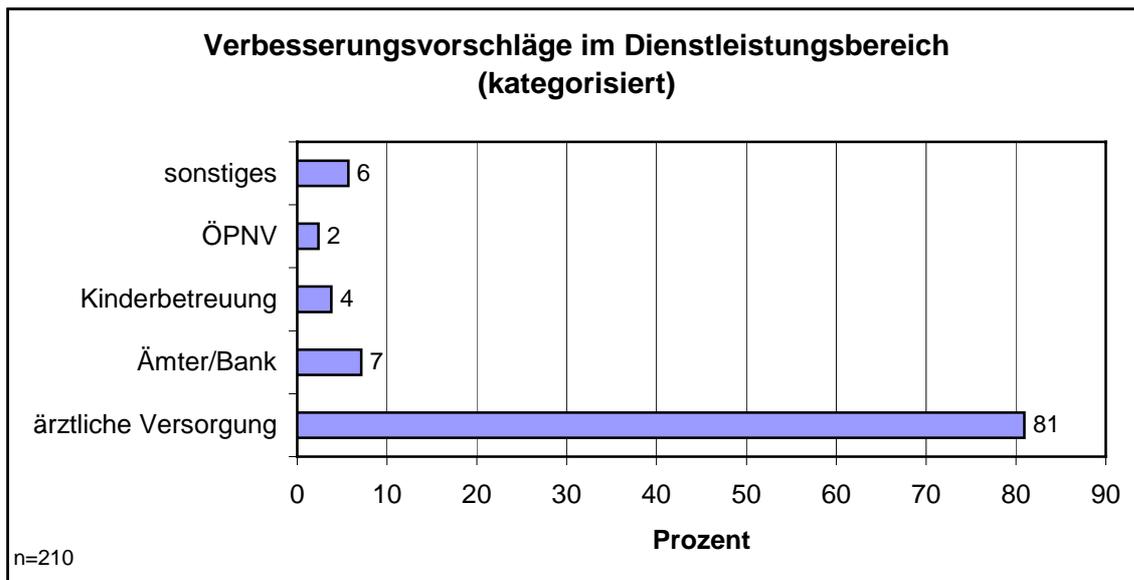


Abb. 66 Versorgungsorientierung der Bevölkerung bei haushaltsnahen Grunddienstleistungen 2003



Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

Abb. 67 Fehlende Dienstleistungen in Kemnath aus Sicht der Bevölkerung 2003



Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

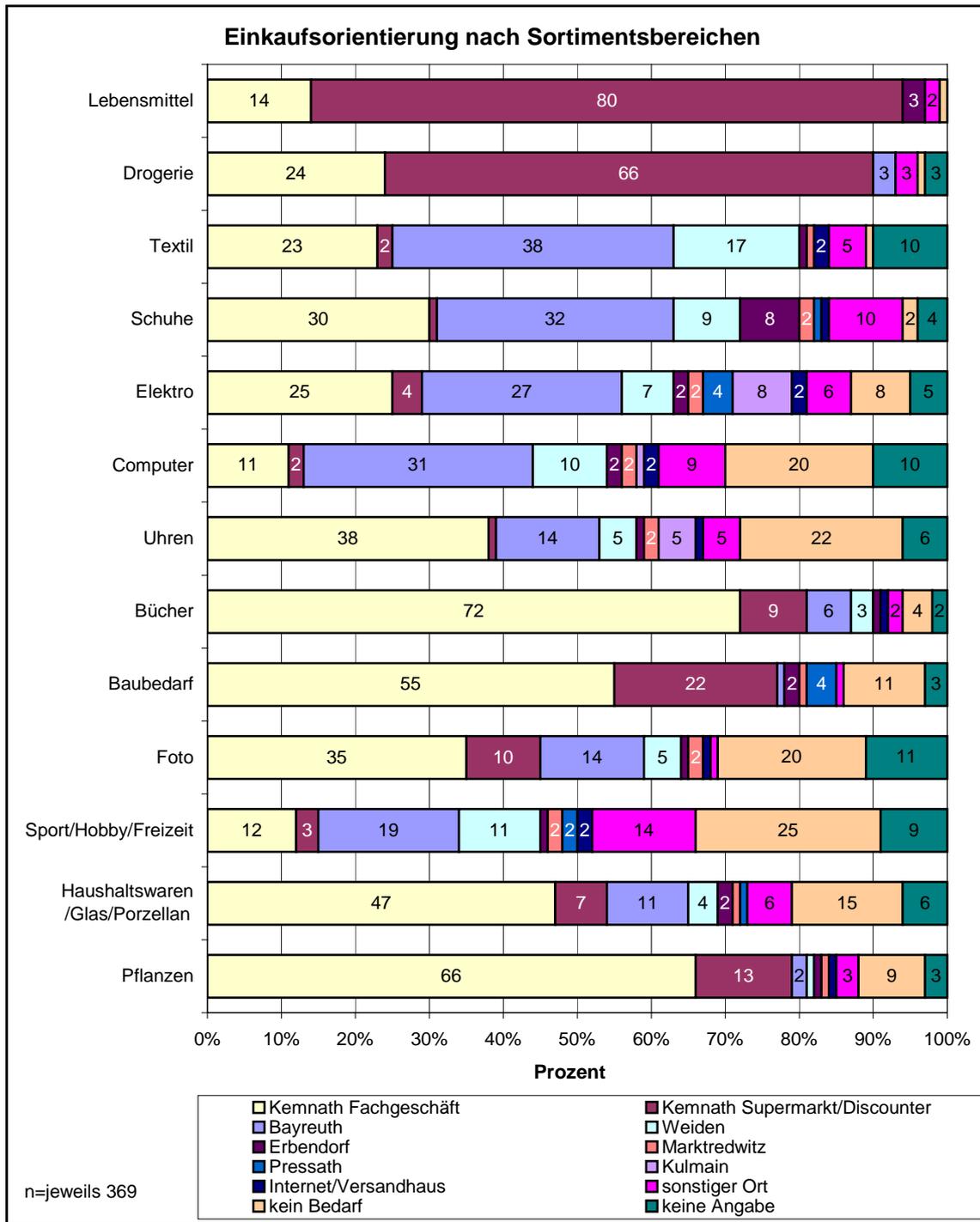
4.2 Einkaufsorientierung und Defizite im Einzelhandel aus Sicht der Bevölkerung

Hinsichtlich der **Einkaufsorientierung** der Kemnather Bevölkerung (vgl. Abb. 68) ergaben sich bei **Gütern des täglichen bzw. kurzfristigen Bedarfs** sehr hohe Werte für den Einzelhandelsstandort Kemnath. So werden Lebensmittel von 94 Prozent der Kemnather Bevölkerung (v.a. im Supermarkt/Discounter) und Drogerie- und Körperpflegeprodukte von 90 Prozent in Kemnath gekauft. Dies sind außerordentlich hohe Werte, welche u.a. auf das reichhaltige Angebot von Waren dieser Art vor allem im Gewerbegebiet Kemnaths zurückzuführen sind.

Auch bei Waren des **längerfristigen Bedarfs** erreicht Kemnath teils noch sehr hohe Werte. Gut positioniert und angenommen von den Kemnather sind die Bereiche Bücher (81 Prozent), Pflanzen (79 Prozent), Baubedarf (77 Prozent) sowie Haushaltswaren, Glas und Porzellan (54 Prozent).

Bei den Sortimenten Textil, Schuhe, Elektro, Computer, Uhren, Foto als auch Sport/Hobby/Freizeit erreichen die Werte lediglich von 13 bis unter 50 Prozent. Ein besonders hoher Kaufkraftabfluss in diesen Bereichen ist die Folge. Bei Gütern des längerfristigen Bedarfs sind v.a. die großen Zentren Bayreuth, Weiden und Marktredwitz als **Konkurrenzstandorte** zu sehen. Insgesamt werden vereinzelt auch die verschiedensten Zielorte in Oberfranken bis hin nach Kulmbach oder Bamberg und der Oberpfalz bis nach Mitterteich und Regensburg genannt. Von den Nachbargemeinden ist am ehesten Erbendorf als Konkurrent in den verschiedensten Bereichen anzusehen. Bei bestimmten Waren gilt dies auch für Kulmain (Elektrogeräte, Uhren), Pressath (Elektrogeräte, Baubedarf), Brand (Textilien) und Immenreuth (Sport/Freizeit).

Abb. 68 Einkaufsorientierung der Bevölkerung nach Sortimentsbereichen 2003

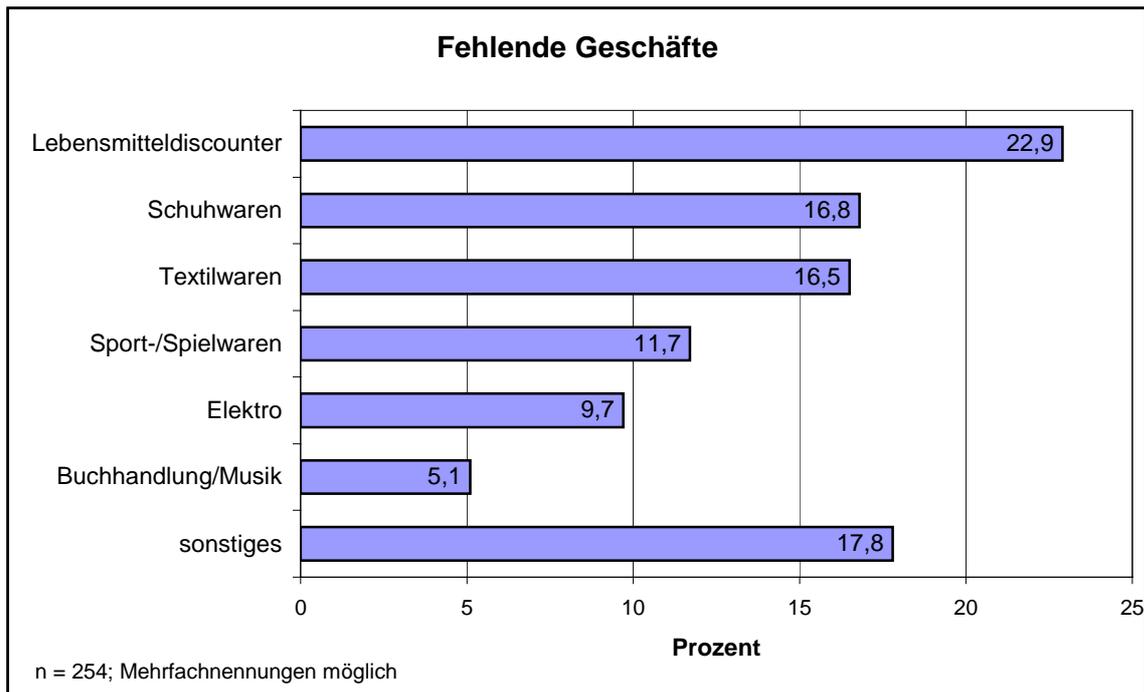


Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

Nach **fehlenden Geschäften** gefragt (Abb. 69), nannte die Bevölkerung vornehmlich einen Lebensmitteldiscounter (23 Prozent), wobei hier vom größten Teil ganz explizit ein Aldi-Markt genannt wurde, ein Schuh- (17 Prozent) und ein Textilwarengeschäft (17 Prozent). Vergleicht man diese Äußerungen noch einmal mit der Einkaufsorientierung nach Sortimentsbereichen, so wird deutlich, dass gerade in den Bereichen Schuh- und Textilwaren auch ein enormer Kaufkraftabfluss in die umliegenden Zentren zu verbuchen ist.



Abb. 69 Fehlende Geschäfte aus Sicht der Bevölkerung 2003



Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

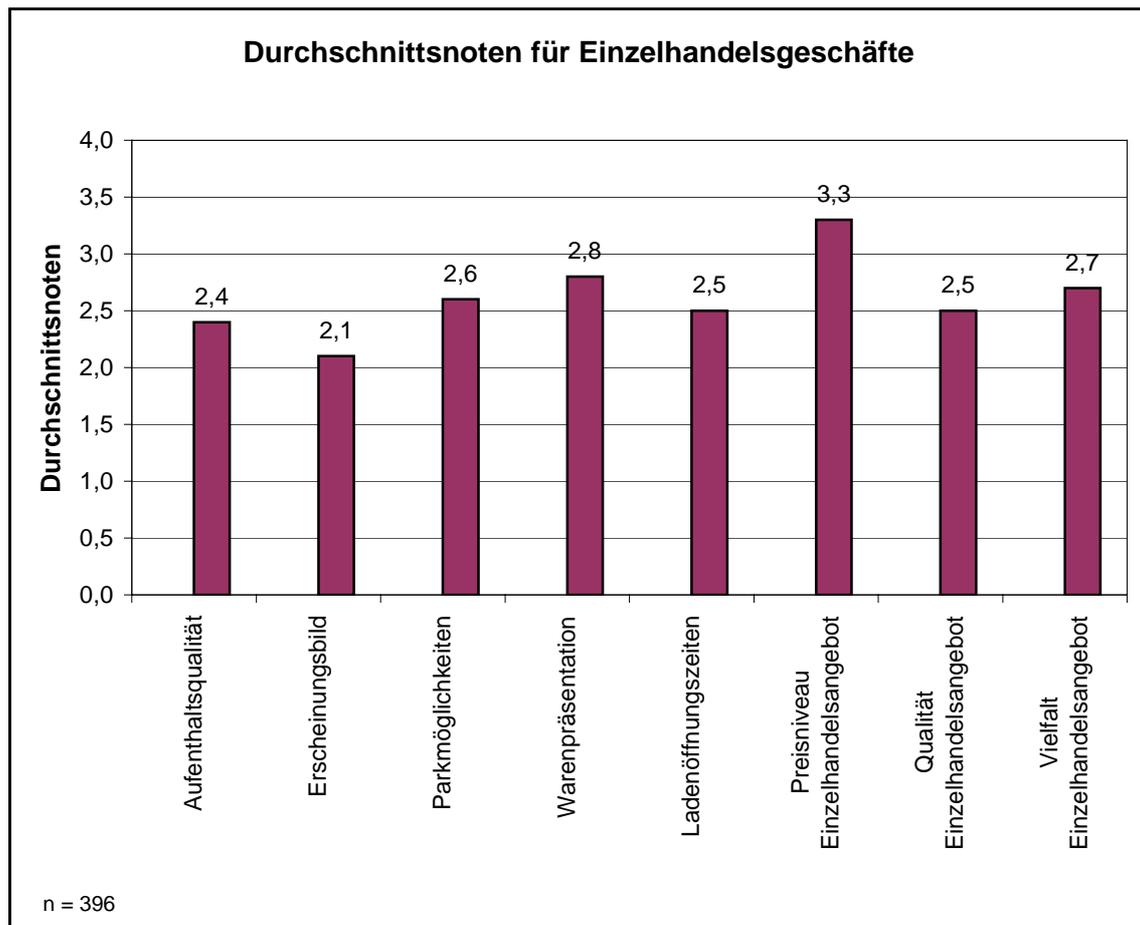
Es folgen der Wunsch nach einem Sport- oder Spielwarengeschäft (12 Prozent), nach einem Elektrofachgeschäft (10 Prozent) und nach einer Buchhandlung oder Angeboten von CDs u.ä. (5 Prozent). Zu erwähnen ist aber auch, dass etwas mehr als ein Drittel der Befragten (36 Prozent) **keine fehlendes Geschäfte** zu beklagen hatten.

Bei den fehlenden Geschäften im Textil- und Bekleidungsbereich wurden von über einem Drittel **spezielle Geschäfte** genannt, sowohl spezielle Angebot für Übergrößen oder für Jugendliche als auch günstige Ketten o.ä. wurden hier genannt. Auch im Bereich Schuhe wurden die Ketten Deichmann und Reno explizit gewünscht. Unter sonstigen Geschäften sind neben dem Möbelhandel v.a. auch verschiedene Fachgeschäfte, Feinkostläden oder Reformhäuser zusammengefasst.

4.3 Bewertung des Kemnather Einzelhandels aus Sicht der Bevölkerung

Insgesamt stellte die Kemnather Bevölkerung dem Kemnather Einzelhandel (im Sinne von Schulnoten) die Note 2,6 aus (Abb. 70). Diese **Beurteilung** zwischen gut und befriedigend lässt also durchaus Verbesserungsbedarf erkennen. Hinweise darauf, welcher Art dieser sein sollte, geben u.a. auch die vorangegangenen Erläuterungen.

Abb. 70 Bewertung des Kemnather Einzelhandelsangebots aus Sicht der Bevölkerung



Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2003

Im einzelnen schnitt das Erscheinungsbild des Kemnather Einzelhandels mit einer **Durchschnittsnote** von 2,1 am besten ab. Es folgen die Aufenthaltsqualität (Durchschnittsnote 2,4), die Ladenöffnungszeiten (Durchschnittsnote 2,5) und die Qualität des Einzelhandelsangebotes (Durchschnittsnote 2,5). Ähnliche Noten erhielten die Parkmöglichkeiten (Durchschnittsnote 2,6), die Vielfalt des Einzelhandelsangebotes (Durchschnittsnote 2,7) und die Warenpräsentation (Durchschnittsnote 2,8). Am schlechtesten schnitt das Preisniveau des Kemnather Einzelhandels ab (Durchschnittsnote 3,3).

5. Marktgebietsabgrenzung

Die Marktgebietsabgrenzung für Kemnath bildet die Grundlage für die Darstellung der Bedeutung als Einzelhandelsstandort sowie für Aussagen zu Kaufkraftpotenzialen, Bedarfen und z.T. auch zur Ermittlung von noch zulässigen Verkaufsflächen in Einzelhandelsgroßprojekten. Die Abgrenzung erfolgt dabei anhand mehrerer Kriterien, um zu einem möglichst breit abgesicherten Ergebnis zu gelangen. Dazu zählen insbesondere:

- Landes- und regionalplanerische Aussagen,
- Pendlerverflechtungen,
- Ergebnisse eines Gravitations- und Potenzialmodells,
- Beurteilung der Konkurrenzsituation und
- empirische Ergebnisse aus der Bevölkerungs- und Einzelhändlerbefragung und der Einzelhandelskartierung.

Kemnath ist im LEP 2003 als **mögliches Mittelzentrum** eingestuft. Es soll daher die Versorgungsfunktionen eines Unterzentrums für die Bevölkerung ihres Nahbereiches in vollem Umfang gewährleisten. Zum Nahbereich Kemnaths zählen die Gemeindegebiete der Stadt Kemnath, Kulmain, Kastl und Immenreuth. In Teilbereichen soll Kemnath als mögliches Mittelzentrum auch Funktionen eines Mittelzentrums wahrnehmen und trägt insoweit auch eine Versorgungsfunktion für die Nahbereiche benachbarter Klein- und Unterzentren.²⁴ Auf den Einzelhandel bezogen bedeutet dies, dass Kemnath neben der Grundversorgung der Bevölkerung im Nahbereich mit Gütern des täglichen Bedarfs auch zumindest in Teilbereichen eine Versorgungsfunktion für Güter des gehobenen Bedarfs für das direkt angrenzende Umland hat. Der Regionalplan für die Region Oberpfalz-Nord bescheinigt diesbezüglich Kemnath eine nur unzureichende Erfüllung der Einzelhandelsfunktion für seine Stellung als mögliches Mittelzentrum, weshalb hier Ausbaumaßnahmen im Handelssektor nötig sind.²⁵

Pendlerdaten geben Aufschluss über die Verflechtungen Kemnaths mit dem regionalen Umfeld (s. Kap. II 7.5). Wegen eines deutlichen Einpendlerüberschusses kann Kemnath als bedeutender regionaler Arbeitsstandort gelten. Die Quellgemeinden der Einpendler und die Zielgemeinden der Auspendler geben dabei auch wichtige Hinweise auf das Marktgebiet für den Kemnather Einzelhandel. Da einpendelnde Arbeitnehmer vom Konsumverhalten her sich oft am Arbeitsstandort mit versorgen, fließt hier der Stadt auch Kaufkraft zu. Umgekehrt geht bei Kemnather Auspendler auch Kaufkraft verloren. Zu den wichtigsten **Einpendlergemeinden** zählen Kulmain, Speichersdorf/Kirchenlaibach, Immenreuth, Erbdorf, Kastl, Neustadt am Kulm, Neusorg und Pressath. **Zielgemeinden für Auspendler** sind v.a. Bayreuth, Weiden und Erbdorf.

Weitere Hinweise auf das Marktgebiet Kemnaths ergeben sich aus den Ergebnissen eines sog. **Gravitations- bzw. Potenzialmodells**. Diese Modelle operieren im wesentlichen mit den Variablen der Attraktivität eines Standortes (z.B. über Verkaufsflächen, Umsätze oder aber auch Einwohnerzahlen oder sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) und Distanzen zu oder zwischen Einzelhandelsstandorten. Ein derartiges Vorgehen erlaubt eine relativ genaue Schätzung von Einzugsbereichen bzw. Marktgebieten, insofern die Rechenmodelle eine aktuelle raum-zeitliche Gültigkeit besitzen. Dies ist dann der Fall, wenn die entsprechenden Modellparameter genau kalibriert wurden, was allerdings nur unter einem enorm hohen Kostenaufwand für empirische Erhebungen zu erreichen ist. Für

²⁴ Vgl. Landesentwicklungsprogramm Bayern 2003, Ziel A III 2.1.6 mit Begründung

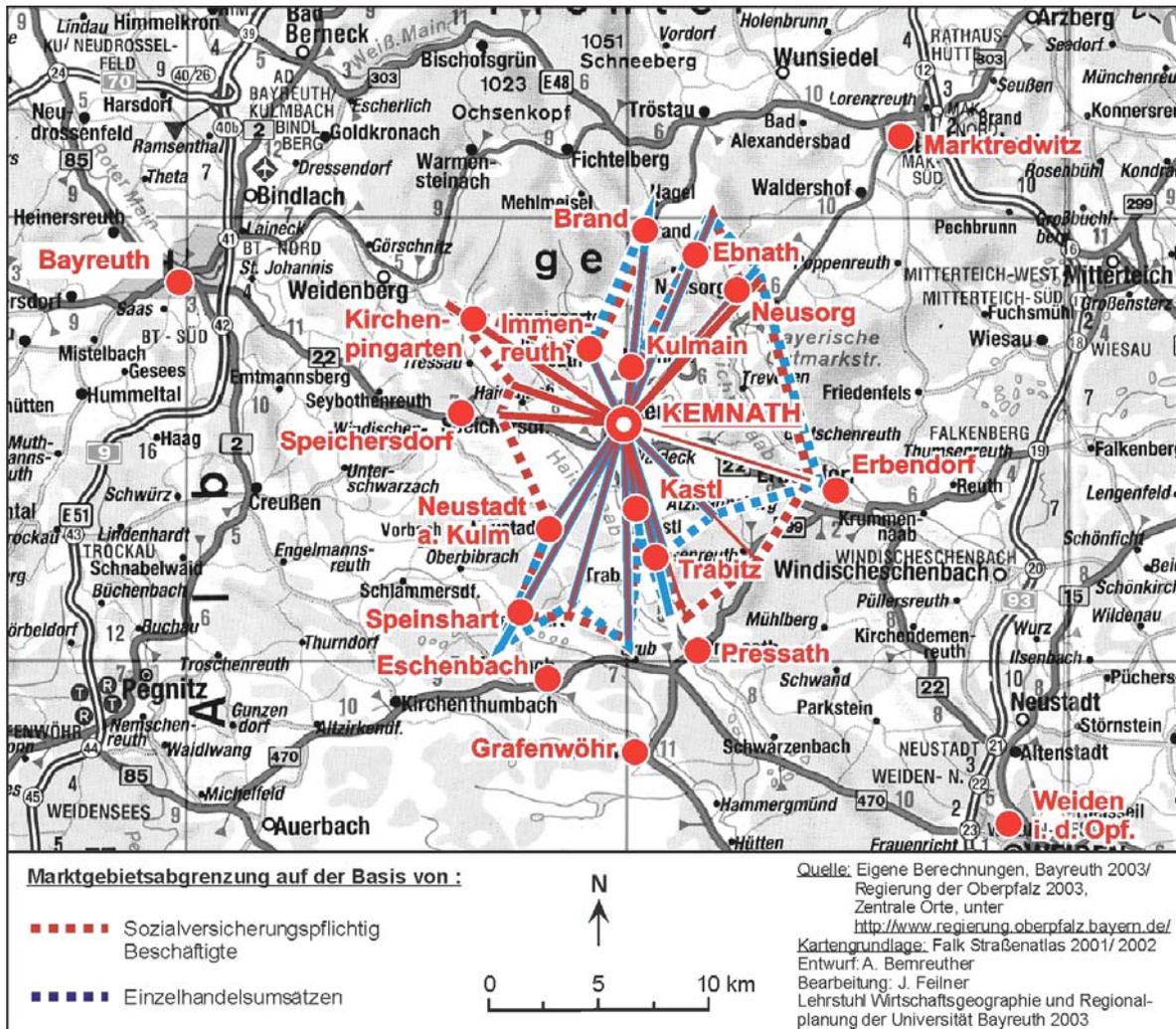
²⁵ vgl. Regionalplan Region Oberpfalz-Nord (6) 2002, Ziel A III 2.3 mit Begründung



Kemnath wurden deshalb Durchschnittswerte angenommen, um Hinweise auf das Marktgebiet zu bekommen.

Nach den **Ergebnissen des Gravitationsmodells**²⁶ gehören die Gemeinden Immenreuth, Kulmain, Kastl, Trabit, Speinshart und Neustadt am Kulm ganz, Neusorg, Brand, Ebnath und Kirchenpingarten größtenteils sowie Speichersdorf, Pressath und Erbdorf zu einem geringeren Teil zum Marktgebiet von Kemnath (vgl. Karte 13).

Karte 13 Marktgebietsabgrenzung nach einem Gravitationsmodell



Quelle: Eigene Berechnungen, Bayreuth (2004) / ADAC (2003), Routenplaner unter <http://www.adac.de> / Regierung der Oberpfalz (2003), Zentrale Orte unter <http://www.regierung.oberpfalz.bayern.de> / Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung (2001), Gemeindedaten, München

²⁶ Unkalibriertes Gravitationsmodell nach Converse. Es ergibt sich ein sog. Breaking-Point zwischen zwei Standorten. Als Variablen gingen der Einzelhandelsumsatz und/oder die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (als Hilfsgröße, falls Umsatzdaten nicht vorhanden) und Fahrkilometer (in der Darstellung angenähert) in das Modell ein.

Als Ergänzung zu diesem Gravitationsmodell wird zudem ein sog. **Potenzialmodell**²⁷ in die Betrachtung einbezogen. Hierbei wird die Sichtweise umgekehrt: Das Gravitationsmodell bezieht sich lediglich auf die Anziehungskräfte zwischen zwei Angebotsstandorten. Im Potenzialmodell gehen mehrere potentielle, konkurrierende Angebotsstandorte (hier also Gemeinden) in die Betrachtung mit ein, zwischen denen Nachfrager auswählen können. Als mögliche Angebotsstandorte neben Kemnath werden vornehmlich Bayreuth, Weiden und Marktredwitz berücksichtigt. Die Ergebnisse sind in Tab. 16 zusammengefasst. Sehr hohe Einkaufswahrscheinlichkeiten ergeben sich demnach für Kastl, Kulmain und Immenreuth, wo mehr als 50 Prozent der Bevölkerung wahrscheinlich in Kemnath einkaufen dürfte. Mittlere Einkaufswahrscheinlichkeiten zeigen sich bei Neustadt am Kulm, Trabit, Brand und Speinshart (20 bis 45 Prozent kaufen wahrscheinlich in Kemnath ein), während Ebnath, Neusorg, Kirchenpingarten, Eschenbach, Erbendorf, Pullenreuth und Pressath eine untergeordnete Rolle hierbei spielen dürften (unter 20 Prozent der Bevölkerung kaufen wahrscheinlich in Kemnath ein).

Tab. 16 Marktgebietsabgrenzung nach einem Potenzialmodell

Einkaufswahrscheinlichkeit für Kemnath ...	für Konsumenten aus ...
0,08	Grafenwöhr
0,09	Pressath
0,09	Pullenreuth
0,10	Erbendorf
0,12	Eschenbach
0,15	Kirchenpingarten
0,16	Neusorg
0,17	Ebnath
0,20	Speinshart
0,21	Brand
0,29	Trabit
0,42	Neustadt am Kulm
0,45	Speichersdorf
0,50	Kastl
0,55	Immenreuth
0,75	Kulmain

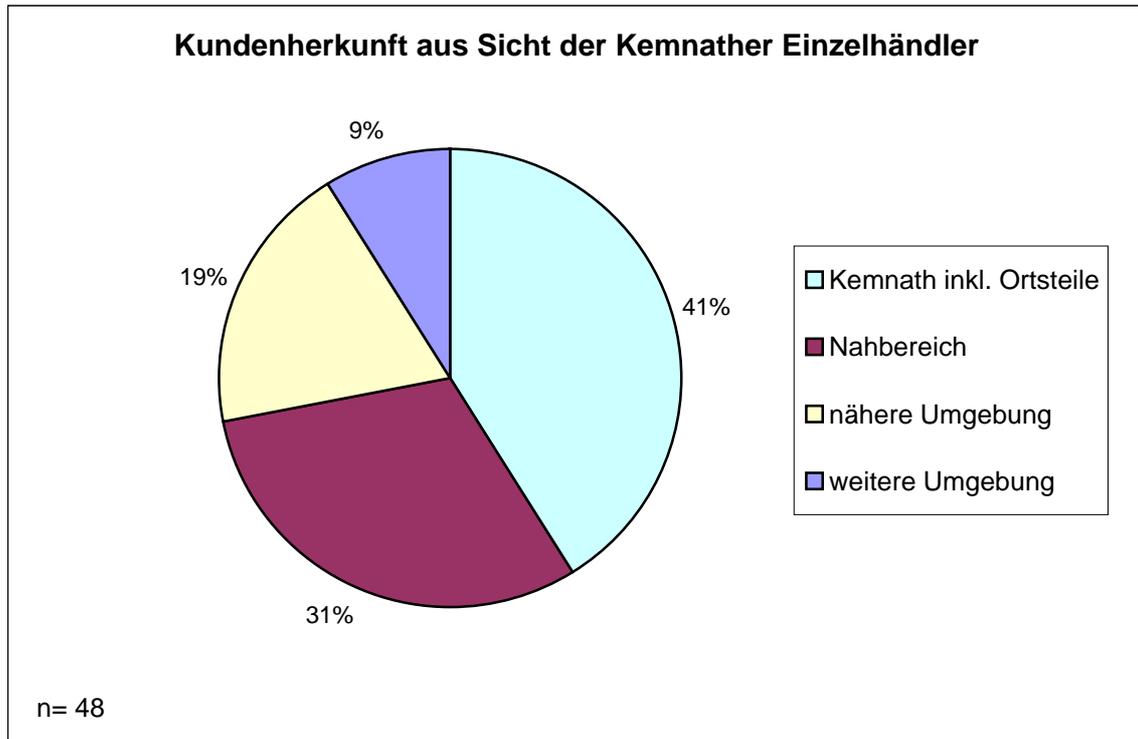
Quelle: Eigene Berechnungen, Bayreuth (2004) / ADAC (2003), Routenplaner unter <http://www.adac.de> / REGIERUNG DER OBERPFALZ (2003), Zentrale Orte unter <http://www.regierung.oberpfalz.bayern.de> / BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG (2001), Gemeindedaten, München

Die theoretischen Ergebnisse des Gravitations- und Potenzialmodells werden nun mit den empirisch erhobenen Daten abgeglichen. So wurden bei der Einzelhandelsbefragung die **Herkunftsbereiche der Kunden aus Sicht der Kemnather Einzelhändler** ermittelt (vgl.

²⁷ Potenzialmodell nach Huff. Als Variablen wurden die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (als Hilfsgröße, da Einzelhandelsumsatzzahlen nicht für alle Gemeinden bekannt) und Fahrkilometer berücksichtigt.

Abb. 71). Demnach kommen 41 Prozent der Kunden aus der Stadt Kemnath und ihren Ortsteilen, 31 Prozent aus dem Nahbereich (Kulmain, Immenreuth, Kastl), 19 Prozent aus der näheren Umgebung (Pressath, Brandt, Neusorg, Ebnath, Neustadt am Kulm, Erberndorf, Speichersdorf) und 9 Prozent aus der weiteren Umgebung (Eschenbach, Grafenwöhr, Weidenberg u.a.). Auch hier zeigt sich eine starke Konzentration auf Kemnath und das direkte Umland.

Abb. 71 Herkunftsbereiche der Kunden aus Sicht der Kemnather Einzelhändler 2003



Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth (2003)

Limitierende Faktoren für ein Marktgebiet stellen die umliegenden **Konkurrenzstandorte** dar (vgl. auch Angaben zu Konkurrenzstandorten aus der Einzelhändlerbefragung; Abb. 60). Von herausragender Bedeutung sind hierbei v.a. die Oberzentren Bayreuth und Weiden sowie das gemeinsame mögliche Oberzentrum Marktredwitz(-Wunsiedel), die über alle Bedarfsstufen vom Grund- über den gehobenen hin zum spezialisierten Güterbedarf ein in Qualität und Quantität weitaus höheres Angebot vorhalten können. Insbesondere bei Gütern des gehobenen Bedarfs verringern diese Standorte die Einzelhandelsattraktivität Kemnaths entscheidend.

Neben dieser naturgemäß großen Konkurrenz der Oberzentren gilt es allerdings auch, umliegende **gleichrangige oder untergeordnete Zentren** zumindest grob zu analysieren. Dabei sind Speichersdorf/Kirchenlaibach, Erberndorf und Pressath wegen ihrer Nähe und Ausstattung an Einzelhandelsbetrieben besonders relevant:

- Die Gemeinden **Speichersdorf und Kirchenlaibach** liegen ca. 10 km westlich von Kemnath entfernt. Dieses Kleinzentrum im östlichen Landkreis Bayreuth versorgt den allgemein ländlichen Raum mit Gütern des täglichen Bedarfs. Sie stellen einen attraktiven Wohnstandort für die in Bayreuth arbeitende Bevölkerung dar.

Die beiden Gemeinden verfügen über verschiedene Lebensmittelsupermärkte und -discounter (Rewe, Neukauf und Norma), die sich im neuen Gemeindezentrum in Speichersdorf sowie vor allem am Ortsrand auf der „Grünen Wiese“ angesiedelt haben. Darüber hinaus existieren mehrere Metzgereien, Bäckereien, Friseure, E-lektroläden, Floristen und Geschäfte mit Geschenkartikeln. Auch ein Textil- und Drogeriediscounter existiert in Kirchenlaibach. Ebenfalls befindet sich in Richtung Kemnath an der B22 ein kleines Gewerbegebiet „Nordost“, mit einem Autohaus, einem Reifenhändler und einem Schauraum für Fenster. Besondere Erwähnung findet das Porzellanoutlet der Firma Rosenthal AG. Insgesamt zielt das Angebot auf die Versorgung der direkt ansässigen Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs, wenngleich auch Ansätze des gehobenen Bedarfs (Textil und Porzellan) vorhanden sind.

- Das 16 km östlich gelegene Unterzentrum **Erbendorf** verfügt über mehrere Lebensmittelsupermärkte und -discounter (Edeka, Aldi und Plus). In der Innenstadt sind mehrere Metzgereien und Bäckereien, Getränke- und Textildiscounter, eine Reinigung, Schreibwarenläden mit Lotto-Toto-Aannahmestelle und weitere Geschäfte aus dem Non-Food-Bereich zu finden. Auch in Erbendorf befindet sich ein Porzellanoutlet (Seltmann Weiden). Erbendorf besitzt einen historischen Stadtkern, was z.T. die Parksituation am Straßenrand einengt. Die Gehsteigbereiche sind durch einen Grünstreifen von der Fahrbahn getrennt und werten das Erscheinungsbild auf.
- Das mögliche (gemeinsame) Mittelzentrum **Pressath** ist rd. 15 km südöstlich von Kemnath gelegen. Die innerstädtischen Geschäfte erstrecken sich über verschiedene Straßenzüge ohne festen Kern. Es finden sich Läden mit innenstadtrelevantem Sortiment (Metzgereien, Bäckereien, ein Drogeriediscounter, eine Buchhandlung, eine Apotheke, ein Schreibwarenladen, usw.) in diesem Bereich. In der Bahnhofstraße liegen einige Lebensmittelsupermärkte und -discounter (Edeka, Netto, Rewe), ein Textildiscount, ein Möbel- und ein Schuhgeschäft, eine Gärtnerei, ein Fahrradladen, ein Haushaltswarenladen und ein Naturkostgeschäft. Pressath verfügt des weiteren über ein am Stadtrand gelegenes Gewerbegebiet. Dort findet man verschiedene Autohäuser (BMW, Opel, Suzuki), einen Baumarkt, ein Haushaltswarenfachgeschäft und das PEZ (Pressather Einkaufszentrum). In diesem befinden sich verschiedene Bekleidungsgeschäfte, ein Schuhladen, ein Hifi-Center, ein Kleinpreismarkt, ein Spielwarengeschäft, ein Geschenkladen, ein Schmuckgeschäft, ein Papershop, eine Metzgerei, eine Bäckerei und ein Lebensmitteldiscounter. Ebenfalls erstreckt sich im Obergeschoss eine Spielothek mit Musikcafé. Von der dargelegten Ausstattung Pressaths, die deutlich über die Versorgung mit Gütern des Grundbedarfs hinausgeht, ist von einer starken Konkurrenz im südlichen Bereich Kemnaths auszugehen.

Aufschlüsse über die Attraktivität umliegender Zentren ergeben sich auch aus dem **Einkaufsverhalten der Bevölkerung nach Sortimenten** (siehe Abb. 68). Demnach stellen neben Kemnath selbst v.a. die bereits erwähnten Oberzentren Bayreuth und Weiden Haupteinkaufsorte dar.



Aus den dargelegten Argumenten ist das im folgenden **abgegrenzte Marktgebiet für den Kemnather Einzelhandel** plausibel (vgl. Tab 16; Karte 14):

- Ein **Kernbereich** mit der Stadt Kemnath als Hauptort und den Gemeinden Immenreuth, Kastl und Kulmain.
- Ein **Ergänzungsbereich** mit daran anschließende Gemeinden, die allerdings nicht als Ganzes, sondern zu unterschiedlichen Prozentsätzen mit zum Marktgebiet gezählt werden. Hintergrund hierfür sind vornehmlich die abnehmenden Verflechtungsintensitäten, zunehmende Distanzen und der zunehmende Einfluss umgebender Konkurrenzstandorte:
 - zu ca. 30 Prozent der Einwohnerzahl: Speichersdorf/Kirchenlaibach, Neustadt am Kulm und Trabitz,
 - zu ca. 20 Prozent der Einwohnerzahl: Speinshart, Brand, Ebnath und Neusorg,
 - zu ca. 10 Prozent der Einwohnerzahl: Erbdorf, Pressath und Pullenreuth.

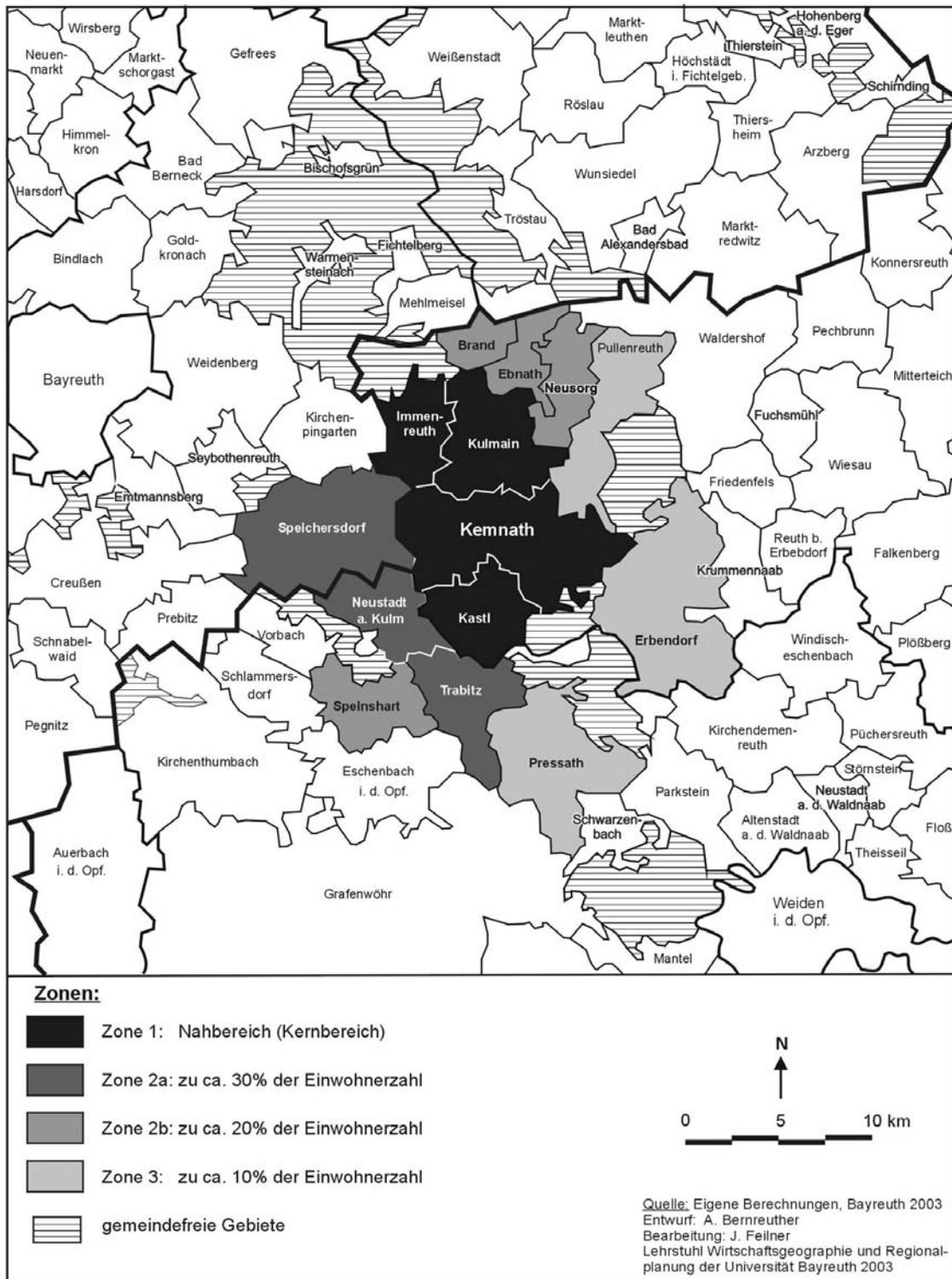
Tab. 17 Bereiche, Gemeinden und Einwohner im Marktgebiet von Kemnath 2003

Bereiche des Marktgebietes und dazugezählte Gemeinden	Einwohner am 30.06.2003
Kernbereich	
Kemnath	5314
Kulmain	2402
Kastl	1381
Immenreuth	1907
Summe Kernbereich	11.004
Ergänzungsbereich	
zu ca. 30 Prozent der Einwohnerzahl	
Speichersdorf/Kirchenlaibach	1869
Neustadt am Kulm	396
Trabitz	434
zu ca. 20 Prozent der Einwohnerzahl	
Speinshart	230
Brand	243
Ebnath	284
Neusorg	411
zu ca. 10 Prozent der Einwohnerzahl	
Erbdorf	542
Pressath	473
Pullenreuth	192
Summe Ergänzungsbereich	5.074
Summe gesamtes Marktgebiet	16.078

Quelle: Eigene Berechnungen, Bayreuth (2003) / Einwohnerzahlen nach Auskunft der Landratsämter Bayreuth, Tirschenreuth und Neustadt a. d. Waldnaab



Karte 14 Räumlicher Überblick über das abgegrenzte Marktgebiet für Kemnath 2003



Quelle: Eigene Darstellung, Bayreuth 2003



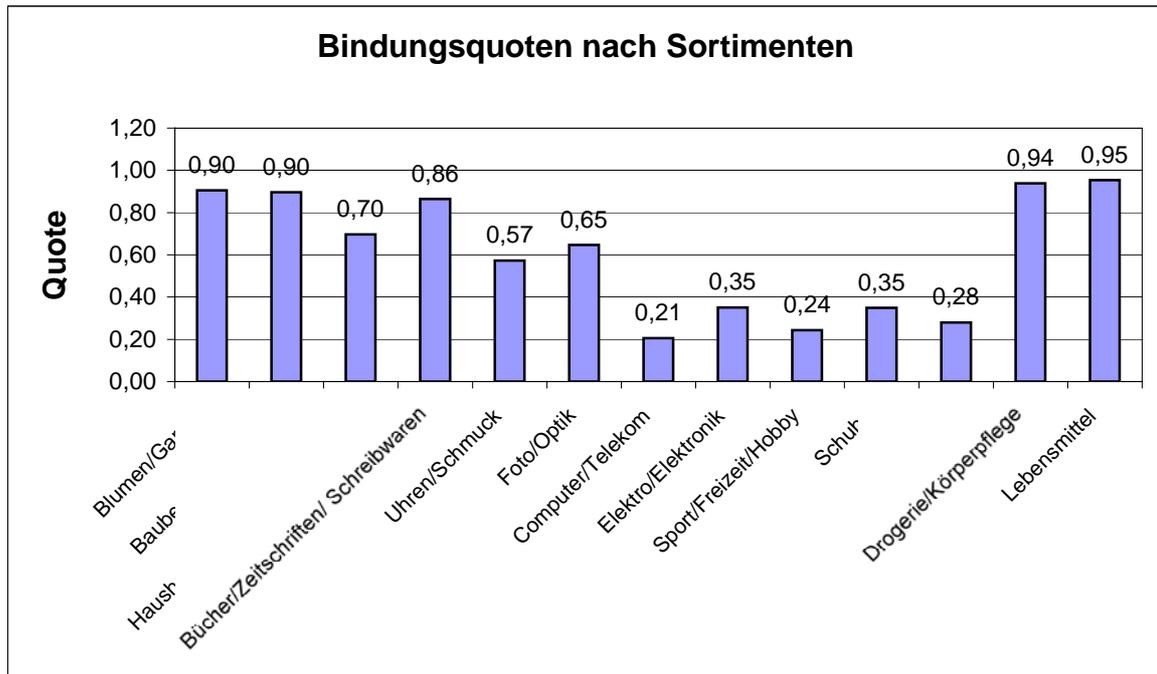
6. Kaufkraftpotenzial, Kaufkraftbindung und Kaufkraftflüsse

Auf der Grundlage des ermittelten Marktgebietes von Kemnath wird im folgenden die darin zur Verfügung stehende Kaufkraft der Bevölkerung ermittelt. Konkret errechnet sich das Kaufkraftpotenzial aus den Einwohnern im gesamten Marktgebiet (bzw. im Kernbereich bei Gütern des kurzfristigen Bedarfs) multipliziert mit den durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgabewerten nach Sortimentsbereichen²⁸ in einem Jahr. Angenommen wird ein durchschnittliches Kaufkraftniveau für das Marktgebiet.²⁹

Demnach hat die Bevölkerung im Kemnather Marktgebiet ein **maximales einzelhandelsbezogenes Kaufkraftpotenzial** von rd. 76 Mio. € jährlich zur Verfügung, wobei etwa 55 Mio. € auf den Kernbereich und rd. 21 Mio. € auf den Ergänzungsbereich fallen (vgl. Tab. 18).

Von diesen rd. 76 Mio. € maximaler **Kaufkraft** werden jedoch nur ca. 50 Mio. € im Kemnather Einzelhandel **gebunden**. Je nach Sortiment konnten dabei teils sehr unterschiedliche Bindungsquoten festgestellt werden (siehe Abb. 72 für die wichtigsten Bereiche). Im Durchschnitt wurde allerdings ein relativ hohe Bindungsquote von 0,61 erreicht. Damit fließen rund zwei Fünftel der Kaufkraft in umliegende Zentren ab, allen voran Bayreuth und Weiden.

Abb. 72 Kaufkraftbindungsquoten im Kemnather Einzelhandel nach Sortimentsbereichen im Jahr 2003



Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen, Bayreuth 2003

²⁸ BBE Bayern (1998), Markt- und Strukturdaten, München

²⁹ Das Kaufkraftniveau dürfte in etwa dem bundesdeutschen Durchschnitt (=100) entsprechen, wenngleich für die gesamte Region wohl eine leicht negative Tendenz aufweisen dürfte.

Tab. 18 Maximale und gebundene Kaufkraft nach Sortimenten im Markgebiet von Kemnath 2003

Hauptsortiment	Maximale Kaufkraft (in Mio. €)	gebundene Kaufkraft (in Mio. €)
zentrenrelevant (kurzfristiger Bedarf)*		
Lebensmittel	21,3	20,3
Drogerie/Körperpflege	1,5	1,4
zentrenrelevant (sonstiger Bedarf)		
Antiquitäten/Kunstgegenstände	0,2	0,1
Apotheken	5,3	5,0
Baby-/Kinderausstattung	0,2	0,1
Buchhandel	1,2	1,0
Büromaschinen/-einrichtung/Computer	4,3	0,9
Parfümerie	2,1	1,3
Elektrogeräte/Leuchten	1,4	0,5
Fahrräder	0,5	0,1
Foto	0,6	0,4
Glas/Porzellan/Keramik/Geschenke	0,6	0,4
Lederwaren	0,3	0,1
Musikinstrumente/Musikalien	0,2	0,1
Optik	0,7	0,4
Papierwaren/Bürobedarf/Schreibwaren	1,3	1,1
Reformhaus/Naturkost	0,3	0,3
Sanitätshaus	0,2	0,1
Schuhe	1,8	0,6
Spielwaren	0,6	0,4
Sport/Camping	1,4	0,3
Textil (aggregiert)	8,8	2,5
Uhren/Schmuck	1,1	0,6
Unterhaltungselektronik	2,3	0,5
Zoofachhandel	0,3	0,2
nicht zentrenrelevant		
Autozubehör/-teile/-reifen	1,2	0,8
Baumarkt(-artikel)**	8,8	7,9
Farben/Lacke/Tapeten/Bodenbelag**	2,0	1,8
Gartenbedarf (Kernsortiment)	1,1	1,0
Möbel(häuser) (Kernsortiment)	4,7	
SUMME	76,3	50,2
Anmerkungen:		
* maßgeblich für diese Sortimente sind die Einwohner im Kernbereich		
** wegen des großen Angebots in diesem Sortimentbereich wurden als Grundlage der Berechnung auch die Einwohner des Ergänzungsbereichs zu 100 Prozent herangezogen		

Quelle: Eigene Berechnungen, Bayreuth (2003)/BBE (1998), Markt- und Strukturdaten, München



7. Bedarfsberechnungen für den Kemnather Einzelhandel

Für die Zukunft des Kemnather Einzelhandels ist es wichtig, Aussagen über den Bedarf in verschiedenen Sortimentsbereichen zu treffen. Dadurch lässt sich ein Über- bzw. Unterbesatz in den verschiedenen Branchen feststellen.

Die folgenden Ausführungen stellen einen **Anhaltspunkt für mögliche Bedarfe** dar. Es werden dabei die Qualität sowohl der bestehenden Geschäfte als auch von möglichen Ansiedlungsprojekten nicht bewertet. Die Berechnungen basieren auf statistischen Durchschnittswerten und den vorhandenen Verkaufsflächen in den wichtigsten Bereichen im Kemnather Einzelhandel. Im Einzelnen sind die erhobenen, derzeit vorhandenen Verkaufsflächen, die berechnete gebundene Kaufkraft und die sortimentsspezifischen Raumleistungen³⁰ Grundlage der Bedarfsberechnungen. Die Differenz zwischen vorhandener Verkaufsfläche und (aufgrund der sortimentsspezifischen Kaufkraft bzw. den Raumleistungen errechneten) theoretisch maximal möglicher Verkaufsfläche gibt so Anhaltspunkte für einen Unter- bzw. Überbesatz.

Tab. 19 zeigt, dass bei **Gütern des kurzfristigen Bedarfs** ein z.T. deutlicher Überbesatz vorhanden ist. Dies gilt insbesondere für den Lebensmittelbereich, wo bereits mehrere Lebensmitteldiscounter und -supermärkte in Kemnath ansässig sind. Weniger gravierend ist das Ergebnis bei Drogeriewaren. Bei **sonstigen Gütern** bestehen durchaus noch Potenziale in den Sortimentsbereichen Elektro/Elektronik und Foto/Optik. Besonders bei den Sortimenten Papier/Büro/Schreibwaren und Glas/Porzellan/Geschenke scheint momentan kein Bedarf vorhanden zu sein, während dies bei Textil/Schuhe/Lederwaren, Blumen/Pflanzen, Sport/Freizeit und Spielwaren nur in abgeschwächter Form gelten kann. Auch bei Gütern des Baubedarfs ist wegen des bereits sehr großen Angebots ein deutlicher Überbesatz gegeben. Ein kleinerer Spielraum besteht noch bei Autozubehör. Wegen dem sehr kleinen Angebot an Uhren und Schmuck wird zudem darauf hingewiesen, dass bei diesem Sortiment eine moderate Aufstockung der Verkaufsfläche möglich ist.

Es sei nochmals darauf hingewiesen, dass die Berechnungen noch nichts darüber aussagen, inwieweit im Einzelfall qualitative Verbesserungen dazu beitragen können, die Kaufkraftbindung in bestimmten Sortimenten zu erhöhen und damit auch einen vorhandenen Bedarf noch mehr zu befriedigen. Ferner kann ein **momentaner Überbesatz** an Flächen auch darauf hindeuten, dass einzelne Unternehmen evtl. einen größeren Kundeneinzugsbereich als das abgegrenzte Marktgebiet haben.

Mit in die Bedarfsüberlegungen ist zudem gerade die Nachfrageseite einzubeziehen. Die Bevölkerungsbefragung (vgl. Abb. 69) ergab hinsichtlich **fehlender Geschäfte** folgende Hauptergebnisse: Explizit wurde auf das Fehlen eines bestimmten Lebensmitteldiscounters der Firma ALDI Süd verwiesen. Hier besticht v.a. auch das wöchentlich wechselnde Angebot an Non-Food-Artikeln (u.a. Textil- und Elektrowaren). Ein relativ hoher Anteil der Kemnather Bevölkerung wünscht sich zudem ein verbessertes Angebot in den Bereichen Textil und Schuhe. Gerade hier dürfte unter Abwägung des vorhandenen Angebots (s.o.) und der augenscheinlichen Nachfrage ein **Bedarf** gegeben sein, während dies bei einem ALDI wegen des hohen Grundstocks an Lebensmitteln problematisch ist. Allerdings bleibt

³⁰ Vgl. BBE (1998), Markt- und Strukturdaten, München

zu bedenken, dass gerade ein derartiges Handelsunternehmen auch eine Magnetfunktion haben kann.

Tab. 19 Bedarfe im Kemnather Einzelhandel nach den wichtigsten Sortimentsbereichen 2003

Hauptsortiment	gebundene Kaufkraft (in Mio. €)	vorhandene Verkaufsfläche (in qm)-	maximale Verkaufsfläche (in qm)	Differenz zw. vorhandener & maximaler Verkaufsfläche (in qm)
zentrenrelevant (kurzfristiger Bedarf)				
Lebensmittel	20,3	4880	3834	-1046
Drogerie/Körperpflege	1,5	670	481	-189
zentrenrelevant (sonstiger Bedarf)				
Textil/Schuhe/Lederwaren	3,2	1070	936	-134
Sport/Freizeit	0,3	120	84	-36
Elektro/Elektronik	1,0	90	233	143
Foto/Optik	0,8	110	112	2
Papier/Büro/Schreibwaren	1,1	530	229	-301
Glas/Porzellan/Geschenke	0,4	620	140	-480
Blumen/Pflanzen	1,0	380	272	-108
Spielwaren	0,4	160	142	-18
nicht zentrenrelevant				
Baubedarf/-markt/Farben/ Tapeten/Bodenbeläge	9,7	8230	5581	-2649
Autozubehör/-teile/-reifen	0,8	140	196	56

Quelle: Eigene Berechnungen, Bayreuth (2003)/BBE (1998), Struktur und Marktdaten, München

8. Zulässige Verkaufsflächen in Einzelhandelsgroßprojekten

Einzelhandelsgroßprojekte stehen seit längerer Zeit im Kreuzfeuer der Kritik, da sie wegen ihrer Größe erhebliche Auswirkungen auf das Umfeld des Ansiedlungsstandortes haben können. Aus diesem Grund wurde das Fachziel zu Einzelhandelsgroßprojekten im neuen LEP 2003 geändert und enthält nun konkrete Regelungen bei Neuansiedlungen. Im folgenden wird zunächst die rechtliche Situation bzgl. Einzelhandelsgroßprojekten skizziert und anschließend speziell auf die Situation in Kemnath eingegangen. Das folgende Kapitel befasst sich somit mit den **aus landesplanerischer Sicht noch zulässigen, möglicherweise neu zu errichtenden Verkaufsflächen in Einzelhandelsgroßprojekten** in Kemnath. Die nachfolgenden Berechnungen stellen Eckpunkte bei konkreten Ansiedlungsvorhaben dar. Es fließen hierbei allerdings keine Bedarfsberechnungen wie im vorangestellten Kapitel ein, da dies bei der landesplanerischen Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten aus wettbewerbsrechtlichen Gründen zu unterlassen ist. Somit

bleibt auch der Einzelhandelsbestand in Kemnath außerhalb der Betrachtung. Es kann deshalb durchaus möglich sein, dass in bestimmten Sortimentsbereichen Einzelhandelsgroßprojekte landesplanerisch noch genehmigungsfähig sind, obwohl aus gutachterlicher Sicht momentan kein Bedarf dafür besteht.

8.1 Rechtliche Grundlagen zur Berechnung noch zulässiger Verkaufsflächen

Bei der Berechnung der noch zulässigen Verkaufsflächen im Kemnather Einzelhandel für Einzelhandelsgroßprojekte wurden die Maßgaben der sog. Handlungsanleitung zur landesplanerischen Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten in Bayern³¹ sowie des Ziels B II 1.2.1.5 zum großflächigen Einzelhandel der Gesamtfortschreibung des Landesentwicklungsprogramms Bayern (LEP) angewandt³².

Vorangestellt sei, dass nachfolgende Berechnungen dann gelten, wenn ein konkretes Projekt die Voraussetzungen zur **Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt nach §11 Abs. 3 BauNVO** besitzt. Dies ist der Fall, wenn es erstens den Aspekt der Großflächigkeit erfüllt (nach Urteil des Bundesverwaltungsgerichts³³ ab einer Verkaufsfläche von ca. 700 m²) **und** zweitens Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung zu erwarten sind. Diese Auswirkungen sind gemäß der sog. Regelvermutung ab einer Geschossfläche von 1.200 m² zu erwarten, was einer Verkaufsfläche von ca. 800 m² bzw. 900 m² im Bereich Lebensmittelsupermärkte entspricht. Es wird aber darauf hingewiesen, dass diese Regelvermutung im Einzelfall und unter besonderen Umständen widerlegbar ist (§11 Abs. 3 Satz 2 und 4).³⁴

Aus **landesplanerischer Sicht** sind Einzelhandelsgroßprojekte nur in Unterzentren und zentralen Orten höherer Stufe sowie in Siedlungsschwerpunkten erlaubt und müssen in **städtebaulich integrierter Lage** mit entsprechender Anbindung an den ÖPNV ausgewiesen werden. Eine **städtebauliche Randlage** stellt einen absoluten **Ausnahmefall** dar. Je nach Sortiment und Warengruppe (innenstadtrelevant oder nicht; Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs oder des sonstigen Bedarfs) dürfen Einzelhandelsgroßprojekte unterschiedlich hohe sortimentspezifische Kaufkraft im jeweiligen Nahbereich (25 Prozent) bzw. Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels (30 Prozent) bzw. Einzugsbereich des Projektes (25 Prozent) abschöpfen. Diese Kaufkraftabschöpfungs-

³¹ BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR LANDESENTWICKLUNG UND UMWELTFRAGEN (BAYStMLU) (2002), Handlungsanleitung zur landesplanerischen Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten in Bayern vom 1. August 2002, München

³² Bayerisches Staatsministerium für Landesentwicklung und Umweltfragen (BayStMLU) (Hrsg.) (2003): Landesentwicklungsprogramm Bayern 2003, München

³³ Bundesverwaltungsgericht (1987), Urteil vom 22. Mai 1987, DVBl 1987, 1006

³⁴ BayStMLU (2002), p. 6f; vgl. auch BayStMI (2002), Vollzug der Baugesetze. Großflächige Einzelhandelsbetriebe nach §11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, unveröffentlichter Brief an die Regierungen und Untere Bauaufsichtsbehörden vom 19. August 2002 / Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (BMVBW) (2002), Bericht der Arbeitsgruppe Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und §11 Abs. 3 BauNVO

quoten stellen allerdings maximale Obergrenzen dar, die nicht vollständig in Anspruch genommen werden müssen.³⁵

Die **Berechnung der sortimentspezifischen, landesplanerisch maximal noch zulässigen Verkaufsflächen in Einzelhandelsgroßprojekten in Kemnath** richtet sich neben den eben genannten Bestimmungen des LEP-Fachziels zum großflächigen Einzelhandel nach den Inhalten der Handlungsanleitung zur landesplanerischen Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten. Die dafür notwendigen Daten (sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgaben, Raumleistungen / m² Verkaufsfläche) wurden einem Gutachten der Firma BBE BAYERN³⁶ entnommen. Einwohnerzahlen für die Berechnungen stammen von den Landratsämtern des Landkreises Tirschenreuth, Bayreuth und Neustadt a. d. Waldnaab auf der Grundlage der amtlichen Statistik. Auf die Anwendung regionalisierter Kaufkraft-Kennziffern wurde verzichtet und Kaufkraftflussberechnungen nicht miteinbezogen. Nach der bereits erwähnten Handlungsanleitung ist ein solches Vorgehen auch nicht erlaubt.

Für **innenstadtrelevante Sortimente des kurzfristigen, täglichen Bedarfs** wurde die Kaufkraft des **Nahbereichs** (entspricht in der vom Gutachter vorgenommenen Marktgebietsabgrenzung dem Kernbereich) von Kemnath zugrundegelegt (siehe Kap. V 5.).

Bei Berechnungen zu **innenstadtrelevanten Sortimenten des sonstigen Bedarfs** muss nach landesplanerischen Gesichtspunkten der **Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels**, wie vom GfK PRISMA Institut ermittelt, einbezogen werden. Dieser umfasst mit 9.103 Einwohnern weniger Bevölkerung als der Nahbereich von Kemnath. Für die nachfolgenden Ausführungen wurden deshalb aus Vergleichsgründen zusätzlich das vom Gutachter ermittelte gesamte Marktgebiet dargestellt (es gelten hier die maximalen sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale, wie in Kap. V 6. errechnet). Bindend sind momentan allerdings errechnete Verkaufsflächen auf der Basis des GfK-Verflechtungsbereichs des innerstädtischen Einzelhandels, wenn auch im Falle Kemnaths nicht nachvollziehbar.

Bei **nicht innenstadtrelevanten Sortimenten** (z.B. Möbel oder Baubedarf) ist im konkreten Einzelfall der jeweilige Einzugsbereich des geplanten Projekte zu ermitteln und anzuwenden. Deshalb sind diese Berechnungen eher **hypothetischer Natur** und **nur als grobe Richtwerte** zu verstehen, da hier als Rechengrundlage das abgegrenzte Marktgebiet auch mit 100 Prozent der Einwohner des Ergänzungsbereichs von Kemnath einget. Dieser „mittlere“ Einzugsbereich umfasst rd. 38.000 Einwohner.

8.2 Noch zulässige Verkaufsflächen für neu zu errichtende Einzelhandelsgroßprojekte in Kemnath

Im Bereich der **zentrenrelevanten Güter des kurzfristigen Bedarfs** (vgl. Tab. 20) ergeben sich für die großflächigen Vertriebsformen v.a. im Lebensmitteleinzelhandel relativ beschränkte Möglichkeiten. Dies gilt insbesondere für SB-Warenhäuser oder Verbrauchermärkte, die definitionsgemäß meist mit Verkaufsflächen betrieben werden, die deutlich über den hier genehmigungsfähigen liegen dürften. Auch bei Supermärkten und Le-

³⁵ vgl. Ziel B II 1.2.1.5 des LEP 2003

³⁶ BBE Bayern (1998), Struktur- und Marktdaten, München



bensmitteldiscountern sind sehr enge, aber noch realisierbare Grenzen gesetzt. Dagegen herrschen größere Möglichkeiten bei einem möglichen Getränkemarkt vor, anders als im Drogeriebereich, wo nur sehr beschränkt neue Flächen in Großprojekten möglich wären.

Tab. 20 Noch zulässige Verkaufsflächen in Einzelhandelsgroßprojekten in Kernnath mit überwiegend zentrenrelevanten Gütern des kurzfristigen Bedarfs

Hauptsortiment	Abschöpfungsquote (in Prozent)	Kaufkraft Nahbereich (in Mio. €)	max. noch zulässige Verkaufsfläche (in qm)
Zentrenrelevant (kurzfristiger Bedarf)			
SB-Warenhaus (aggregiert)	25	21,3	1211
SB-Warenhaus (Food-Bereich)	25	21,3	840
Verbrauchermarkt (aggregiert)	25	21,3	1240
Verbrauchermarkt (Food-Bereich)	25	21,3	973
Supermarkt	25	21,3	1120
Discounter	25	21,3	708
SB-Markt*	25	21,3	1488
Metzgerei*	25	21,3	718
Bäckerei*	25	21,3	973
Feinkostgeschäft*	25	21,3	694
Getränkemarkt	25	21,3	2083
Tabakwarenfachgeschäft*	25	21,3	386
Drogerie(-markt)	25	1,5	120

* nur zur Vollständigkeit, da per Definition i.A. nicht großflächig; Unterscheidung im Einzelfall wichtig

Quelle: Eigene Berechnungen, Bayreuth (2003)/BBE (1998), Struktur und Marktdaten, München/BAYStMLU (2003) (Hrsg.), Landesentwicklungsprogramm Bayern 2003, München

Bei **zentrenrelevanten Gütern des sonstigen Bedarfs** (vgl. Tab. 21) sind insgesamt sehr enge Grenzen gesetzt, so dass größtenteils kein marktangepasstes Einzelhandelsgroßprojekt genehmigungsfähig ist. Dies liegt v.a. an den äußerst restriktiven offiziellen Annahmen zum Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels. Zum Vergleich wurden deshalb zusätzlich Berechnungen auf der Basis des abgegrenzten Marktgebietes durchgeführt, da dies der Realität bedeutend näher kommt. Dadurch würden sich zwar die zulässigen Verkaufsflächen erhöhen, jedoch bleibt es insgesamt bei einem sehr engen Handlungsspielraum.

Tab. 21 Noch zulässige Verkaufsflächen in Einzelhandelsgroßprojekten in Kernath mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten des sonstigen Bedarfs

Hauptsortiment	Ab-schöp-fungs-quote	Max. Kaufkraft innerstädt. Verflechtungsbe-reich (in Mio. €)	max. noch zu-lässige Ver-kaufsfläche (in m ²)	Max. Kauf-kraft ges. Marktgebiet (in Mio. €)	max. noch zulässige Verkaufsflä-che (in m ²)
zentrenrelevant (sonstiger Bedarf)				Nur zum Vergleich!	
Apotheken	30	3	49	5,3	86
Baby-/Kinderausstattung	30	0,1	17	0,2	34
Buchhandel	30	0,7	33	1,2	56
Bürofachhandel mit Vollsortiment*	30	3,1	101	5,6	183
Parfümerie	30	1,2	44	2,1	77
Elektrogeräte/Leuchten	30	0,8	69	1,4	121
Fahrräder (Fachgeschäft)	30	0,3	25	0,5	42
Fahrräder (Fachmarkt)	30	0,3	33	0,5	55
Fotofachgeschäft	30	0,4	18	0,6	27
Glas/Porzellan/Keramik/Geschenke	30	0,4	42	0,6	63
Lederwaren	30	0,2	17	0,3	26
Musikinstrumente/Musikalien	30	0,1	6	0,2	12
Optiker	30	0,4	16	0,7	27
Papier/Büro/Schreibw. (Fg. Abs. priv.)	30	0,7	44	1,3	81
Papier/Büro/Schreibw. (Fg. Abs. gesch.)	30	0,7	27	1,3	51
Papier/Büro/Schreibw. (Fachmarkt)	30	0,7	48	1,3	90
Reformhaus	30	0,2	12	0,3	18
Naturkost	30	0,2	13	0,3	20
Sanitätshaus	30	0,1	2	0,2	3
Schuhe (Fachgeschäft)	30	1	81	1,8	147
Schuhe (Fachmarkt)	30	1	107	1,8	192
Spielwaren (Fachgeschäft)	30	0,3	32	0,6	64
Spielwaren (Fachmarkt)	30	0,3	39	0,6	78
Sportartikel (Fachgeschäft)	30	0,8	67	1,4	117
Sportartikel (Fachmarkt)	30	0,8	78	1,4	137
Textil (aggregiert)	30	5	431	8,8	759
Herrenoberbekleidung	30	3,2	250	5,6	438
Damenoberbekleidung	30	3,2	226	5,6	396
Textil-EH mit gemischtem Sort.	30	5	587	8,8	1033
Textil-EH (Großfilialist)	30	5	367	8,8	645
Textil-EH (Fachmarkt)	30	5	564	8,8	993
Uhren/Schmuck	30	0,6	17	1,1	31
Unterhaltungselektronik (Fg.)	30	1,3	76	2,3	135
Elektro/Elektronik (Fachmarkt)**	30	2,1	137	3,7	241
Zoofachhandel	30	0,1	12	0,3	35
Blumenfachgeschäft***	30	0,5	41	0,8	65
Bau-/Heimwerkerbedarf (Fm. Randsort.)	30	0,6	104	1	173
Gartenbedarf/-center (Randsortiment)	30	0,5	84	0,8	134
Möbel(häuser) (Randsortiment)	30	1,5	367	2,6	636
* Kaufkraftaddition Büromaschinen/-einrichtung/Computer und Papierwaren/Bürobedarf/Schreibwaren					
** Kaufkraftaddition Elektorgeräte/Leuchten und Unterhaltungselektronik					
*** Kaufkraft Gartenbedarf					

Quelle: Eigene Berechnungen, Bayreuth 2003/BBE a.a.O./BAYStMLU a.a.O.



Für die Ergebnisse der Berechnungen bei **nicht zentrenrelevanten Gütern** (vgl. Tab. 22) sei nochmals darauf hingewiesen, dass es sich hierbei nur um **sehr grobe Abschätzungen** handelt, da hierfür eigentlich der jeweilige, spezifische Einzugsbereich eines konkreten Ansiedlungsprojektes herangezogen werden müsste. Es lassen sich jedoch zumindest gewisse Tendenzen offen legen. Größere Flächen sind zwar nominell im Bereich Bau und Möbel vorhanden, allerdings wohl oftmals zu wenig für ein marktfähiges Konzept in diesen Bereichen.

Tab. 22 Grobe Abschätzung noch zulässiger Verkaufsflächen in Einzelhandelsgroßprojekten in Kemnath mit überwiegend nicht zentrenrelevanten Sortimenten

Hauptsortiment	Abschöpfungsquote (in %)	Max. Kaufkraft „mittlerer“ Einzugsbereich (in Mio. €)	Max. noch zulässige Verkaufsfläche (in m ²)
nicht zentrenrelevant			
Autoteile/-zubehör (Fachmarkt)	25	2,9	177
Bau-/Heimwerkerbedarf (Fachmarkt)*	25/30	9,4	1369
Eisenwaren mit gemischtem Sortiment**	25	8,8	827
Eisenwaren, Werkzeuge, Baubeschläge**	25	8,8	172
Farben/Lacke/Tapeten/Bodenbelag (aggregiert)	25	2,0	239
Farben/Lacke/Tapeten/Bodenbelag (Fachges.)	25	2,0	188
Farben/Lacke/Tapeten/Bodenbelag (Fachmarkt)	25	2,0	326
Gartenbedarf/-center*	25/30	3,1	447
Möbelvollsortimenter/Möbelhaus*	25/30	12,5	2608
Möbelmitnahmemarkt*	25/30	12,5	1956
Küchenspezialist**	25	11,0	672
* Kaufkraftaddition Kern- und Randsortiment mit entsprechender Anwendung der Abschöpfungsquote			
** Kaufkraft Kernsortiment Baumarkt(-artikel) bzw. Möbel			

Quelle: Eigene Berechnungen, Bayreuth 2003/BBE a.a.O./ BAYSTMLU a.a.O.



VI. STÄRKEN-SCHWÄCHEN- / CHANCEN-RISIKEN-ANALYSE UND STÄDTEBAULICHE POTENZIALANALYSE



Die erfolgte detaillierte Bestandsaufnahme wird nun im Sinne einer Bewertung als **Stärken und Schwächen der Stadt Kemnath** zusammengefasst. Die Abschätzung der einzelnen Strukturbereiche erfolgt dabei im Vergleich mit einem Referenzstandort. Komplementär zur Stärken-Schwächen-Analyse wird eine Betrachtung der sich aus den generellen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Trends, etwa Tendenzen im Einkaufs- oder Freizeitverhalten der Haushalte, ergebenden Rahmenbedingungen unter Bezugnahme auf die Stärken-Schwächen-Analyse eine **Chancen-Risiken-Analyse** vorgenommen. Die damit erstellte SWOT (Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats)-Analyse bildet die Grundlage für die Erarbeitung und Diskussion von Visionen und eines Leitbildes der zukünftigen Entwicklung.

Abschließend werden mittels vier Karten die **städtebaulichen Potenziale** und die wichtigsten **Ansatzpunkte zur städtebaulichen Entwicklung** verdeutlicht.

1. Referenzstandort Freystadt in der Oberpfalz

Als Referenzstandort wird die oberpfälzische Stadt Freystadt ausgewählt, die als **Unterzentrum zum ländlichen Teilraum im Umfeld des großen Verdichtungsraumes Nürnberg-Fürth-Erlangen** zählt und aufgrund von Bevölkerungs- und Arbeitsplatzzuwächsen einem entsprechenden raumstrukturellen Veränderungsdruck unterliegt

Aufgrund der Nähe zu den Autobahnen BAB 3 und BAB 9 hat Freystadt einen relativ guten und schnellen Anschluss an das überörtliche **Verkehrsnetz**. Allerdings fehlt ein direkter Schienenanschluss (v.a. an das überörtliche Fernverkehrsnetz der Deutschen Bahn). Busse stellen grundsätzlich, aber mit qualitativen Mängeln, eine Anbindung an den Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (VGN) sicher. **Ver- und Entsorgungseinrichtungen**, insbesondere bei der Abwasserentsorgung sind fast flächendeckend vorhanden. Im Bildungsbereich wird Freystadt seiner zentralörtlichen Einstufung gerecht und bietet im Schulverbund nun auch Mittlere-Reife-Klassen an. Angebote der Volkshochschule Neumarkt/Opf. und des Katholischen Kreisbildungswerks stehen für die Erwachsenenbildung zur Verfügung. Daneben existieren drei Büchereien. Im **Gesundheitswesen** ist eine ausreichende Grundversorgung mit Allgemein- und Zahnärzten gegeben. Lücken treten teilweise bei der fachärztlichen Versorgung (z.B. Augenarzt) zu Tage. Im sozialen Bereich konnte die Überbelegung der Kindergärten bereits größtenteils entschärft werden. Ein neu errichtetes Seniorenzentrum der Caritas steht für die Betreuung älterer Menschen zur Verfügung. *Damit sind die **Rahmenbedingungen bzgl. Lage und Infrastruktur** mit denen in **Kemnath zu vergleichen**, auch wenn die verkehrliche Anbindung etwas schlechter ist und durch das Krakenhaus die soziale Infrastruktur in Kemnath besser positioniert ist.*



Der **Bevölkerungszuwachs** in Freystadt innerhalb der letzten 15 Jahren ist als durchwegs überdurchschnittlich hoch zu bewerten und dürfte sich aufgrund der relativ günstigen Baulandpreise und der Nähe zum Verdichtungsraum Nürnberg-Fürth-Erlangen auch zukünftig fortsetzen. Als positiv ist der überdurchschnittliche Anteil junger Bevölkerungsgruppen anzumerken. Auch die Bedeutung als Arbeitsstandort wurde insgesamt verbessert. Dominant zeigen sich hierbei das Produzierende Gewerbe (51 Prozent der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten) und der Bereich Handel/Verkehr (33 Prozent). Insgesamt ist der Dienstleistungsbereich im Vergleich zum bayerischen Durchschnitt eher unterentwickelt. Trotz des Bedeutungsgewinns als **Arbeitsstandort** gilt Freystadt auch weiterhin als Auspendlergemeinde, wobei v.a. Nürnberg und Neumarkt/Opf. als bedeutende Zielgemeinden der Auspendler hervorstechen. ***Kemnath hat hingegen einen hohen Einpendleranteil und die Bevölkerungsentwicklung ist zwar positiv, jedoch nicht mit der im Umland des mittelfränkischen Verdichtungsraumes zu vergleichen. Die Nähe der größeren Städte Bayreuth, Marktredwitz, Weiden und Tirschenreuth ist aber bei den zukünftigen Überlegungen nicht zu vernachlässigen, sowohl was die Chancen als Wohngemeinde als auch was die Möglichkeiten in der Einzelhandels- und Dienstleistungsentwicklung betrifft.***

Eine Betrachtung der **Situation nach Wirtschaftsbereichen** zeigt für Freystadt zunächst bei der Landwirtschaft kontinuierliche Rückgänge der Betriebszahlen. Die Betriebsgrößen sind größtenteils als eher klein (bis 20 ha) zu bezeichnen. Beschäftigteneinbußen in den vergangenen Jahren musste v.a. das **verarbeitende Gewerbe** hinnehmen. Dagegen zeigte sich das Baugewerbe in Freystadt, trotz schwieriger Situation in ganz Deutschland, sowohl was die Betriebszahlen als auch die Beschäftigtenzahlen angeht, relativ konstant in den vergangenen Jahren. Besonderes Gewicht kommt dem Freystädter Handwerk zu, das sich äußerst dynamisch entwickelte. Der Schwerpunkt liegt hierbei im Bereich Bau/Ausbau und Elektro/Metall. Freystadt kann bei den **Dienstleistungen** auf eine breite Palette an haushalts- und unternehmensorientierten Dienstleistungen verweisen. Es finden sich sowohl Basisdienstleistungen, wie Banken und Post wieder, aber auch speziellere Arten mit überörtlicher Bedeutung, wie etwa Beratungsunternehmen und Planungsbüros. Der **Tourismusbereich** spielt bislang eine zu vernachlässigende Rolle. Allerdings ergeben sich mit der Wallfahrtskirche Maria Hilf und den landschaftlichen Möglichkeiten v.a. für den Radtourismus zukünftige Potenziale. Äußerst bemerkenswert ist das Vereinsleben mit insgesamt rd. 70 Vereinen. ***Kemnath ist derzeit noch stärker durch die Industrie geprägt, die Möglichkeiten im Dienstleistungsbereich, beim Handwerk und im Tourismus gilt es noch besser zu nutzen.***

Hinsichtlich der gewerblichen **Flächennutzung** steht mit dem neuen Gewerbegebiet „Retteloh“ auch auf längere Sicht die Möglichkeit für größere Gewerbeansiedlungen in Freystadt offen. Einhergehend mit dem Bevölkerungszuwachs ist auch die seit 1987 bedeutende Zunahme an Wohngebäuden (rd. 36 Prozent) und Wohnungen (rd. 44 Prozent) zu sehen. Durch die seit 1986 laufende **Stadtsanierung** ist es gelungen, v.a. den historischen Marktplatz am Kernort Freystadt deutlich aufzuwerten. Das Stadtbild konnte somit, auch im Hinblick auf die Einkaufsattraktivität, verbessert werden. ***Diese Situation ist mit Kemnath vergleichbar, die positiven Effekte eines attraktiven Stadtbildes sowie von vorhanden Gewerbeflächen könnten noch stärker betont werden.***



Folgende Strukturen sind im **Freystädter Einzelhandel** zu verzeichnen: Insgesamt sind rd. 80 Einzelhändler in 13 Branchen im Gemeindegebiet vorhanden. Dominant sind die Branchen Lebensmittel, Textil/Schuhe und KFZ. Die Geschäfte konzentrieren sich auf den Kernort Freystadt, v.a. innerhalb von zwei Schwerpunkten, zum einen im alten Stadtkern rund um den historischen Marktplatz und zum anderen in einem Gewerbegebiet entlang einer Ausfallstraße am Ortsrand. Vereinzelt finden sich auch Geschäfte in Streulagen. Zwischen den beiden Hauptstandorten des Einzelhandels in Freystadt selbst zeigen sich Unterschiede v.a. im Hinblick auf die **Branchenausrichtung** und die **Betriebsform**. Während rund um den Marktplatz eine breite Vielfalt von kleinen bis teilweise großen Fachgeschäften unterschiedlichster Branchen (hier besonders große Textilfachgeschäfte und ein Haushaltswarengeschäft) ansässig ist, sticht im Umfeld der benannten Ausfallstraße die Konzentration von großflächigen Filialunternehmen vornehmlich aus den Bereichen Lebensmittel und Textil heraus. In acht Ortsteilen ist noch eine relativ gute Grundversorgung der Bevölkerung mit Gütern des kurzfristigen, täglichen Bedarfs durch Bäcker, Metzger, kleine Lebensmittelläden und Getränkehandlungen gegeben. Insgesamt weist der Freystädter Einzelhandel eine **Verkaufsfläche** von rd. 18.000 m² auf, wobei der weitaus überwiegende Teil auf die Bereiche Lebensmittel, Glas/Porzellan/Geschenke, Textil/Schuhe, und Heimwerker/Baubedarf entfällt. In den Einzelhandelsbetrieben arbeiten etwa 400 Beschäftigte. Hinsichtlich der **Betriebsgrößenklassen** erweist sich der Einzelhandel in Freystadt bezogen auf die Beschäftigtenzahlen als größtenteils kleinstrukturiert. Über die Hälfte der Betriebe bestehen bereits seit über 15 Jahren in Freystadt. Ansiedlungen innerhalb der letzten 15 Jahre erfolgten überwiegend im discountorientierten Lebensmittelbereich. Damit zeigt sich der seit Jahren anhaltende Trend (v.a. im Lebensmitteleinzelhandel) hin zu Filialisierung und Verkaufsflächenkonzentration auch in Freystadt. Ein beachtlich hoher Anteil an Einzelhandelsbetrieben in Verbindung mit einem Handwerksbetrieb unterstreicht die Bedeutung des Handwerks auch für den Einzelhandel. *In **Kemnath** sind die zumeist kleinen Ortsteile hingegen inzwischen ohne Versorgung vor Ort und die Filialisierung mit Ausnahme bei den Grundversorgungen ist noch nicht soweit fortgeschritten. Die Zahl der Betriebe, die Verteilung des Einzelhandels in der Kernstadt und nach Branchen ist vergleichbar, wobei die sehr gute Versorgung im Baubedarf und die zu verbessernde Versorgung bei den zentrumsrelevanten Bereichen wie Textil, Schuhe u.ä. auffallen.*

Hinsichtlich des **Marktgebietes** von Freystadt ist festzuhalten, dass aufgrund von mehreren herausragenden Magnetbetrieben und dem attraktiven Branchenmix insgesamt ein Marktgebiet vorhanden ist, das sich bei weitem über dem unterzentralen Nahbereich bewegt. Nicht zuletzt auch die aktive Marktbearbeitung v.a. von Textil- und Haushaltswarengeschäften trägt zu diesem Sachverhalt bei. *Hier ist für das mögliche Mittelzentrum Kemnath im Vergleich eine deutliche Schwäche zu verzeichnen. Das Marktgebiet wird deutlich **durch die umgebenden oberzentralen Städte** (Bayreuth, Weiden, Marktredwitz) **eingeschränkt** und in der Stadt selbst fehlen sog. Magnetbetriebe, die Kunden aus dem weiteren Umfeld anziehen.*

Was die vergangene und zukünftige Umsatzentwicklung im Freystädter Einzelhandel angeht, nimmt der Großteil der Einzelhändler eine eher verhaltene bis negative Entwicklung an, v.a. aufgrund des zunehmenden **Konkurrenzdrucks**. Auch die Wettbewerbssituation



in Freystadt ganz allgemein wurde vornehmlich als mittelmäßig bis schwierig beschrieben. So zeigt die **Versorgungsorientierung** der Bevölkerung bei haushaltsnahen Grunddienstleistungen der Bevölkerung (z.B. Hausarzt, Bank, Friseur) eine deutliche Konzentration auf Freystadt. Als fehlende Dienstleistungen wurden v.a. ein Augenarzt genannt. Sowohl bei Frischwaren, bei länger haltbaren Lebensmitteln und bei Haushalts- und Drogerieartikeln ergab sich auch eine herausragende **Einkaufsorientierung** der Bevölkerung auf Freystadt (zwischen rd. 85 und 95 Prozent der Befragten kaufen diese Güter in Freystadt ein). Insgesamt wurde die Versorgungssituation Freystadts von der Bevölkerung als „gut“ gewertet. Als fehlende Einzelhandelsgeschäfte in Freystadt wurde vornehmlich ein günstiges Bekleidungs-/Schuhgeschäft und eine Drogerie genannt. Von den ausgewählten **Freizeitangeboten** wurden das Ortsbild, das Vereinsleben und die vorhandenen Sportmöglichkeiten am besten mit der Note „gut“ bewertet. Als „befriedigend“ wurden die Feste und Spielplätze eingestuft. Relativ schlecht, aber immer noch mit der Note „befriedigend“ wurden die Gasthöfe und Kneipen und das kulturelle Angebot eingeschätzt. Verbesserungsvorschläge zur Freizeitsituation betrafen hauptsächlich einen fehlenden Jugendtreff und das nicht vorhandene Angebot an Kneipen, Cafés, Bistros und sonstiger Gastronomie v.a. für jüngere Bevölkerungsgruppen. Bei der Verkehrssituation wurde v.a. die ÖPNV-Anbindung bemängelt. Auch die Parksituation am Marktplatz und teilweise fehlende Verkehrsberuhigungen wurden als Verkehrsprobleme Freystadts gesehen. *In Kemnath ist die Wettbewerbssituation des Einzelhandels nicht zuletzt wegen der aktuellen wirtschaftlichen Lage ebenfalls angespannt. Zwar wird die **Einkaufssituation mit Noten zwischen „gut“ und „befriedigend“** beurteilt, aber gerade bei innenstadttypischen Sortimenten und Gütern der längerfristigen Bedarfs (z.B. Schuhe, Textilien, Elektro) gehen die Bürger nur zu höchstens 30 Prozent in Kemnath einkaufen. Das **Freizeitangebot**, bis auf kleine Mängel im Bereich Gastronomie und Jugendangeboten, kann eher als Stärke der Stadt gewertet werden bzw. bietet **gute Ansatzpunkte** für die Zukunft.*

2. Allgemeine gesellschaftliche und wirtschaftliche Trends als Grundlage

Um für die Bewertung den realistischen Bezug und somit die Aussagefähigkeit der SWOT bzw. der darauf aufbauenden Visionen zu schaffen, ist die Betrachtung einiger **genereller politischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Rahmenbedingungen** notwendig, die zum heutigen Zeitpunkt vorherrschen und für die nächsten 15 Jahre absehbar sind.

Eine zukunftsorientierte Stadtentwicklung kann nicht als reine Angebotsplanung ausgeführt werden, sondern bedarf der Kenntnis über mittel- bis langfristige Entwicklungstrends im Nachfrageverhalten. In den letzten Jahrzehnten zeichnete sich in einer zunehmend komplexer und dynamischer werdenden Welt ein beschleunigter aber doch **kontinuierlicher Wandel der Lebensgewohnheiten, der Werte und des Konsum- und Freizeitverhaltens** in der Gesellschaft ab. Dieser wird sich in Zukunft noch schneller fortsetzen. Zum gesellschaftlichen Wandel und seinen mittel- bis langfristigen Auswirkungen liegen



zahlreiche Studien namhafter Institutionen und Trendforscher vor³⁷, auf welche die nachfolgenden Aussagen v.a. beruhen.

2.1 Trends und Entwicklungsrichtungen der „Bevölkerungswelt“

Die demographischen Entwicklungen in Deutschland haben Einfluss auf die Ansprüche an das Lebensumfeld. Für Akteure aller Bereiche wird es deshalb immer wichtiger, frühzeitig Entwicklungstrends zu erkennen.

Die wichtigsten Entwicklungen im Bereich der **Demographie** sind:

- Die Bevölkerungszunahme in Deutschland (2000 82,2 Millionen Menschen) hat sich verlangsamt bzw. stagniert. Die Bevölkerungsprognosen für 2050 schwanken, je nach den Annahmen zur Zuwanderung, zwischen 65 bis 70 Millionen Einwohner.
- Um die gegenwärtige Bevölkerungszahl zu erhalten, müssten bundesweit im Durchschnitt 1.000 Frauen etwa 2.100 Kinder gebären. Derzeit sind zwar wieder steigende Geburtenzahlen zu verzeichnen, sie sind jedoch Folge der demographischen Welle des „Babybooms“ Mitte der 1960er Jahre und werden nicht so anhalten.
- Prognosen bzgl. (Außen-)Wanderungen gehen je nach Einschätzung der Entwicklungen für den Zeitraum von 2000 bis 2049 von Nettozuwanderungen von 4,9 bzw. 9,3 Millionen Ausländern aus. Die Außenzuzüge konzentrieren sich auf die Regionen mit großen Verdichtungsräumen und hier v.a. auf die Kernstädte.
- Die durchschnittliche Lebenserwartung in Deutschland nimmt ständig zu. Für neugeborene Knaben betrug sie im Jahr 2000 74 und für Mädchen 80 Jahre. Nur noch 14 Prozent der Männer und 7 Prozent der Frauen sterben vor Erreichen des 60. Lebensjahres.
- Der Anteil der 60-Jährigen und Älteren beträgt Ende des 20. Jahrhunderts 23 Prozent und der Anteil der Kinder und Jugendlichen unter 20 Jahren 21 Prozent. Da zuziehende Ausländer in der Regel jünger sind als Wegziehende, ergibt sich so ein „Verjüngungseffekt“.
- Bei gleichbleibenden Geburten- und Sterbezahlen sowie vergleichbarer Zuwanderung wird sich der Altersaufbau bei einer nahezu gleichen Bevölkerungszahl von 69 Millionen im Jahr 1950 und 70 Millionen im Jahr 2050 innerhalb dieses Jahrhunderts umkehren.

37

u.a. Studien und Informationsblätter des B.A.T FREIZEIT-FORSCHUNGSINSTITUTS (1997), der BBE Unternehmensberatung GmbH (1997), des DIW (1998/99), des DSSW (2003), der GfK (1996), der GMA – Informationen und Meinungen zu Marktforschung und Stadtentwicklung (vers. Jg.), des IFO-INSTITUTS (1998/99), des INSTITUT FÜR FREIZEITWIRTSCHAFT (1998), des INSTITUT DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT (1998/99), der KMPG (2003) sowie der PROGNOSE AG (1998). Zur Demographie: <http://www.bib-demographie.de/demolage.htm> (2002), http://www.destatis.de/allg/dveroe/d_bevoe.htm (2002), http://www.umweltministerium.bayern.de/aktuell/topthem/bev_entw.htm (2002) und Statistisches Bundesamt Deutschland (Datenreport 1999, Basiszahlen im Internet - http://www.destatis.de/allg/dveroe/d_datend.htm, <http://www.destatis.de/basis/d/bauwo/bauwotab1.htm>

- Die Überalterung der Gesellschaft führt zu einem Bedeutungsgewinn von neue Zielgruppen (wie 50+, „junggebliebene Senioren“) und Wachstumsmärkten (z.B. Gesundheit) sowie neue Anforderungen an den Lebensraum (Infrastruktur, Wohnraum).
- Durch die Verkürzung der Lebensarbeitszeit (aktuell wird hier ein Umsteuern erwartet) bei gleichzeitig immer höherer Lebenserwartung kommt es zu einer Verlängerung der „nachberuflichen“ Lebensphase.

Neben der Demographie haben v.a. **veränderte Erwerbs- und Bildungsbedingung** Einfluss auf den **Wertewandel**. Als wichtigste Punkte sind hier zu nennen:

- Entwicklung von der gesamtgesellschaftlichen Wohlstandssteigerung zur individuellen Wohlstandssicherung und qualitativen Situationsverbesserung,
- Vielfalt an Lebensgestaltungsmöglichkeiten mit zahlreichen neuen Berufsbildern und immer stärker werdende Tendenz zur Eigenverantwortlichkeit,
- wachsendes Wohlstandsgefälle und erhöhte Angst vor „subjektiver Armut“ sowie zunehmende private Verschuldung für Konsumzwecke,
- Bruttojahresverdienste der Arbeitnehmer ist nominal zwar ansteigend, der jährliche Nettoeinkommen sinkt jedoch leicht,
- Anzahl der erwerbstätigen Männer ist leicht sinkend, die Zahl der erwerbstätigen Frauen hingegen steigt leicht an,
- Zahl der Teilzeitbeschäftigten nimmt zu, während die der Vollzeitbeschäftigten sinkt,
- Rückgang der Bedeutung der Familie als Institution, der Eheschließungen und des Kinderwunsches, und somit Zunahme von Singles bzw. sog. DINKS („double-income-no-kids“),
- steigende gesellschaftliche Bildungsstruktur mit einer immer höheren Zahl an Abiturienten und Akademikern, v.a. steigt das Bildungsniveau ausländischer und weiblicher Schüler,
- Notwendigkeit zur ständigen Fortbildung in allen Altersgruppen aufgrund rasch folgender technologischer Veränderungen, sowie
- zunehmende Mobilität durch eine noch weiter steigende Zahl an PKW und das Zurücklegen immer größerer persönlicher Reichweiten.

Der **Wertewandel** zeigt sich v.a. auch im **Freizeitbereich**, hier werden folgende Entwicklungen beschrieben:

- Freizeitmarkt kurzfristig zwar stagnierend, langfristig aber wachsend,
- zunehmende Individualisierung und Eigenverantwortlichkeit in vielen Lebensbereichen,
- sog. „Cocooning“ (der Rückzug des Menschen ins eigene Heim im Streben nach Sicherheit und Geborgenheit),



- weiterer Rückgang der Mitgliedschaft in Sportvereinen sowie der Mitgliedschaft oder ehrenamtlichen Tätigkeit in sozialen Organisationen und damit deren gesellschaftlicher Bedeutung,
- zunehmende Gesundheitsorientierung der Bevölkerung und deutliche Zunahme der Sportinteressierten, die in ihrer Freizeit mehr oder weniger aktiv Sport treiben, durch immer neue Freizeitbeschäftigungen und Sportarten, v.a. im „Outdoor-Bereich“,
- zunehmende Bedeutung des Fitnessbereichs in Verbindung mit Hotels, Bowling oder Wellness auch in innenstädtischen Lagen, sinkendes Mietpreisniveau in Innenstädten fördert dies,
- Steigende bzw. hohe Innenstadtrelevanz für kulturellen Bereich, Abendunterhaltung, Gastronomie und Entertainment, hohe Synergieeffekte zwischen Freizeit und Gastronomie,
- Verwendung der wachsenden Freizeit für kulturelle Beschäftigungen sowie Fort- und Weiterbildung,
- Bedeutungsgewinn des Freizeitwertes und der Lebensqualität einer Region als bedeutender Standortfaktor für Unternehmen und als Anreiz für berufliche Mobilität von Arbeitnehmern,
- neben Streben nach Leistung (im Arbeitsleben) wird der Lebensgenuss (in der Freizeit) zum gleichwertigen Ziel.

So gilt es insbesondere den **Freizeitbereich für die zukünftige (Innen-)Stadtentwicklung** im Auge zu behalten, denn **bei abnehmender Leitfunktion des Einzelhandels** für die Innenstädte übernehmen Kultur, Sport, Gastronomie wichtige Rollen als Frequenzbringer (auch bzw. v.a. am Abend) und auch für den Tourismusbereich.

Auch im Bereich **Wohnen** zeigen sich die Folgen der demographischen Entwicklung und des Wertewandels. Zur aktuellen Situation beim Wohnungsbestand lässt sich festhalten:

- Die durchschnittliche Wohnfläche lag im April 1998 bei 40,8 m² pro Person im Westen und bei 32,8 m² im Osten und die durchschnittliche Wohnungsgröße bei 89,7 bzw. 73,5 m², Wohnungen mit drei und vier Zimmern sind am häufigsten vertreten.
- Die Eigentümerquote (Wohnungen die vom Eigentümer bewohnt werden) liegt im früheren Bundesgebiet bei 43 Prozent bzw. bei 31 Prozent in den neuen Ländern. Die Eigentümerwohnungen sind zumeist deutlich größer als Mietwohnungen (113 m² zu 69 m² durchschnittliche Fläche pro Wohnung und 5,3 zu 3,7 Zimmer).
- Die Abnahme der Heiratsbereitschaft und der Kinderzahlen, fortschreitende Alterung und Zunahme der Ehescheidungen führen dazu, dass die durchschnittliche Personenzahl der Haushalte stark sinkt. Im Jahr 2000 waren knapp 35 Prozent aller Haushalte Ein-Personen-Haushalte, in denen allerdings nur 16 Prozent der Bevölkerung leben.
- Somit sind über ein Drittel der Hauptmieter- und Eigentümerhaushalte Einpersonenhaushalte mit einer durchschnittlichen Wohnfläche im Westen von 67,6 m², nur etwa jeder zehnte Einpersonenhaushalt wohnt in einer Kleinwohnung bis 40 m² Wohnfläche.



- Ein ständig steigender Flächenverbrauch für Infrastruktur, Gewerbe- und Wohnungsbau ist zu verzeichnen, allein für Wohnungsbau wird beispielsweise in Bayern derzeit im Jahr eine Fläche von über 100 km² verbraucht. Während die Bevölkerungszahl in Bayern von 1981 bis 1997 um 10 Prozent gestiegen ist, hat die bebaute Fläche um 34 Prozent zugenommen³⁸.
- Die Wohnform der „Kleinfamilie“ trifft auf vielfältigere Formen des Zusammenlebens, wie Patchwork-Familien, Wohngemeinschaften oder Single-Haushalte. Dies führt zu sich verändernden und rasch wechselnden Anforderungen an Wohnräume, Nachbarschaften, Quartiere und Wohnumfeld. Am Wohnungsmarkt ist jedoch noch sehr wenig vom Wandel der Lebensweisen zu bemerken.
- Die Angebotspalette an Wohnraum spiegelt nicht die Vielfalt der Lebensweisen wider, vielmehr besteht bei den Anbietern eine Tendenz zur Vereinheitlichung, selbst wenn sie glauben, Vielfalt zu bieten. Beispiele sind das pauschale „junge Wohnen“ oder die „Wohnresidenz für Alte“³⁹.

Als Folge der Diskussionen zur nachhaltigen Stadtentwicklung sowie um neue Wohnformen zeichnen sich verschiedene **Trends beim Wohnen** ab, die sich von den Großstädten auch in den ländlichen Raum ausbreiten werden, wie:

- Wieder verstärkte Nutzungsmischung von Funktionen und Mischung verschiedener sozialer Bevölkerungsgruppen sowie Intensivierung einer baulichen und räumlichen Vielfalt durch Aufbrechen eintöniger Wohngebiete,
- Bedeutungsgewinn von neuen Wohnformen wie verdichtetes individuelles oder gemeinschaftliches Wohnen, die die Veränderungen in der Gesellschaft berücksichtigen,
- durch steigende Zahl an „schrumpfenden Familien“ ergibt sich eine verstärkte Nachfrage nach kleineren Wohnungen,
- Vorteile des innerstädtischen Wohnens bekommen u.a. durch wachsendes Umweltbewusstsein einen höheren Stellenwert,
- da die Wohnung für eine wachsende Zahl von Menschen ständiger Aufenthaltsort, (z.B. für Ältere, Nicht-Erwerbstätige oder Personen mit Telearbeit) ist, müssen „Wohnräume“ sich individuell „interpretieren“ und flexibel den unterschiedlichen und sich ändernden Anforderungen anpassen lassen,
- zukünftig werden Wohnsiedlungen aus der Nachkriegszeit und auch Eigenheimgebiete neben den schon heute betroffenen Stadtkernen von der Überalterung ihrer Einwohnerschaft eingeholt werden und sollten somit an die sich ändernden Ansprüche an die Wohnung, das Wohnumfeld und an das Wohnquartier angepasst werden,
- Aspekte der Versorgung, Sicherheit, Kommunikation usw. rücken beim Wohnumfeld in den Vordergrund, wobei die heutige Generation der über 65-Jährigen jedoch so lange wie möglich ihre Eigenverantwortung wahren will,

³⁸ Bayerischer Städtetag (2001) Der Flächenverbrauch muss reduziert werden. In: Informationsbrief 8/2000, München, S. 12/13

³⁹ Wüstenrotstiftung (Hrsg.): «Neue Wohnformen», Stuttgart 1999



- neben dem „Betreuten Wohnen“, das aber trotz der individuellen Wohneinheiten eine sehr organisierte Form des Lebens in einer „Pflegerwohngruppe“ ist, sollte auf Konzepte wie „Wohnen und Leben in verlässlicher Nachbarschaft“ und Angebote für „generationsübergreifende Nachbarschaften“ gesetzt werden.

2.2 Trends und Entwicklungsrichtungen der „Wirtschafts- und Arbeitswelt“

In der Studie „Delphi 98“ des Fraunhofer-Instituts im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie (BMBF) mit dem Referenzjahr 2025 werden 12 **Innovationsfelder der Zukunft** mit der bedeutungsvollsten wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Innovationsdynamik aufgezeigt, zu denen beispielsweise neben Dienstleistung und Konsum, Gesundheit und Lebensprozesse, Umwelt und Natur insbesondere die Bereiche Information und Kommunikation gerechnet werden. Das 21. Jahrhundert wird vom Fraunhofer-Institut für **Arbeitswirtschaft und Organisation als Zeitalter der TIME-Branchen** (Telekommunikation, Informationstechnologie, Multimedia und Entertainment) bezeichnet mit folgenden Ausprägungen:

- Flexibilisierung der Arbeitsorganisation,
- flexible Teams und unabhängige Geschäftseinheiten,
- virtuelle Unternehmen,
- Netzwerkstrukturen in Form von Kooperationen oder gar Fusionen,
- Bildung räumlicher Cluster von Betrieben verwandter Branchen,
- hohe Bedeutung von „face-to-face-Kontakten“.

Weiterhin zeichnen sich die folgenden Trends im Bereich **Wirtschaft** ab:

- Zunehmende Internationalisierung und Globalisierung von Produktion, Handel, Finanzmärkten und Kommunikation,
- verstärkter Wettbewerbsdruck auf die westeuropäische Wirtschaft,
- verstärkte Technologieintensivierung,
- steigender Anteil selbstständiger Unternehmer
- zunehmende Ökologieorientierung, und somit hohe Wachstumsraten für Umweltschutzbranchen,
- steigende Bedeutung regenerativer Energieträger für die Versorgung aber auch die Produktionswirtschaft,
- Polarisierung der Betriebsgrößen,
- wachsende Bedeutung und steigendes Bewusstsein bezüglich regionaler Wirtschaftskreisläufe,
- zunehmender Bedeutungsgewinn regionaler Initiativen,

- Regionalisierung als Strategie im internationalen Wettbewerb,
- fortschreitender Strukturwandel (mit Winner- und Loser-Branchen),
- zunehmende Suburbanisierung im Umfeld der Verdichtungsräume (Bevölkerung und Unternehmen).

Diese Wandlungen in der Wirtschaftswelt wirken sich unmittelbar auf den **Arbeitsmarkt**, auf die Nachfrage nach bestimmten Arbeitskräften, auf die arbeitsvertraglichen Regelungen und auf das Zeitbudget der Haushalte aus.

Optimistische Prognosen gehen für Deutschland für das Jahr 2010 davon aus, dass 55 Prozent der Arbeitsplätze im Bereich Informationstechnologie – inklusive der Informationsdienstleistung – liegen werden. Die wichtigsten Folgen sind:

- Ein rascher Übergang in die Informations- und Wissensgesellschaft,
- rasch wachsende Zahl an kommerziellen und privaten Internet-Nutzern,
- Bedeutungsgewinn von Teilzeitjobs, geringfügige Beschäftigungen und befristete Arbeitsverträge,
- stärkerer Nutzen der technologischen Möglichkeiten durch „Teleworker“,
- größerer Stellenwert sog. „Patchworker“, deren Arbeitsalltag durch mehrere Jobs für verschiedene Firmen an unterschiedlichen Orten geprägt ist,
- ansteigende Zahl der Kleinstunternehmen und Freiberufler, die sich ihre Arbeitszeit frei einteilen und häufig auch im „home office“ arbeiten,
- immer mehr flexible „Lebensunternehmer“, die ihre Fähigkeiten per Internet weltweit vermarkten,
- steigende Zahl „Global Worker“, die im Auftrag von Firmen real um die Welt jetten,
- Beschäftigungseinbußen in den Bereichen verarbeitendes Gewerbe und Landwirtschaft,
- Beschäftigungsgewinne bei den Dienstleistungen.

2.3 Trends und Entwicklungsrichtungen im Einzelhandel

Besonders auffällig sind die Veränderungen im **Einzelhandel**. Der Einzelhandel befindet sich in einem umfassenden Umstrukturierungsprozess. Der Strukturwandel war und ist einerseits mit gravierenden Veränderungen auf der Nachfrageseite, besonders bezüglich des Kauf- und Konsumverhaltens der privaten Haushalte und andererseits auf der Angebotsseite mit starken Konzentrations-, Rationalisierungs-, Internationalisierungstendenzen und dem Aufkommen immer neuer Betriebsformen verbunden.



ANGEBOTSSTRUKTUREN

Die äußerst komplexe und dynamisch verlaufende Entwicklung des Einzelhandels lässt sich auf der **Angebotsseite** stichwortartig mit Hilfe der folgenden Kriterien systematisieren:

- Weiterer Betriebsrückgang im Lebensmittelbereich durch starken Verdrängungswettbewerb (Halbierung der Lebensmittelstandorte seit Anfang der 1970er Jahre),
- anhaltenden Konzentrationsprozessen im Lebensmittelbereich, die teils zu Versorgungsengpässen im ländlichen Raum und in Stadtteilen der Großstädte führen,
- 2000/2001 waren noch mehr als 46 Prozent der Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte traditionelle Lebensmitteleinzelhändler; den höchsten Umsatzanteil hatten jedoch die Verbrauchermärkte,
- Stabilisierung der Gesamtzahl an Einzelhandelsbetriebsstätten durch eine hohe Dynamik im Nicht-Lebensmittelbereich,
- weitere Filialisierung und Standardisierung mit einer Ausdehnung von Filialisten und Franchisesystemen in Innenstädten und Einkaufszentren,
- branchenübergreifend gewinnen Fachmärkte neben den Discountern zunehmend an Bedeutung,
- Fachgeschäfte und filialisierte Fachhandelsgeschäfte haben den größten Anteil am Einzelhandelsumsatz in Deutschland,
- Umsatzkonzentration auf großflächige Betriebsformen wie Fach- und Verbrauchermärkte, Discounter und SB-Warenhäuser,
- Internationalisierung und Globalisierung auf der Absatz- und Beschaffungsseite,
- Wachstum der Verkaufsflächen bei bestehenden Unternehmen v.a. an dezentralen Standorten,
- starke Verkaufsflächenexpansion mit der Ausdehnung des Sortiments v.a. bei sog. Vollsortimentern als Reaktion auf Bedeutungsgewinn der Discounter, aber
- auch Spezialisierung v.a. bei kleinen Fachhändlern (z.B. Strumpfboutiquen) und Fachmärkten (z.B. Spielzeugfachmarkt),
- Revitalisierung von Kleinflächenkonzepten (Convenience Shop, Kiosk und Tankstellenshops),
- Erweiterungen bei Randsortimenten und Veränderungen der Standortstruktur durch ergänzende umsatzträchtige Freizeit- oder Komplementäreinrichtungen,
- einerseits Qualitätssteigerung in „traditionellen“ Betriebsformen, wie den innerstädtischen Warenhäusern durch sog. „shop-in-shop-Konzepte“,
- andererseits Forcierung des Discountprinzips (Selbstbedienung, rationelle Warenpräsentation, einfache Reklame und Werbung über den Preis) sowie Ausdehnung von Restposten- und Schnäppchenmärkte mit Palettenverkauf,



- vertikale Handelskonzepte (Einkauf des Einzelhändlers direkt beim Hersteller) und Shop-in-Shop-Konzepte sind weiter auf dem Vormarsch,
- Fabrikverkauf hat für die Bekleidungsbranche die höchste Bedeutung, im Einzelhandel mit Textilien noch unterdurchschnittliche Konzentration, jedoch entfallen bereits 80 Prozent des Branchenumsatzes auf zwanzig Unternehmen,
- Aufkommen „neuer“ Angebotsformen, wie z.B. der „Factory-Outlet (Center)“ (FOC) oder das „Electronic-Shopping“ als Ausdruck zunehmender „Convenience-Orientierung“ (=Bequemlichkeit) und steigenden Preisbewusstseins der Verbraucher,
- Anzahl und Gesamtfläche von Shoppingcentern ist seit 1990 deutlich angestiegen, jedoch nimmt die Fläche je Center wieder ab und innerstädtische Lage gewinnen an Bedeutung,
- Angebotsbündelungen zwischen Einzelhandel und Freizeitwirtschaft, wie z.B. „Urban-Entertainment-Center (UEC) oder „Bahnhof- und Airportshopping“ als Ausdruck zunehmender Freizeit- und Erlebnisorientierung,
- Bedeutungszuwachs von Standorten im Innenstadtrandbereich bei Einkaufs- oder auch Fachmarktzentren,
- starker Rückgang der Zahl der Einzelhandelsbetriebe in kleinen und kleinsten Orten (wobei viele Geschäftsaufgaben nicht direkt den Einzelhandelsgroßprojekten zugeschrieben werden können, persönliche Gründe wie der fehlende Nachfolger sind ebenfalls Ursachen).

Die genannten Entwicklungen auf der Angebotsseite sind mit zahlreichen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen **Folgen für die Stadtstruktur** und die Versorgung der Bevölkerung verbunden. Zu den für eine zukunftsfähige Stadtentwicklung wichtigsten Folgen zählen stichwortartig:

- Rückgang der Branchenvielfalt durch Konzentration, Filialisierung, Textilisierung,
- damit Verringerung der Einkaufs- und Aufenthaltsattraktivität v.a. in Innenstadtlagen und Rückgang der Arbeits- und Ausbildungsplätze,
- Marktanteilsverluste der innenstadtprägenden Kauf- und Warenhäuser, sowie Verlust des stadtbildprägenden Elements Einzelhandel,
- damit auch Bedeutungsverlust des Einzelhandels als Leitfunktion für die Innenstädte
- Verdrängung des Mittelstandes und damit verbunden Veränderung des eigenständigen Charakters einer Stadt als Einkaufsort,
- Verschlechterung der wohnortnahen Versorgung, v.a. für „immobile“ Verbrauchergruppen, sowie
- Bedeutungsgewinn der nicht integrierten Standorte mit hohen Verkehrsbelastungen, einer Zersiedelung und Versiegelung der Landschaft und einer Benachteiligung der ÖPNV-Nutzer.

KONSUMTRENDS

Als wichtigste Aussage zu Entwicklungen und Trends im Einzelhandel auf der **Nachfrageseite** gilt es festzuhalten, dass sich der Vorgang des „Einkaufens“ immer mehr vom reinen Versorgungshandeln zu einer Freizeitbeschäftigung mit bewusstem Erlebnisstreben entwickelt. Aus einem berechenbaren Konsumenten hat sich ein zunehmend komplizierter werdender „Typ“ entwickelt, dessen Verhalten schwer vorhersehbar ist und von neuen Wertvorstellungen geprägt wird. Stichwortartig ist hier festzuhalten:

- Der „moderne“ Konsument ist konsumerfahren, bequem, besitzt hohe Ansprüche bezüglich der Produktqualität, eine Vorliebe für Details und einen Hang zum Individuellen und Außergewöhnlichen und möchte sich in einer ansprechenden Umgebung bewegen.
- Es wird klar unterschieden zwischen dem weitgehend emotionslosen Versorgungskauf mit hohem Preisbewusstsein und dem Erlebniseinkauf mit der Bereitschaft für eine entsprechende Produkt- und Servicequalität oder Imageträchtigkeit auch mehr Geld auszugeben („hybrides Konsumverhalten“).
- Es wird von einer Verschiebung der Verbrauchsstruktur zu Lasten einzelhandelsrelevanter Güter ausgegangen, der Anteil privater Konsumausgaben, der dem Ladeneinzelhandel zufließt, hat sich seit 1993 um 6,5 Prozent-Punkte verringert. In den 1950er Jahren wurden noch 14 Prozent des frei verfügbaren Einkommens für Bekleidung ausgegeben, heute sind es noch 7 Prozent (im Jahresdurchschnitt 400 € pro Einwohner).
- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte steigen weiter an – sowohl nominal als auch real. V.a. die Ausgaben für Miete und Energie sowie Gesundheit/Körperpflege steigen an, während die Ausgaben für Nahrung sinken.
- Eine starke Auffächerung in einzelne Teilzielgruppen wird stattfinden - zwar wird die Gesellschaft im demographischen Sinne älter, aber gleichzeitig wird sie bezüglich ihrer Einstellungen, Verhaltensweisen und Konsum-Gewohnheiten immer jünger und differenzierter.
- Seit den 1990er Jahren bringen „Erlebnis“ und „Dissonanzverminderung“ neue Formen von Kaufentscheidungstypen wie z.B. die abwechslungsussuchende Kaufentscheidung (varity seeking) und die dissonanzvermindernde Kaufentscheidung (Markentreue) hervor. Bei weiblichen Konsumenten nimmt die Zahl der habitualisierten Kaufentscheidungen zu (v.a. im Bereich Mode, Schuhe und Lebensmittel). Der Entscheidungseinfluss von Kindern steigt weiter an.
- Der nach wie vor bestehende Erlebnishunger des Konsumenten stößt jedoch zunehmend an finanzielle Grenzen, der Anteil der Konsumenten, die sich ständig „schöne Dinge kaufen“ konnten, „die neu auf dem Markt“ waren, nahm bis 1995 auf 35 Prozent ständig zu und brach dann 1997 um 7 Prozent-Punkte auf einen Anteil von 28 Prozent deutlich ein.
- Das Entstehen einer neuen Zwei-Klassen-Gesellschaft unter den Konsumenten wird angenommen, von Sparkonsumenten und Kaufsüchtigen, in der sich Familien und Ruheständler auf der einen und junge Erwachsene, Singles und kinderlose Paare auf

der anderen Seite gegenüberstehen. Die Zahl der preisorientierten Konsumenten wächst aber weiter und ist zu unterscheiden in „Schnäppchenjäger“, die v.a. auf Preisgünstigkeit achten, sowie in „Smart Shopper“, die die Preiswürdigkeit in den Vordergrund der Entscheidung stellen.

- Die Auswirkungen jüngerer Ereignisse (Terror- und Kriegsängste, Konjunkturschwäche) sind noch schwer abzuschätzen, jedoch zeigt sich schon jetzt ein Rückgang des Konsums, die Ängste vor Arbeitsplatzverlust erhöhen die Sparquoten.
- Die Anforderungen der „modernen“ Konsumenten an den Handel sind gute Erreichbarkeit der Geschäfte, Produktverfügbarkeit und Angebotsvielfalt, Qualität, Service, günstige Preise, Koppelungsmöglichkeiten durch eine große Anzahl an Geschäften und eine angenehme Einkaufsatmosphäre.

3. Stärken- / Schwächen und Chancen- / Risiken-Analyse

Die nachfolgende SWOT-Analyse beruht auf der problemorientierten Strukturanalyse, den Befragungen der Bevölkerung und der Einzelhändler sowie Kartierungen und Berechnungen zum Einzelhandel in Kemnath. Somit spiegelt die Analyse neben der Gutachtermeinung die Ansichten zahlreicher regionaler und lokaler Akteure wider. Thematisch zusammengefasst werden die positiven und negativen Gesichtspunkte der Strukturanalyse, wie sie sich **derzeit** darstellen. Unter Einbeziehung absehbarer, übergeordneter Entwicklungen werden in einem zweiten Schritt **zukünftige** Chancen und Risiken für Kemnath dargelegt. Ferner werden die Erkenntnisse mit dem eben vorgestellten Referenzstandort Freystadt verglichen.

Bevölkerung und Arbeitsmarkt	
Stärken / Chancen	Schwächen / Risiken
<ul style="list-style-type: none"> + Relativ konstante Einwohnerzahlen, leicht steigend + zumeist positive Wanderungsbilanzen + hoher Anteil junger Bevölkerungsgruppen + Bevölkerungskonzentration auf Kernstadt und große Ortsteile + starke Stellung als Industriestandort + Einpendlergemeinde + steigende Bedeutung des Dienstleistungsbereiches als Arbeitsmarkt 	<ul style="list-style-type: none"> - Sterbeüberschüsse - negative Bevölkerungsentwicklung in peripheren Lagen - potentielle Krisenanfälligkeit des Arbeitsmarktes durch wenige große Betriebe - unterdurchschnittlicher Anteil des Dienstleistungssektors - Lehrstellenmangel - geringe Bedeutung des Handels als Arbeits- und Ausbildungsmarkt am Ort

Räumliche Lage / Verkehrliche Erschließung	
Stärken / Chancen	Schwächen / Risiken
<ul style="list-style-type: none"> + Zentrale Lage innerhalb Europas und kleinräumig zwischen Bayreuth, Weiden und Marktredwitz + gute Straßenanbindung in Ost-West-Richtung durch B 22 und damit auch Richtung neuem EU-Partner CZ + nur innerörtlicher Durchgangsverkehr aufgrund der B 22 als „Ortsumgehung“ + durch neue BAB-Anschlussstelle Bayreuth-Süd gute überregionale Anbindung auch in Nord-Süd Richtung (A 9) + Nähe zu landschaftlich attraktiven Gebieten (Fichtelgebirge, Steinwald, Hessenreuther Wald) + ausreichend Parkraum im Innenbereich + Ausweisung als mögliches Mittelzentrum + Einsatz von alternativer Beförderungskonzepten beim ÖPNV (Anrufbus, Gesundheitslinie, Bimmelbahn) 	<ul style="list-style-type: none"> - Gefahr des „Überspringens“ der Entwicklung / Abkopplung nach der Osterweiterung - kein direkter Bahnanschluss, schlechte Anbindung des Bahnhof Kemnath-Neustadt - schlechtes überregionales ÖPNV-Netz - Lage abseits überregionaler Entwicklungsachsen - räumliche Trennung durch die B 22 und keine zentrale Anbindung des Stadtkerns an die B 22 - südliche Altstadtumfahrung verbesserungsbedürftig - keine gleichmäßige Verteilung der Parkplätze in der Innenstadt - Parkplatzsituation bei großen Arbeitgebern im Gewerbegebiet - aus regionalplanerischer Sicht Stärkung in verschiedenen Fachbereichen angemahnt - teilweise rückläufige Erschließung der neueren Wohngebiete

Infrastruktur	
Stärken / Chancen	Schwächen / Risiken
<ul style="list-style-type: none"> + Gut funktionierende Ver- und Entsorgungsinfrastruktur + schulische Grundversorgung und Erwachsenenbildungseinrichtungen + 6-stufige Realschule und Förderzentrum mit großen Einzugsgebieten + ausreichende Versorgung mit sozialer Infrastruktur (Kinder- und Altenbetreuung, Beratungsstellen) + breites Freizeitangebot (Sportstätten, Bücherei, Wanderwege, Lehrpfad) + Krankenhaus der Versorgungsstufe II + flächenhafte Versorgung mit wichtigen technischer Infrastruktur + Außenstelle des Landratsamtes Tirschenreuth 	<ul style="list-style-type: none"> - Defizite bei Fachärzten - Ausbau im Bildungsangebot gefordert - Fehlen von Flächen für Wassersport - Verbesserungen im Hochspannungsnetz - Verlust des Kreissitzes - keine Anlaufstelle für Touristen vor Ort

Flächennutzung / Wohnen	
Stärken / Chancen	Schwächen / Risiken
<ul style="list-style-type: none"> + relativ günstige Bodenpreise / freie Bauparzellen + steigende Attraktivität als Wohnstandort, gutes Wohnklima + Übersichtlichkeit / ruhige Wohnlage + intakte Sozialstruktur, bislang keine Integrationsprobleme + gute Annahmen der neuen Wohngebiete + Flächen für Gewerbeansiedlungen vorhanden + Klare Nutzungsgliederung im Stadtgebiet 	<ul style="list-style-type: none"> - Kein übergeordnetes Konzept zur Gewerbeflächenentwicklung / Gewerbebrachen - Gefahr der Landschaftszersiedelung am Stadtrand - Fehlen von Wohnraum für bestimmte Nachfragergruppen (Singles, Großfamilien) - keine Strategie für kurz- bis mittelfristig zu erwartende Nutzungsänderung im Stadtkern - Lärmbelastung durch B 22 in einigen Wohnbereichen - wenige freie Wohnbauparzellen in städtischer Hand (Preise für Bauflächen) - Bodenbeschaffenheit bzw. Einschränkungen durch Naturschutz im Gewerbegebiet

Kultur / Freizeitgestaltung / Soziales	
Stärken / Chancen	Schwächen / Risiken
<ul style="list-style-type: none"> + Landschaftlich reizvolle Lage und hohes naturräumliches Potenzial + gute Voraussetzungen zum Wandern und Radfahren + aktives Vereinsleben /aktive Kirchengemeinden + Naherholungsgebiete vor der Haustür (Fichtelgebirge / Steinwald) + große Wasserflächen und kleine Wasserläufe im Stadtgebiet + ansprechende Freizeitinfrastruktur z.B. mit Hallenbad und Stadtbücherei + Passionsspiele als kulturelles Event alle fünf Jahre + attraktive Märkte und Bürgerfest der Vereine + gutes kulturelles Angebot der Vereine, gute neue Ansätze für Veranstaltungen + neue Arge „Musikalisches Kemnath“ + Oldtimer-Rallye mit hohem Anziehungswert 	<ul style="list-style-type: none"> - Fehlende attraktive gastronomische Betriebe - relativ schlechte Bewertung des kulturellen und gastronomischen Angebots durch die Bevölkerung - verbesserungsbedürftiges Freizeitangebot für Kinder und Jugendliche - fehlende (alternative) kulturelle Angebote und Veranstaltungen - kaum Abendgastronomie (Biergärten) und Veranstaltungen am Abend - Stadtweiher als Freizeitmöglichkeit noch nicht ausgeschöpft - Fehlen einer größeren Unterkunftsmöglichkeit - Defizite bei Beschilderung (Radwege/Wanderwege) - zu wenig „Themen – Events“ (z. B. Stadtweiherfest) - zu wenig Eventflächen für Veranstaltungen - zu wenig Infotafeln z.B. über Geschichte

Wirtschaftsbereiche	
Stärken / Chancen	Schwächen / Risiken
<ul style="list-style-type: none"> + Relativ konstante Betriebszahlen in der Landwirtschaft + relativ weit fortgeschrittener Strukturwandel in der Landwirtschaft / Anteil größerer Betriebe + große Industriebetriebe mit vielfältigen Arbeitsplätzen + starke Stellung im Verarbeitenden Gewerbe (Siemens und Ponnath) + positive Entwicklungen durch Neuan siedlungen im produzierenden Gewerbe (medizinische Logistik) + breites Spektrum an Handwerksbetrieben + gutes Angebot an Basisdienstleistungen (Banken, Versicherungen) + positive Entwicklung bei den angebotenen Gästebetten 	<ul style="list-style-type: none"> - Beschäftigtenrückgang im Verarbeitenden Gewerbe - Dominanz weniger Großunternehmen - sehr volatile Beschäftigtenzahlen im Baugewerbe - rückläufige Zahlen im Handwerk - eher traditionelles Handwerk (Bau, Nahrung, Körperpflege) stark vertreten - unterdurchschnittlicher Anteil an Beschäftigten im Dienstleistungsbereich - unterdurchschnittlich entwickelte Tourismuswirtschaft

Stadtbild / Kommunalverwaltung / Kommunalpolitik	
Stärken / Chancen	Schwächen / Risiken
<ul style="list-style-type: none"> + Historische wertvolles Erscheinungsbild des Stadtplatzes + fortgeschrittene Stadtsanierung + Vielzahl öffentlicher und privater Sanierungsmaßnahmen + Möglichkeit zur Nutzung von Städtebauförderungsmitteln + relativ gute Bewertung der Kommunalpolitik (Städtebau und Wirtschaftsförderung) + architektonische Sehenswürdigkeiten + aktiver Bürgermeister + 1000-Jahrfeier in Kürze + über 20 Jahre Veranstaltungskalender 	<ul style="list-style-type: none"> - Unattraktive Ortseingänge - abwertende Wirkung von Ladenleerständen im Ortskern - relativ schlechte Bewertung der Informationspolitik und des Bürgerservice - ausbaubedürftige, aber auch -fähige interkommunale Zusammenarbeit - Mängel bei der Sauberkeit in der Stadt und Problematik bei der Klärschlammvererdungsanlage - Öffnungszeiten der Verwaltung und der Geschäfte - fehlende Positionierung des Kemnather Land

Versorgungssituation / Einzelhandel / Dienstleistungen	
Stärken / Chancen	Schwächen / Risiken
<ul style="list-style-type: none"> + sehr gute Grundversorgung am Hauptort Kemnath + attraktives Erscheinungsbild des Stadtplatzes + ausreichend kostenlose Parkplätze im Innenstadtbereich + gute Versorgungssituation (Lebensmittelmärkte) + hohe Bedeutung des Handwerks (v.a. im Bereich Lebensmittel) + hoher Anteil selbständiger Unternehmen / weniger Gefahr der externen Lenkung + hohe Anzahl von Familienunternehmen und traditionsreichen Betrieben mit stabilisierender Funktion + geringe Anzahl von momentan geplanten Geschäftsaufgaben + hohe Versorgungsorientierung der Bevölkerung auf Kemnath bei Grunddienstleistungen (wie Banken) + hohe Einkaufsorientierung bei Gütern des täglichen Bedarf und auch bei Baubedarf, Büchern sowie Pflanzen + hohe Kaufkraftbindung bei Gütern des kurzfristigen Bedarfs + Organisation der Unternehmen in einem Gewerbeverein / gemeinsame Handlungsplattform + aktive Händlergemeinschaft 	<ul style="list-style-type: none"> - Mangelnde Grundversorgung in den Ortsteilen - Leerstandsproblematik, insbes. in innerstädtischen Nebenlagen - relativ schlechte Umsatzerwartungen - starke Konkurrenz in umliegenden Mittel- und Oberzentren - teils sehr hoher Kaufkraftabfluss bei Gütern des mittel- bis langfristigen Bedarfs - wenig abgestimmte Marketingmaßnahmen zur Erhöhung der Einkaufsattraktivität - aus landesplanerischer Sicht Restriktionen bei der Ansiedlung von möglicherweise neuen Einzelhandelsgroßprojekten - Einzelhandelsangebot entspricht nur sehr bedingt mittelzentralen Ansprüchen - Fehlen von weiteren Magnetbetrieben in der Innenstadt - zurückhaltende Zukunftseinschätzung durch die Händler - sehr kleinstrukturierter Handel und hoher Anteil mit nicht gesicherter Betriebsnachfolge

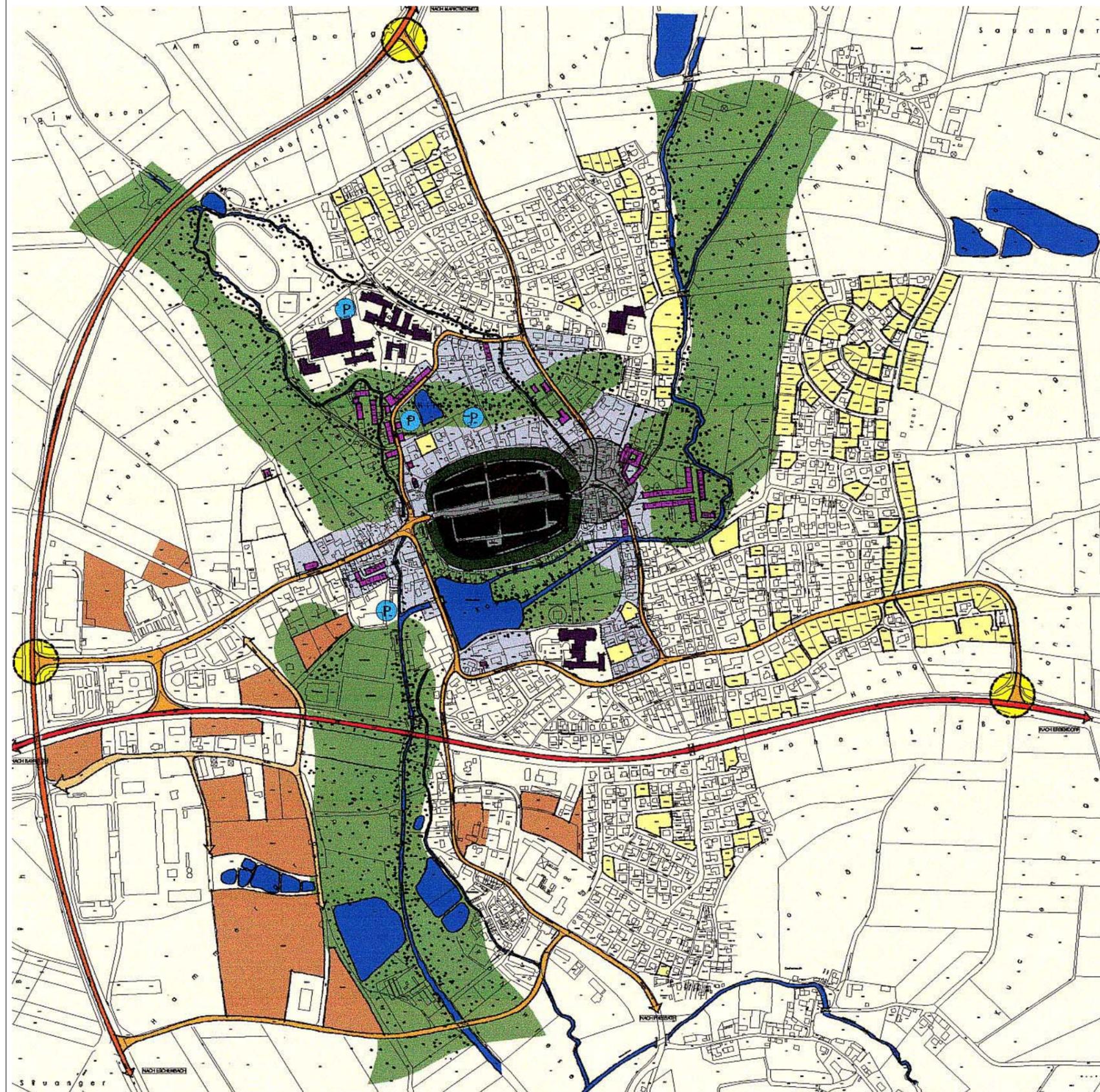
4. Städtebauliche Potenziale und Missstände

Die sich aus der Bestandsaufnahme und Auswertung ergebenden städtebaulichen Qualitäten und Potenziale einerseits und städtebaulichen Missstände andererseits sind nachfolgend in insgesamt vier Analyseplänen graphisch dargestellt. Die Pläne beziehen sich dabei im Maßstab 1:2.500 auf das Gesamtgebiet und im Maßstab 1:1.000 auf das Sanierungsgebiet (Altstadtkern). Die Pläne entsprechen dem Zeitpunkt der Bestandsaufnahme (Dez. 2003).



Karte 15

Städtebauliche Qualitäten und Potenziale,
außerhalb des Sanierungsgebietes



**STADTENTWICKLUNGSKONZEPT
KEMNATH**

BESTANDSANALYSE

**STÄDTEBAULICHE QUALITÄTEN
UND POTENZIALE
(AUSSERHALB DES SANIERUNGSGEBIETES)**

GROSSRÄUMIGE UMFABUNG:

- BUNDESSTRASSE B22
- STAATSSTRASSE ST 2665

KLEINRÄUMIGE UMFABUNG:

- GEMEINDESTRASSE
- STADTZUFAHRT
- ENSEMBLEBEREICH
ALTSTADT / CAMMERLOHERPLATZ
- STADTBILDPRÄGENDES GEBÄUDE /
SCHEUNENANLAGE
- WICHTIGER GRÜNZUG VON
GESAMTSTÄDTISCHER BEDEUTUNG
- STADTBILDPRÄGENDER BACHLAUF /
WEIHER

ENTWICKLUNGSFLÄCHE FÜR:

- GEWERBLICHE NUTZUNG
- WOHNGEBÄUDE (FREIE BAUPLÄTZE)

ENTLASTUNGSPARKPLATZ

**WICHTIGE INFRASTRUKTURELLE
EINRICHTUNG**

**FLÄCHE / ABGRENZUNG DES
SANIERUNGSGEBIETES**

KARTENGRUNDLAGE:
DIGITALE FLURKARTE VOM VERMESSUNGSAMT EICHENBACH / OPH.

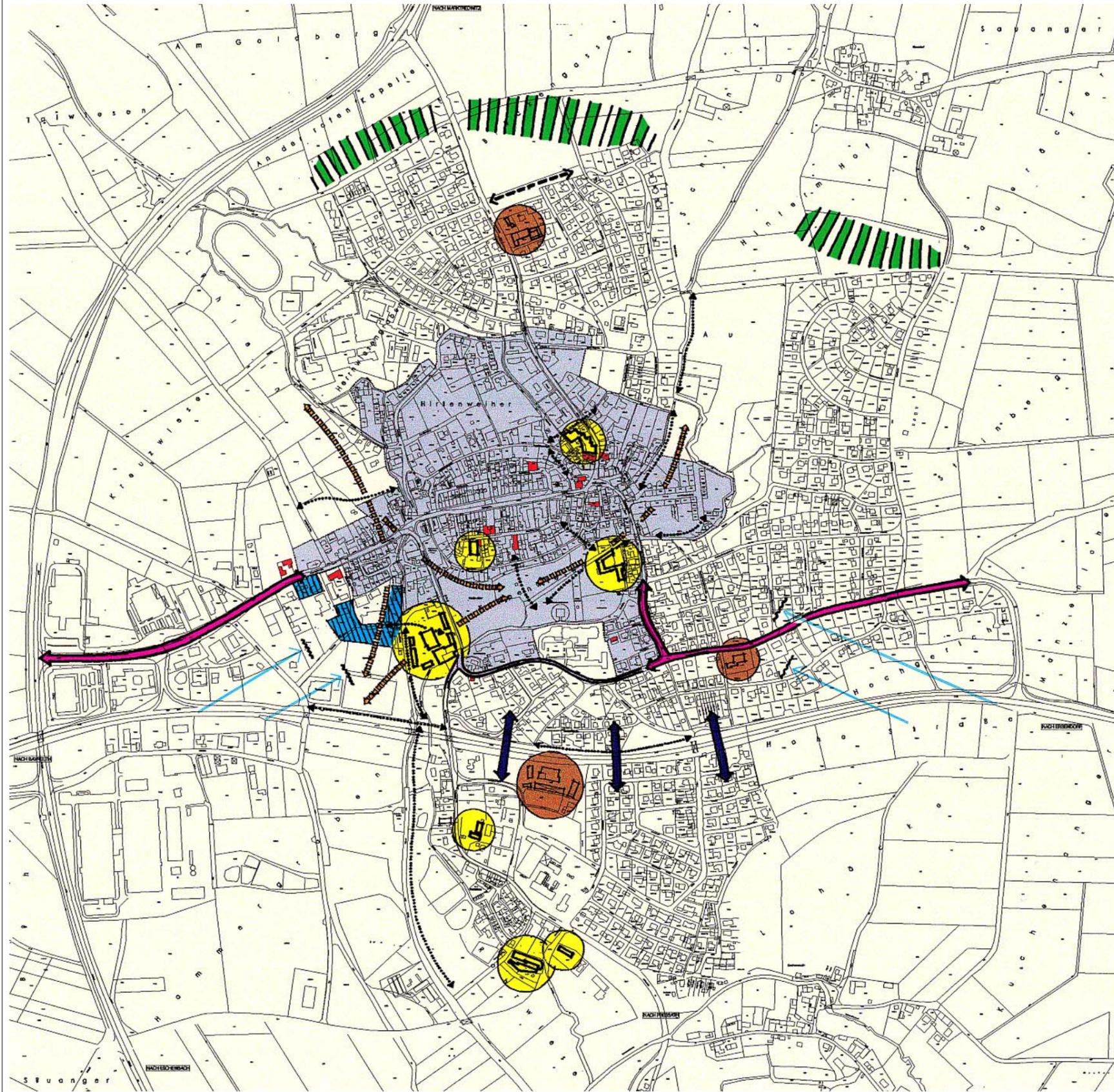
**STADTENTWICKLUNGSKONZEPT KEMNATH
STÄDTEBAULICHE QUALITÄTEN UND POTENZIALE**

DEZEMBER 2003

RESCH + STIEFLER + PARTNER GmbH
ARCHITECTEN UND STADTPLANER
WÄHRFRIEDSTRASSE 5 95444 BAYREUTH T. 0921-764500

Karte 16

Städtebauliche Missstände,
außerhalb des Sanierungsgebietes



STADTENTWICKLUNGSKONZEPT
KEMNATH

BESTANDSANALYSE

STÄDTEBAULICHE MISSSTÄNDE
(AUSSERHALB DES SANIERUNGSGEBIETES)

- GEWERBEBRACHE
(LEERSTAND, z.T. FREMDNUTZUNG)
- GEBÄUDE WIRD DEN ANFORDERUNGEN
AN DIE GESTALTUNG NICHT GERECHT /
UNGÜNSTIGE STANDORTLAGE
- FEHLENDE STÄDTEBAULICHE
VERKNÖPFUNG
- FEHLENDE WAHRNEHMUNG DER
ALTSTADT
- WICHTIGER STRASSENRAUM ZUR ER-
SCHLIESSUNG DER ALTSTADT MIT
GESTALTERISCHEM MANGEL
- FREIFLÄCHE MIT FUNKTIONALEM UND
GESTALTERISCHEM MANGEL
- LEERSTEHENDES / TEILWEISE
LEERSTEHENDES GEBÄUDE
- FEHLENDE FUSSWEGEVERBINDUNG
- FEHLENDE STRASSENVERBINDUNG
- KLEINRÄUMIGE ALTSTADTUMFAHRUNG
MIT FUNKTIONALEM UND
GESTALTERISCHEM MANGEL
- FEHLENDE VERKNÖPFUNG DES
GRÜNZUGES
- NEGATIVE ERSCHEINUNG DES
ORTSRANDES
(FEHLENDER ORTSRANDABSCHLUSS)
- FLÄCHE / ABGRENZUNG DES
SANIERUNGSGEBIETES

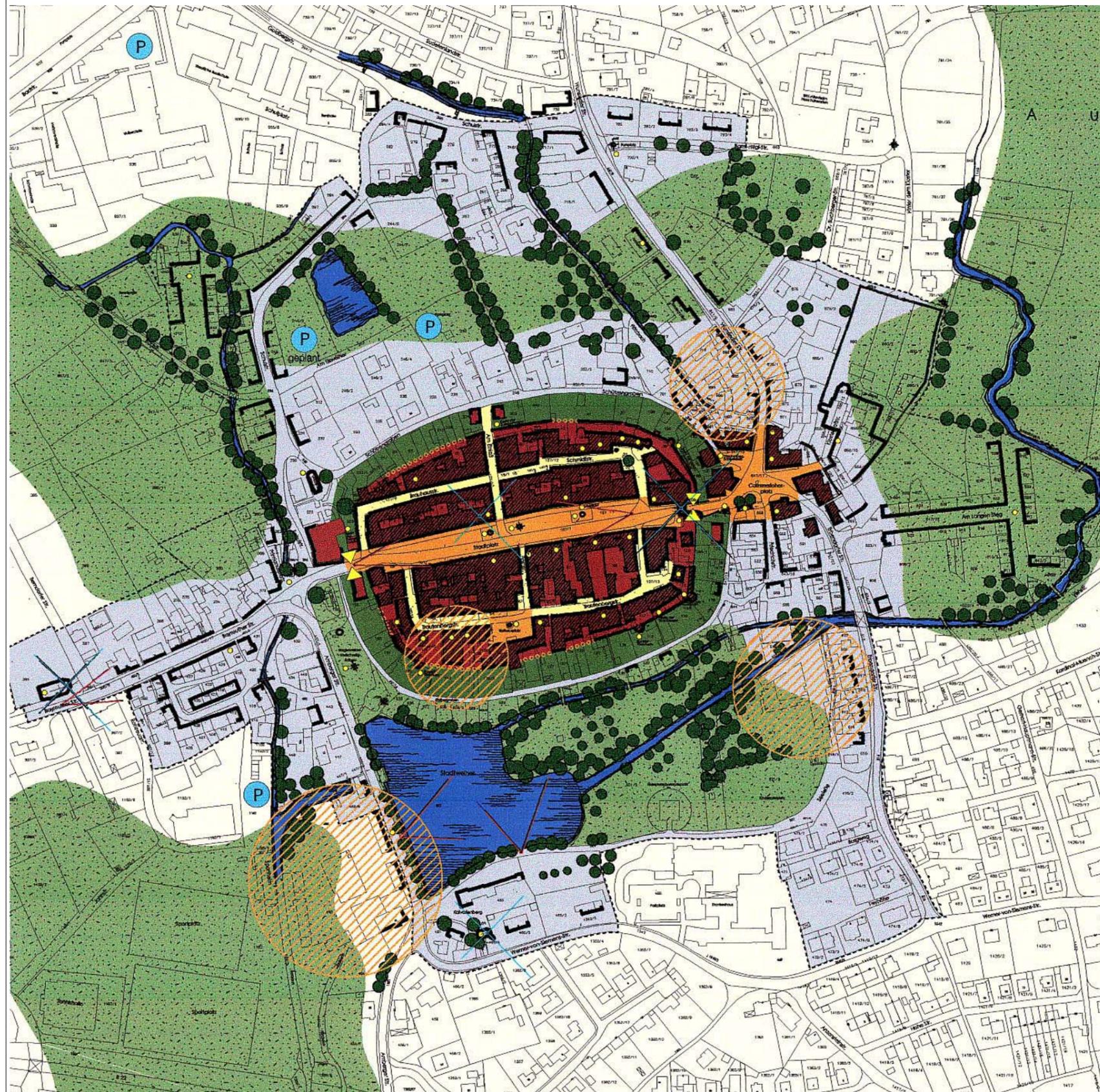
KARTENGRUNDLAGE:
DIGITALE FLURKARTE VOM VERMESSUNGSAMT ESCH-HERIBACH / OFP.
STADTENTWICKLUNGSKONZEPT KEMNATH
STÄDTEBAULICHE MISSSTÄNDE

DEZEMBER 2009

RESCH + STIEFLER + PARTNER arch
ARCHITECTEN UND STADTPLANER
WAHNFRIEDSTRASSE 3 95444 BAYREUTH T. 0921-76400

Karte 17

Städtebauliche Qualitäten und Potenziale,
innerhalb des Sanierungsgebietes



STADTENTWICKLUNGSKONZEPT
KEMNATH

BESTANDSANALYSE

STÄDTEBAULICHE QUALITÄTEN
UND POTENZIALE
(INNERHALB DES SANIERUNGSGEBIETES)

-  ENSEMBLEBEREICH
ALTSTADT / CAMMERLOHERPLATZ
-  BAUDENKMAL
-  WICHTIGE RAUMKANTE
-  RAUMBILDUNG MIT PLATZCHARAKTER
-  STADTBILDPRÄGENDER STRASSENRAUM
-  STADTBILDPRÄGENDER GRÜNBEREICH
-  WICHTIGER BAUM
-  BACHLAUF, WEIHER
-  GEBÄUDE MIT FERNWIRKUNG
-  HISTORISCHER STADTZUGANG
-  VERLAUF DER EHEM. ÄUSSEREN
STADTMAUER
-  EHEMALIGE GRABENANLAGE
-  BRUNNEN / SÄULENBILDSTOCK ...
-  FLÄCHENPOTENZIAL FÜR
IMPULSPROJEKTE
-  ENTLASTUNGSPARKPLATZ
-  WICHTIGE BLICKBEZIEHUNG
-  FLÄCHE / ABGRENZUNG DES
SANIERUNGSGEBIETES

KARTENGRUNDLAGE:
DIGITALE FLURKARTE VON VERMESSUNGSAMT ESCHENBACH / O.P.
STADTENTWICKLUNGSKONZEPT KEMNATH
STÄDTEBAULICHE QUALITÄTEN UND POTENZIALE

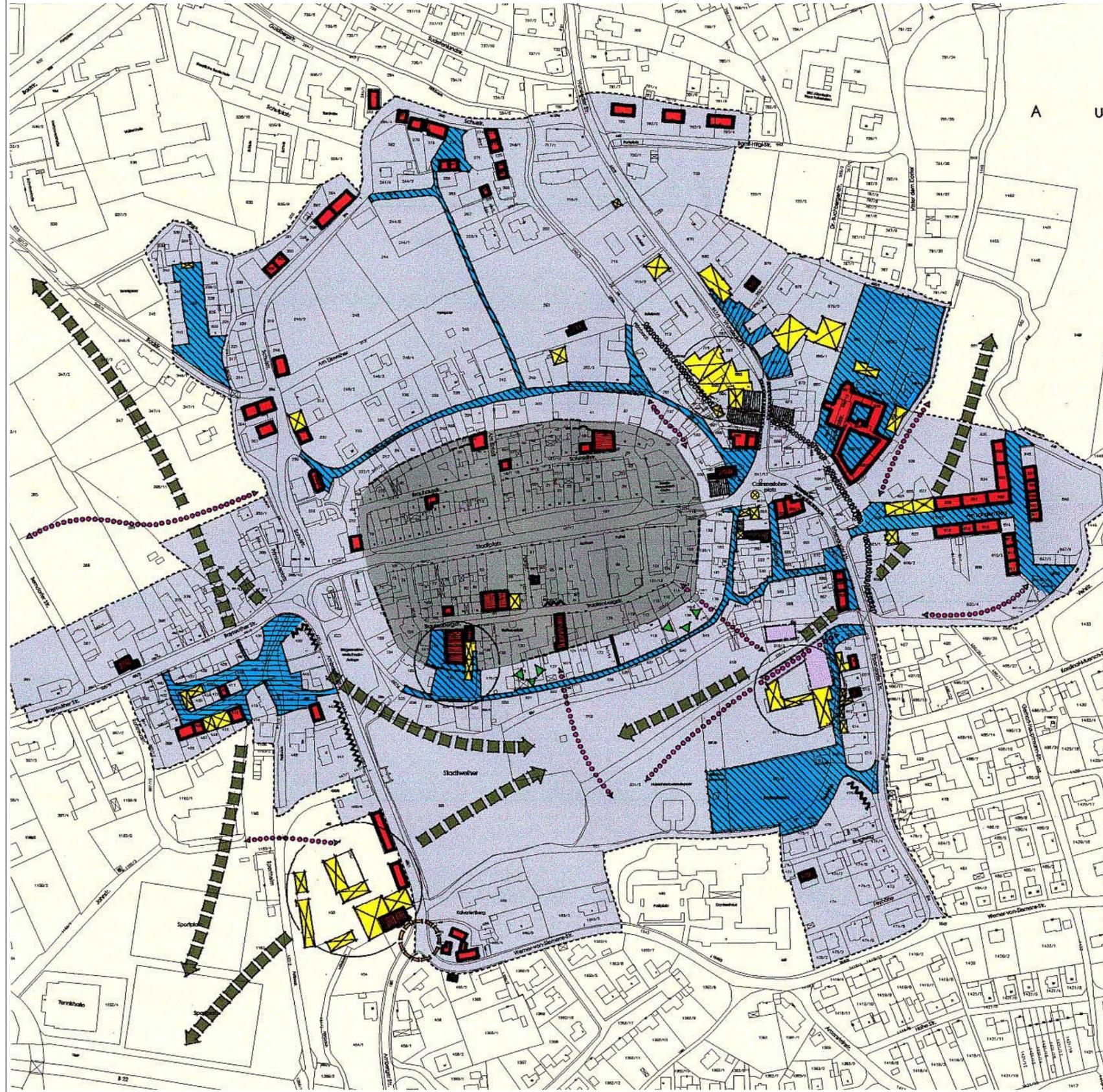
DEZEMBER 2003

RESCH + STIEFLER + PARTNER *gestalt*
ARCHITECTEN UND STADTPLANER
WANNFRIEDSTRASSE 3 95444 BAYREUTH T. 0921-764500



Karte 18

Städtebauliche Missstände,
innerhalb des Sanierungsgebietes



**STADTENTWICKLUNGSKONZEPT
KEMNATH**

BESTANDSANALYSE

**STÄDTEBAULICHE MISSSTÄNDE
(INNERHALB DES SANIERUNGSGEBIETES)**

- WICHTIGES SANIERUNGS-
BEDÜRFTIGES GEBÄUDE
- UNGENUTZTES / TEILWEISE
UNGENUTZTES GEBÄUDE
- STADTUNTYPISCHES / STADTBILDSTÖ-
RENDES GEBÄUDE (GESTALTUNG,
HÖHENENTWICKLUNG, PROPORTION)
- GEWERBEBRACHE
(LEERSTAND, Z.T. FREMDNUTZUNG)
- GESTALTUNGSBEDÜRFTIGER BEREICH
- FEHLENDE RAUMKANTE
- VERUNKLÄRUNG DES EHEMALIGEN
STADTMAUERRINGES / STADTMAUER
- FEHLENDE WEGEVERBINDUNG /
KEIN ÖFFENTLICHER DURCHGANG
- FEHLENDE FLÄCHEN FÜR
BETRIEBSERWEITERUNG
- KONFLIKTBEREICH
FUSSGÄNGER - FAHRVERKEHR
- EINGESTÜRZTES GEBÄUDE
- FEHLENDE WAHRNEHMUNG DES
BACHLAUFES
- FEHLENDE VERKNÜPFUNG DES
GRÜNBEREICHES
- UNÜBERSICHTLICHER VERKEHRS-
KNOTENPUNKT
- FLÄCHE / ABGRENZUNG DES
SANIERUNGSGEBIETES

KARTENLIEGEGENDE:
DIGITALE FLURKARTE VOM VERMESSUNGSAMT ESCHERBACH / OBF.

**STADTENTWICKLUNGSKONZEPT KEMNATH
STÄDTEBAULICHE MISSSTÄNDE**

DEZEMBER 2003

RESCH + STIEFLER + PARTNER GbR
ARCHITECTEN UND STADTPLÄNER
WAHNFRIEDSTRASSE 3 95444 BAYREUTH T. 0021-764300

VII. BÜRGERBETEILIGUNG, VISION UND LEITBILD FÜR DAS STADTENTWICKLUNGSKONZEPT



Für die nachfolgende städtebauliche Einzelhandelskonzeption gilt es, die Beurteilung der derzeitigen Situation und eine Bewertung der zukünftigen Entwicklung in Kemnath **in einem größeren Rahmen** zu betrachten. Daher sollen auftragsgemäß die Überlegungen des SEEKs in den in Kemnath bereits laufenden **Stadtmarketingprozess** integriert werden. Insbesondere die Leitlinien der Stadtentwicklungspolitik für die nächsten 4 bis 14 Jahre gilt es mit den Ideen der engagierten Arbeitskreise vor Ort im Sinne eines integrativen Ansatzes abzustimmen.

Erfolgreiche Strategien zur Umsetzung nachhaltiger Stadtentwicklung setzen ein konsensfähiges Konzept der verschiedenen Bürgergruppen voraus, das sich so aus **abgestimmten Zielen** zusammensetzt und das sich in der Durchführung konkreter Maßnahmen bewährt. **Strategien nachhaltiger Stadtentwicklung** stehen vor der Herausforderung, ökologische, wirtschaftliche und soziale Perspektiven zusammenzuführen. Hier kommt es entscheidend darauf an, mit den vorhandenen Zielkonflikten und Interessensgegensätzen konsensorientiert, z.B. mittels Bürgerbeteiligung, umzugehen und Regelungen anzubieten.

1. Visionen und Leitbild als Instrumente der Planung sowie die Aufgabe von Arbeitskreisen im Stadtentwicklungsprozess

Nach der ausführlichen Betrachtung der **aktuellen Situation** der Stadt Kemnath mittels der Struktur- und der SWOT-Analyse, die eine eingehende Untersuchung der demographischen, infrastrukturellen und wirtschaftlichen Strukturen sowie Entwicklungen der Stadt Kemnath zum Inhalt hatte sowie des Aufzeigens von städtebaulichen Potenzialen einerseits und Missständen andererseits soll nun aus den gewonnenen Erkenntnissen eine Vision abgeleitet werden. Sie soll einen kreativen Prozess anstoßen, der in einem möglichst breit bei den Akteuren der Stadt verankerten Leitbild für die **zukünftige Entwicklung** der Stadt mündet.

Der Ablauf eines integrativen Ansatzes bei der Stadtentwicklung sieht nach der Ermittlung wichtiger Problembereiche und Handlungsfelder nun die **Aktivierung von interessierten Bürgern** für einen Stadtmarketingprozess und – damit verbunden – Arbeitskreisarbeit vor. Da **in Kemnath bereits sieben Arbeitskreise aktiv** und sehr engagiert sind, muss eine Auftaktveranstaltung und das Bilden von Arbeitskreise nicht mehr erfolgen. Es wurden bereits viele Ideen entwickelt. So gilt es, den **laufenden Prozess der Arbeitskreisarbeit und die gutachterlichen Erkenntnisse zu vergleichen**, um mögliche weitere Handlungsrichtungen in den Prozess hineinzutragen.

Die Entwicklung der Stadt Kemnath kann in Zukunft generell unterschiedlichen Wegen folgen, niemand kann dies exakt voraussagen. Eine Darlegung **möglicher Entwicklungspfade** in Form von Visionen (zumeist von Außen herangetragen) soll im Allgemei-



nen zu Beginn eines Stadtmarketings bei Bürgern und Politikern der Stadt eine Diskussion anregen, welche Entwicklung eine Gemeinde nehmen könnte bzw. sollte. Visionen orientieren sich an Strukturanalysen, übergeordneten Rahmenbedingungen und Stärken-Schwächen- bzw. Chancen-Risiken-Analysen. Sie entwerfen ein Bild einer **möglichen Zukunft**. Dabei steht die politische und technische Umsetzbarkeit nicht im Vordergrund, sie lassen vielmehr Raum für kreative Ideen. Jedoch bauen Visionen als fiktive, aber deswegen keineswegs unrealistische Zukunftsbilder auf den strukturellen Gegebenheiten auf. Sie versuchen, denkbare Bilder der Zukunft zu entwerfen, wie sie durch absehbare Trends oder politische Entscheidungen entstehen könnten. Dabei wird ein besonderes Augenmerk auf das **in Kemnath vorhandene endogene Potenzial** gelegt. Die Vorarbeiten der Arbeitskreise ermöglichen es, entgegen der üblichen Vorgehensweise, nur mit einer Konsens-Vision zu arbeiten, d.h. mit einer bereits diskutierten Zukunftsvorstellung. Der **Diskussionsprozess** der sonst versucht, die unterschiedliche Entwicklungspfade einer Stadt aufzuzeichnen, ist in Kemnath bereits in Gang. Die **Arbeitskreise haben bereits Visionen erarbeitet**. Diese gilt es, hier zusammenzufassen, z.T. noch etwas zu schärfen, um Raum für kreative, weiterreichende und an allen Problemfeldern ausgerichtete Ideen zu schaffen.

Die nachfolgend formulierte **Vision** stellt den von den lokalen Akteuren als wünschenswert ausgewählten künftigen Entwicklungspfad der Stadt Kemnath dar. Diese Konsensvision enthält aber **noch keine Handlungsanweisungen** zur praktischen Umsetzung einzelner Vorhaben. Erst ein Zielkatalog, der die einzelnen Schwerpunkte einer künftigen Stadtmarketing-Konzeption berücksichtigt und auch die Fristigkeiten sowie Möglichkeiten der Implementation einzelner Ziele mit einbezieht, liefert die Grundlage für Strategien und Maßnahmen zur praktischen Umsetzung.

Anschließend an diese integrative Konsensvision wird wiederum im Diskussionsprozess ein **Leitbild** für die künftige Stadtentwicklung erarbeitet. Das Leitbild soll eine Vorstellung von der gewünschten Entwicklung eines Raumes geben, es ist also der „rote Faden“ im Prozess. Ein konsensfähiges Leitbild schafft die **Grundlage für ein abgestimmtes Ziel-system** einer Stadtmarketing-Konzeption, was eine längerfristige Planung und Führung ermöglicht. Den kommunalen Akteuren wird die Möglichkeit gegeben, ihre Handlungsweisen an dem gemeinsamen Leitbild auszurichten und sich damit zu identifizieren. In diesem Zusammenhang ist auch die rechtliche Absicherung und förmliche Unterstützung eines solchen Leitbildes durch einen Stadtratsbeschluss von Nutzen. Dadurch wird beispielsweise den Mitarbeitern in der Verwaltung, insbesondere aber den für das Stadtmarketing verantwortlichen Personen, die **Identifizierung** mit ihrer Aufgabe erleichtert sowie eine **Orientierung** für das tägliche Geschäft gegeben.

Ziel des Leitbildes ist es auch, die Philosophie der Region nach Innen und Außen deutlich zu machen. An die Akteure und die Bevölkerung der Stadt gerichtet, fördert es die **Identität** und trägt nach Außen z.B. bei Gästen und Kapitalgebern zur **Imagebildung** bei. Multiplikatoren und Informationsträger (z.B. Lokalpresse) können durch ein Leitbild konsequent und zielgerichtet an der Kommunikationspolitik und damit an der Einbindung der Kemnather Bevölkerung mitwirken. Die Stadt Kemnath wird durch ein solches Leitbild als Partner für andere Kommunen, ansässige Unternehmen und Interessensgruppen berechenbarer



bzw. für motivierte Zielgruppen zu einer intensiven und sachgerechten Auseinandersetzung mit den Standortfaktoren und -potenzialen, die in Kemnath vorzufinden sind.

Ziel eines Leitbildes muss es weiterhin sein, teilräumliche und interessensspezifische Identitäten aufzubrechen und auf die Schaffung einer „Corporate-Identity“ als tragfähige Basis einer weiteren Entwicklung der Stadt Kemnath hinzuwirken. Nicht zuletzt ermöglichen die aufgestellten Ziele – wie auch in der privatwirtschaftlichen Unternehmensführung – am Periodenende eine effektive **Zielerreichungskontrolle**, was wiederum die Voraussetzung für eine erfolgreiche Fortführung eines Stadtmarketings (ggf. unter veränderten Zielsetzungen) darstellt.

2. Bestimmung von Problembereichen der zukünftigen Stadtentwicklung der Stadt Kemnath

Über den nachfolgenden Abgleich der Themen in den bestehenden Arbeitskreisen mit von den Gutachtern aufgezeigten Problemfeldern kann und soll der Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingprozess noch stärker zielgerichtet werden. Damit können sich die Arbeit vor Ort in Kemnath und die wissenschaftlichen Konzeptionen gegenseitig befruchten.

2.1 Wichtige Aspekte für die zukünftige Stadtentwicklung aus Sicht der Gutachter

Anhand der bisherigen Ergebnissen und in Abstimmung mit den Partnern sowie den Auftraggebern ergeben sich sechs Bereiche, die für die zukünftige Stadtentwicklung angegangen werden sollten.

KEMNATH ALS MITTELPUNKT DES KEMNATHER LANDES / AUFBAU EINES NETZWERKES IN KEMNATH UND MIT DEN NACHBARORTEN

Als die ehemalige Kreisstadt und einzige Kommune, die im Kemnather Land allein mittelzentrale Funktionen übernimmt, sollte die **Mittelpunktfunktion für die umliegenden Gemeinden** von Speichersdorf im Westen bis Erbdorf im Osten und von Speinshart im Süden bis Brand im Norden noch verbessert werden. Um sich zwischen den Zentren Bayreuth, Marktredwitz/Wunsiedel und Weiden als Zentrum im westlichen Landkreis Tirschenreuth besser zu positionieren, gilt es die Versorgungsfunktion zu verbessern. Gerade kleinere Städte sind heute nur erfolgreich, wenn sie in **Kooperation** und gegenseitiger Ergänzung bei der Wahrnehmung verschiedener Funktionen ihrer Versorgungsaufgabe den Bürgern gegenüber nachkommen.

Neben Strukturverbesserungen z.B. im Einzelhandel sowie im Kultur- und Freizeitbereich ist es v.a. wichtig, das heute **vorhandene Potenzial besser herauszuarbeiten** und Bürger der Stadt und des Umlandes stärker an sich zu binden bzw. für die Stadt und ihre Angebote zu gewinnen. Gute Ausgangsbedingungen für eine verbesserte Außendarstellung aber auch für eine Imageaufwertung bei den Bürgern vor Ort sind gegeben.

Dabei sollte Kemnath mit den Nachbargemeinden zusammenarbeiten und gemeinsam ein für die verschiedenen Bereiche des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Lebens an-



sprechendes Angebot bereithalten, denn gegen die größeren Zentren erscheint es nur in einem **regionalen Netzwerk** möglich, konkurrenzfähig zu bleiben bzw. zu werden. Die Bereitschaft zur interkommunalen Kooperation als einem neueren Weg der Kommunal- und Regionalpolitik ist sowohl in Kemnath als auch in den umliegenden Gemeinden gegeben bzw. wird bereits vollzogen. Diese gilt es noch stärker auszubauen und klare Aufgabenbereiche zu bestimmen, denn nur gemeinsam kann man ein starkes „Kemnather Land“ mit ähnlichen Anliegen für Einheimische und Gäste schaffen. Dies bedarf eines Umdenkens, dass **der Nutzen und das Wohl einer Nachbargemeinde innerhalb des Netzwerkes auch der eigenen Stadt zu gute** kommt.

STÄRKUNG VON KULTUR, FREIZEIT UND TOURISMUS

Die Stadt Kemnath als „Tor zur Oberpfalz“ bietet bereits heute einige kulturelle Highlights und auch die Gastronomie in der Stadt und v.a. am Stadtplatz ist vielfältig, jedoch werden die Angebote nicht bzw. zu wenig genutzt, um auch **Gäste aus dem weiteren Umfeld für einen Aufenthalt** in Kemnath bzw. im Kemnather Land zu gewinnen. Die fünfjährlich stattfindenden Passionspiele ziehen zwar Interessenten von weiter her an, jedoch fehlen in der Stadt selbst Übernachtungsmöglichkeiten für größere Gruppen. Auch könnten im Zusammenhang mit diesem **religiösen Brauch** weitere Angebote für eben diese Zielgruppe von Kulturreisenden ausgebaut werden. Als Stadt an der Konfessionsgrenze zwischen evangelisch-lutherisch und katholisch geprägten Gebieten sind hier noch Bräuche lebendig, die auch Gäste aus den Städten im Umland begeistern können, als Beispiel sei der Fasching genannt.

Die Umgehungsstraße beruhigt den Stadtkern zwar, jedoch ist die Zahl der „zufälligen“ Gäste seitdem zurückgegangen. So gilt es an den Abfahrten der B 22 auffallend auf sich aufmerksam zu machen. Aber auch andere **Werbemöglichkeiten** sollten noch stärker ausgeschöpft werden, die neuen Medien sind hier genauso zu verbessern wie klassische Prospekte, vor allem sollten auch die Ortseingänge als Eingangstore auf die Stadt neugierig machen (s. hierzu auch „Verbesserungen des Erscheinungsbildes und der Außendarstellung“). Aber auch der **Internet-Auftritt** sowie die **Informations- und Buchungsmöglichkeiten** für Gäste entspricht nur bedingt dem naturräumlichen und kulturellen Potenzial des Kemnather Landes für den Tourismus und die Naherholung.

In **Zusammenarbeit mit den umliegenden Gemeinden**, die z.T. auch sehr gute Freizeit- und Tourismus-Strukturen aufweisen, sollte ein **umfassendes Freizeit- und Kulturangebot** für Bürger und Gäste ausgearbeitet werden. Spezialisierungen in verschiedenen Bereichen sind hier anzustreben, beispielsweise könnte Immenreuth den sportlichen Sektor bedienen und Kemnath sich stärker kulturell hervortun. Neben dem bereits angesprochenen religiösen Bereich sollten hier v.a. auch **Angebote für spezielle Personengruppen** angeregt werden. Gemeinsame Angebote beinhalten aber auch eine **gute Vernetzung mit ÖPNV-Angeboten** (s. hierzu auch Verbesserung der innerörtlichen Verkehrssituation und der Verkehrserschließung).



Abb. 73 Derzeitige Präsentation des Geologischen Lehrpfades im Internet

Geologischer Lehrpfad

Der Heimatkundliche Arbeits- und Förderkreis Kemnath konnte mit Unterstützung des Naturparks Steinwald und mit viel ehrenamtlichen Engagement einen Geologischen Lehrpfad anlegen, welcher dem Wanderer die Schönheit des Kemnather Landes näher bringen soll. Eine eigens hierfür aufgelegte Broschüre, welche detailliert die einzelnen Stationen des Geologischen Lehrpfades aufzeigt, ist in dem Tourist - Informationsbüro Märkl in Kemnath erhältlich.



	Kontaktaufnahme:
	Tourist - Information Kemnath
	Reisecenter Märkl
	Stadtplatz 41
	95478 Kemnath
	Tel.: 0 96 42 / 92 09 99
	Fax: 0 96 42 / 92 09 90
	Email: info@touristik-kemnath.de

Für mehr Informationen bitte das Bild anklicken

Der 15 km lange Rundweg ist in Abschnitten von je 5 km aufgeteilt und mit Nummerntafeln versehen. Führungen sind jederzeit nach Anmeldung bei Herrn Rösch möglich. Kontaktaufnahme unter Rufnummer 09642 / 8396.

Quelle: <http://www.kemnath.de/freizeit/geologie.html>

ERREICHEN EINER MITTELZENTRALEN EINZELHANDELS- UND DIENSTLEISTUNGSFUNKTION

Derzeit sind die Angebote im Einzelhandels- und Dienstleistungsbereich für ein mögliches Mittelzentrum in Kemnath eher unterdurchschnittlich, auch sind teilweise Schließungen im Facheinzelhandel zu befürchten. Hier gilt es v.a. **qualitative**, mit Einschränkungen auch **quantitative Verbesserungen zu erreichen**. Darüber hinaus sind im (Basis-)Dienstleistungssektor weitere An- bzw. Umsiedlungen im Innenstadtbereich wünschenswert, Kopplungsmöglichkeiten von Einkaufen und sonstigen Erledigungen erhöhen in aller Regel die Aufenthaltsdauer im Innenbereich.

Zwar sind in vielen Kleinstädten rückläufige Entwicklungen im Einzelhandel festzustellen, jedoch sollte man in Kemnath, will man sich als regionales Zentrum zwischen den größeren Standorten positionieren, die **Versorgungsfunktion für die eigenen Bürger und die des Umlandes** stärken. Hierfür sind sowohl großflächige Kundenmagneten am Stadtrand

- wie es aktuell der Baumarktbereich darstellt – in die Überlegungen einzubeziehen, es sollten jedoch von Seiten der Stadt und der Händlergemeinschaft alle möglichen Maßnahmen ergriffen werden, am Stadtplatz und in städtebaulich integrierter Lage die **vorhandene Einzelhandelstruktur zu sichern bzw. zu stärken**.

Abb. 74 Leerstand im Stadtkern



Insbesondere sind Leerstände möglichst zügig einer neuen Nutzung - auch wenn es nur eine Zwischennutzung (z.B. Ausstellung) ist - zuzuführen, um einen negativen Ausstrahlungseffekt zu vermeiden.

Neben Ergänzungen im Einzelhandelsbereich sind hier verschiedene **Strategien zur städtischen und standörtlichen Attraktivitätssteigerung** zu entwickeln.

Quelle: Foto Sonja Rüppel

Von bauleitplanerischen über organisatorische Maßnahmen (wie Institutionalisierung eines Stadtmarketings) bis hin zu verschiedensten Aktionen von Händlern, Dienstleistern und der Stadtverwaltung zur Stärkung des Innenstadt-Flairs (Stadtgestaltung, Freizeit, Kultur und Gastronomie). Potentielle **Entwicklungsstandorte** und Sortimente bzw. Branchen, die noch fehlen, wurden in der Strukturanalyse deutlich. Mögliche Entwicklungspfade und Maßnahmen werden im nachfolgenden SEEK vorgestellt, jedoch sind zur Umsetzung die Akteure vor Ort entsprechend in die Überlegungen einzubeziehen. **Unternehmerisches Engagement** und **unterstützende Maßnahmen von Händlerkooperationen sowie der Stadtverwaltung** sind für einen attraktiven Einkaufsort unabdingbar.

STÄRKUNG DER POSITION ALS INDUSTRIE- UND GEWERBESTANDORT / CHANCEN DER B 22 UND DER ZENTRALEN LAGE ZWISCHEN DEN OBERZENTREN BAYREUTH, WEIDEN UND MARKT-REDWITZ/WUNSIEDEL

Die aktuelle Einstufung als mögliches Mittelzentrum und der angenommene Verflechtungsbereich (s. landesplanerisch maximal zulässige Verkaufsflächen Kap. V 8.2) lassen für den Einzelhandel momentan wenig Spielraum. Jedoch erscheint die Ausgangslage an den zukünftig immer **wichtigeren Verkehrsadern B 22 und ST 2665** ein Potenzial, das es noch stärker zu nutzen gilt. Dieses Potenzial gilt es vor allem rechtzeitig vor der durchgängigen Fertigstellung der A 6 (im Jahr 2008) zu vermarkten. Daher sollte man in Kemnath sehr darauf bedacht sein, die **Stärke als Einpendler- und Industriestandort auszubauen**. Weitere Ansiedlungen von Betrieben, damit verbunden auch Zunahmen bei den Beschäftigten-, den Einwohner- bzw. Einpendlerzahlen könnten die Stellung der Stadt Kemnath als Zentrum im westlichen Landkreis Tirschenreuth unterstreichen.

Ein guter Ansatzpunkt könnte dabei der Lebensmittelbereich sein. Mit den Firmen Ponath und der Käserei Bayreuth sind bereits **überregional bekannte Unternehmen** in Kemnath ansässig. Vertikal vor- bzw. nachgelagerte Unternehmen aber auch Dienstleistungen aus dem rechtlichen oder Forschungsbereich sind wünschenswerte Ergänzungen vor Ort bzw. mögliche Betriebsauslagerungen. Aber auch weitere Lebensmittelproduzenten könnten das **Profil als Lebensmittelstandort** abrunden. Ein solches Profil fände im Kemnather Land gute Ergänzungen im Landwirtschaftsbereich mit der Teichwirtschaft und in der guten Gastronomie und dem Brauereiwesen. Aber auch andere nahegelegene Gemeinden könnten sich einbringen, zumindest bei **Events zur Profilierung** als Lebensmittelstandort. Wichtig erscheint in diesem Zusammenhang auch der Erhalt von kleinen Lebensmittelhändlern und Gaststätten in der Innenstadt.

Abb. 75 Siemens und Freiflächen im Gewerbegebiet



Quelle: Foto Stadt Kemnath

Darüber hinaus ist Kemnath mit Siemens auch ein **Standort moderner Industrie** mit medizintechnischer Orientierung. Hier bietet sich einerseits eine Verbindung zum Konzept Oberfrankens als **Gesundheitsregion** an. Andererseits erscheint bei der geplanten **Metropolregion Mittelfranken** unter dem Blickpunkt der EU-Osterweiterung eine Ausdehnung auf Oberfranken und in die Oberpfalz erstrebenswert. Der Standort Kemnath mit den Verbindungen zu Siemens wäre hier durchaus ein interessanter Verteilerknoten.

Mit dem sich nun ansiedelnden Logistikunternehmen und dem Schwerpunkt auf Medizinlogistik könnte der Standort auch für weitere Unternehmen aus dem Bereich interessant werden. Bislang bestehen von Seiten der Firma Siemens v.a. Beziehungen zum Hauptsitz im mittelfränkischen Verdichtungsraum, jedoch könnte durch weitere Zusammenarbeit mit der Universität Bayreuth u.a. der Anfang für ein **regionales medizinisches Netzwerk** gelegt werden. Hierfür gilt es aber auch das **Image** der Stadt bzw. des „Kemnather Landes“ als **gesundheits- und wellnesorientiert** zu profilieren. Als Stärke ist hier das Krankenhaus herauszuheben, wobei es allerdings dringend geboten erscheint, die Mängel im Facharztbereich zu schließen und auch die Angebote im touristischen Bereich könnten in diese Richtung gestärkt werden.

VERBESSERUNGEN DES ERSCHEINUNGSBILDES UND DER AUSSENDARSTELLUNG

Die historische Innenstadt der Stadt Kemnath, insbesondere der Stadtplatz, stellt ein gutes Potenzial für eine attraktive Einkaufsstraße dar, jedoch gilt es, neben möglichen Ver-

besserungen der Angebote der Händler mittels weiteren Ansiedlungen, Aktionen und gestalterischen Maßnahmen auch die **Aufenthaltsqualität und Verweildauer im Stadtkern** zu stärken. Hier sind städtebauliche Verbesserungen wie auch Verbesserungen der Verkehrsschließung zu bedenken aber auch Veranstaltungen o.ä.. So sollten einige **kleinere städtebauliche Missstände** im Sanierungsgebiet konsequent angegangen werden oder mit Lichteffekten, Begrünung o.ä. Glanzpunkte gesetzt werden.

Abb. 76 Westlicher Stadteingang



Tore zur einer Stadt sind Schlüsselpunkte, je nachdem, ob sie neugierig auf das „Dahinter“ machen oder abweisend sind, tritt man durch oder geht weiter. Die alten Stadttore zum historischen Stadtkern wirken einladend, aber die **Stadteinfahrten** von der B 22 und auch von der St 2665 sind verbesserungsbedürftig.

Quelle: Foto Stadt Kemnath

Neben Hinweisen für Reisende auf die Attraktivitäten der Stadt, um diese für einen Abstecher in die Stadt zu gewinnen, sind v.a. gestalterische Maßnahmen wichtig, um an der Bayreuther Straße ein **modernes Tor zur Stadt** zu erreichen. Neben Informationstafeln und grünordnerischen Maßnahmen, in die die Anlieger einzubeziehen sind, muss v.a. die Verbindung zum Stadtkern aufgewertet werden. Die Kunden der Einzelhandelsbetriebe am Stadtrand sollten stärker auch für die innerörtlichen Angebote interessiert werden.

Die Maßnahmen vor Ort allein sind aber nur von Nutzen, wenn die vorhandenen und neu geschaffenen Attraktionen der Stadt auch nach Innen und Außen kommuniziert werden. Alle **Aktionen zur Identitäts- und Imageförderung** müssen die Bürger in Kemnath und im Umland sowie potenzielle Gäste erreichen. Eine **zielgruppengerechte Vermarktung** der verschiedenen Stärken (z.B. als Wohn-, Gewerbe- und Kulturstandort) über das Internet, Werbematerialien und verschiedene Medien (Zusammenarbeit mit Zeitungen und regionalen Sendern) sind hierfür unabdingbar. Der Aufbau einer **Corporate-Identity** sollte das Ziel sein. Ein modernes Logo und gut gestaltete Stadteingänge sind hier nur wichtige Teilaspekte. Auch sollten im Hinblick auf die Stärkung der **Mittelpunktsfunktion der Stadt für das „Kemnather Land“** gerade auch diese stärker bei Vertretern der Stadt wie bei den Bürgern verankert werden.

Abb. 77 Aktuelles östliches „Eingangstor“ mit dem Logo der Stadt



Quelle: Foto Beate Kadner

VERBESSERUNG DER INNERÖRTLICHEN VERKEHRSSITUATION UND DER VERKEHRERSCHLIESSUNG

Neben grünordnerischen Maßnahmen und Informationen an den Stadteinfahrten ist v.a. die Erschließung der Stadt von der B 22 kommend zu verbessern. **Hinweise** schon im Vorfeld, um die Stadt anzukündigen einerseits aber auch bessere bzw. neue **Abfahrtsituationen** andererseits sind zu diskutieren. Darüber hinaus sollten Wege gefunden werden, die trennende Wirkung B 22 für die südlichen Ortsteile zu reduzieren. Für alle Verkehrsmittel sind bessere **Anbindungen der südlichen Ortsteile** an den Stadtkern denkbar, z.B. sind Verkehrskreuzungen übersichtlicher zu gestalten, **Rad- und Fußwege** auszubauen oder besser zu gestalten. Insgesamt sind auch die **ÖPNV-Verbindungen und Radwege** zwischen den umliegenden Ortsteilen und Gemeinden in Sinne der Netzwerkbildung auf Schwachstellen zu beleuchten.

Innerhalb der Stadt Kemnath sind v.a. verschiedene Maßnahmen im **Parkraummanagement** gefordert. Die Zahl der Parkplätze im Stadtkern sind zwar für die meisten Tage und Tageszeiten ausreichend, jedoch ist die Verteilung innerhalb des Stadtkerns zu verbessern. Ferner sind **Nutzungskonflikte** zwischen Anwohnern und Kurzzeitparkern gegeben sowie die Parkzeiten und die **Bewirtschaftung** an einzelnen Standorten zu diskutieren. Auch im Gewerbegebiet West sollte mit allen Anliegern für die aktuell beengte Parksituation eine Lösung angestrebt werden.

2.2 Bisherige Arbeitskreisarbeit als Grundlage für ein breit verankertes Stadtentwicklungskonzept

Allgemein ist zum Gelingen eines Stadtmarketing- bzw. Stadtentwicklungsprozesses u.a. eine möglichst breite Verankerung in der Bevölkerung wichtig. Die Beteiligung möglichst vieler und ein breites Spektrum die Bürgerschaft abdeckender Akteure der Stadt verbessern zum einen die Anpassung an die Ausgangssituation vor Ort und zum anderen schafft sie für die spätere Arbeit eine gut Plattform. Das **Ziel von Arbeitskreisen**, die sich aus interessierten Bürgern, Vertretern von Organisationen, Vereinen und Unternehmen zusammensetzen, ist sowohl die entscheidungsvorbereitende Beratung des Stadtrates in bestimmten Fragen sowie die gemeinsame Erarbeitung und Umsetzung von Projektideen.

Durch die Einbindung von Interessierten in den Prozess des Stadtmarketings mittels Arbeitskreisen schon zu einem frühen Prozesszeitpunkt können die lokalen Gegebenheiten besser erfasst werden und ein **ständiges Forum der Diskussion** sowie gegenseitigen Information entstehen. So können für die Stadt Kemnath „maßgeschneiderte“ Ideen und Projekten entwickelt und durch regen Austausch vorhandene Entwicklungshemmnisse beseitigt werden. Bereits im Vorfeld der Umsetzung von Strategien und Maßnahmen können die Arbeitskreise dafür genutzt werden, Partnerschaften und Kooperationen auf- und auszubauen sowie **interdisziplinäre Lösungsvorschläge** auszuarbeiten. Ferner sind die Arbeitskreise ein wichtiges Element bei der Kommunikation des Stadtmarketings und bei der Verankerung der Ideen in der Bürgerschaft durch eine breite Öffentlichkeitsarbeit.

Generell gilt es, alle wichtigen **Gruppierungen des wirtschaftlichen Lebens** sowie **Personen aus Politik und Verwaltung**, wie in Kemnath bereits geschehen, an einem solchen Prozess zu beteiligen, so dass auch für die Zukunft eine Kontinuität der Arbeit und breite Akzeptanz zu erwarten ist. Dieser **Prozess wurde in Kemnath im Juni 2003** durch eine Veranstaltung mit Herrn C.M. Klotz (Bund der Selbständigen / Deutscher Gewerbeverband, Landesverband Bayern e.V.) **angestoßen**. Er zeigte v.a. die Mängel bei der Außendarstellung und Beschilderung in der Stadt auf, ferner fehlten es ihm an Visionen bei den Akteuren. Die fehlende Bindung von Kunden an die Innenstadt und andere Defizite im Einzelhandelsbereich wurden verdeutlicht. In Kemnath sah man, angeregt durch dieses Impulsreferat und angesichts der nahenden 1000-Jahrfeier, die Notwendigkeit und auch die Möglichkeit, durch den angestoßenen Diskussionsprozess ein breitangelegtes Stadtmarketing zu starten und die angeregte „Marke Kemnath“ zu platzieren. Das bereits in den 1990er Jahren einmal angelaufene Stadtmarketing „Kemnath aktiv“ wurde nun mit neuem Leben gefüllt und derzeit sind **bereits über 50 Personen in den sieben Arbeitskreisen** tätig.

Der Zielpunkt der aktuellen Arbeit ist 2008 – das Jahr der nächsten Passionsspiele und der 1000-Jahrfeier. Die verschiedensten Teilbereiche der Stadtentwicklung wurden dabei in folgenden Arbeitskreisen aufgegriffen:

- KEMNATH InitiAktiv – Team 1: **Entwicklung von Kemnath**

Eine Art übergeordneter Arbeitskreis, der sich mit Themen wie Entwicklung einer Marke, eines Logos, der Corporate-Identity, einer Vision von „Kemnath 1000 Jahre – 2008“, der Werbung für Kemnath, des Internetauftritts, der Beschilderung usw. beschäftigt.



- KEMNATH InitiAktiv – Team 2: **Kultur und Vereine in Kemnath**

Dieser Arbeitskreis setzt sich mit Themen wie Ausstellungen und Veranstaltungen in der Stadt, der Integration der Vereine in das Zukunftsprojekt 2008, dem Highlight „Passionsspiele“, einem „musikalischen Kemnath“ usw. auseinander.

- KEMNATH InitiAktiv – Team 3: **Wirtschaft in Kemnath**

Hier geht es um Themen wie die Weiterentwicklung der Wirtschaft in Kemnath, die Veranstaltung von Gemeinschaftsaktionen der Händler und weiterer Anlieger der Innenstadt, die Initiierung von Events, die Stärkung des KEM-Verband usw., wobei der Einzelhandel und die Dienstleistungen im Vordergrund stehen.

- KEMNATH InitiAktiv – Team 4: **Fremdenverkehr in Kemnath**

Themen wie der Ausbau des Fremdenverkehrs und der Naherholung, das Gewinnen von Urlaubern und Tagesausflügler über Zusammenarbeit vor Ort und verbesserte Werbung sind die Hauptanliegen in diesem Arbeitskreis.

- KEMNATH InitiAktiv – Team 5: **Kinder – Jugend – Schulen – Freizeit – Sport**

Soziale Themen, insbesondere die Integration von Schulen und Kindergärten ins Zukunftsprojekt 2008, verschiedene Jugendproblematiken und die Jugendarbeit allgemein sind in diesem Arbeitskreis zentral.

- KEMNATH InitiAktiv – Team 6: **Industrie – Großgewerbe - Banken**

Dieser Arbeitskreis ist eine Art kleiner Unternehmerstammtisch und hat das Anliegen der Integration der großen Firmen in das Zukunftsprojekt Stadtmarketing Kemnath.

- KEMNATH InitiAktiv – Team 7: **Umwelt – Naturschutz – Energie**

Die Themen des Arbeitskreises reichen von regenerativen Energien, Kartierungen von Flora und Fauna über den „sanften Tourismus“ bis hin zu „Natur“-Kinderspielplätzen.

Die Arbeitskreise haben sich seither schon einige Male getroffen, in den ersten Sitzungen wurden Stärken und Schwächen für die jeweiligen Themenbereiche gesammelt, deren Ergebnisse auch in die voranstehende **Stärken-Schwächen-Analyse** eingeflossen sind. Auch sind bereits **Visionen** der Stadt Kemnath für 2008 erarbeitet worden. Diese werden in die nachfolgende Vision, die jedoch etwas längerfristig und themenübergreifender ist, mit eingehen (s. 3.1). Aktuell sind die Arbeitskreise bereits mit der **Umsetzung einiger Projektideen** beschäftigt, auf die jedoch erst später in dieser gutachterlichen Stellungnahme eingegangen werden soll.

2.3 Vorschlag zur Weiterentwicklung der bisherigen Stadtmarketingthemen

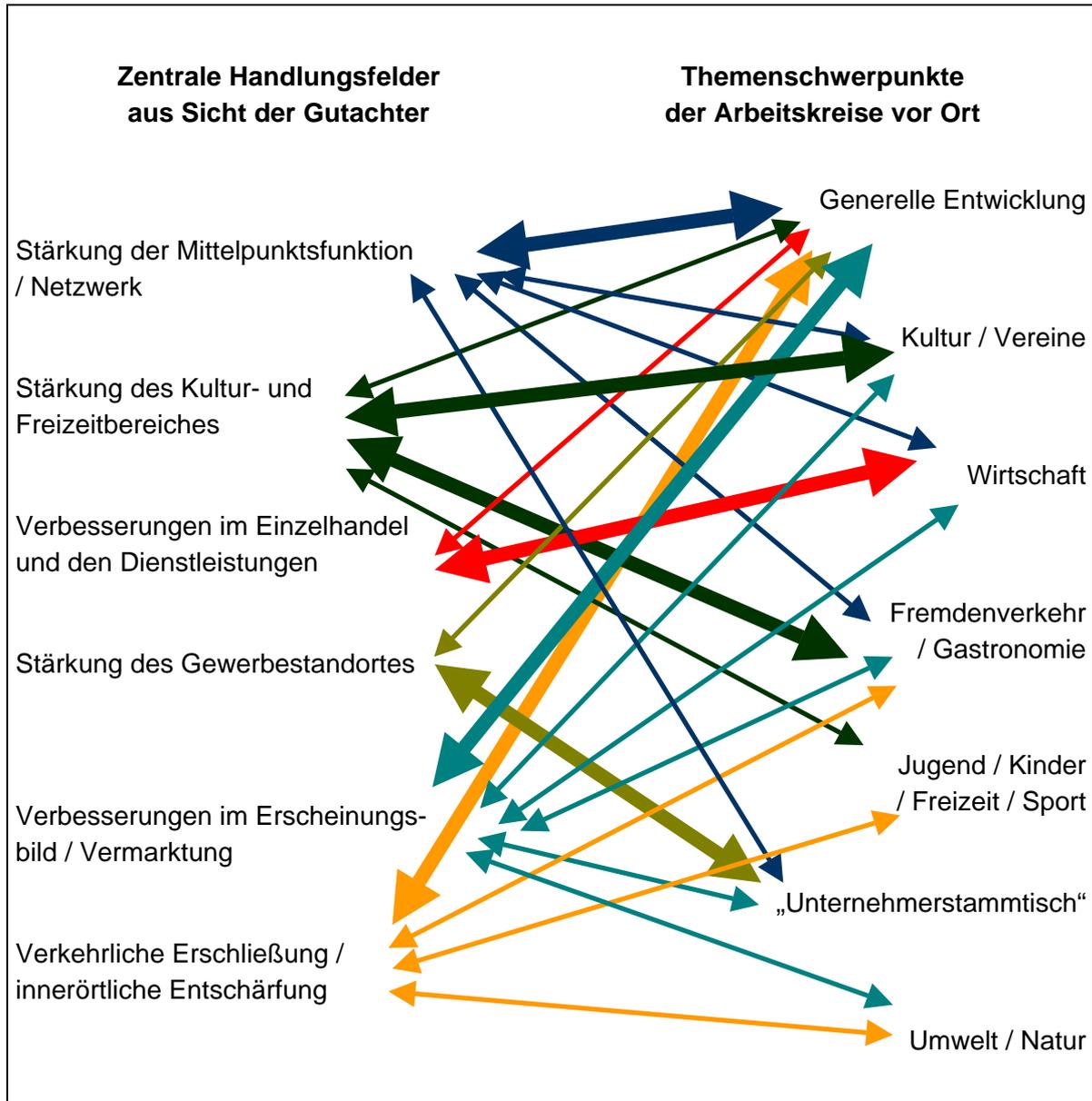
Der **Vergleich der zentralen Handlungsfelder und der bisherigen Arbeitskreisstruktur** zeigt, wie nicht anders zu erwarten, viele Übereinstimmungen. Jedoch sollte z.T. der Focus auf spezielle Themen stärker geschärft bzw. könnten manche Überschneidungen



von Themen bei den bisherigen Arbeitskreisen vermieden und damit noch effektiv bearbeitet werden.

Abb. 78 stellt die Handlungsfelder und die bisherigen Strukturen gegenüber. Dabei werden u.a. Überschneidungen der Themen bei einigen Arbeitskreisen deutlich, durch einen ständigen Austausch untereinander sind hier zwar bislang **unnötige Doppelarbeiten vermieden** worden, jedoch sollte man überlegen, ob man nicht einige Arbeitskreise zusammenlegen sollte bzw. wie die **Arbeitskreise deutlicher zu positionieren** sind.

Abb. 78 Vergleich der zentralen Zukunftsaufgaben und der Themenschwerpunkte der Arbeitskreise



Quelle: eigene Darstellung, Bayreuth 2004

Überschneidungen zwischen den Arbeitskreisen und Übereinstimmung mit einem der Handlungsfelder gibt es beispielsweise bei **KEMNATH Initiaktiv – Team 2, 4 und 5**, die

gemeinsam die Themen des wichtigen Handlungsbereiches „Stärkung des kulturellen Bereiches und des Fremdenverkehrs“ abdecken. Auch die Handlungsbereiche „Kemnath als Mittelpunkt des Kemnather Landes / Aufbau eines Netzes“ und „Verbesserungen des Erscheinungsbildes und der Außendarstellung“ sind bei fast allen Arbeitskreisen ein Thema, v.a. das **KEMNATH InitiAktiv – Team 1** setzt sich hiermit intensiv auseinander. Jedoch sind v.a. die Aspekte des Erscheinungsbildes und der Stadteingänge aus Sicht der Gutachter noch stärker herauszuarbeiten bzw. werden im SEEK eine stärkere Betonung finden.

Die beiden **KEMNATH InitiAktiv – Teams 3 und 6**, in denen sich v.a. die Akteure des wirtschaftlichen Lebens in Kemnath engagieren, sollten möglichst weitere Mitstreiter gewinnen und sich gemeinsam mit den Vertretern der Stadt um die Themen „Erreichen einer mittelzentralen Einzelhandels- und Dienstleistungsstruktur“ und „Stärkung der Position als Industrie- und Gewerbestandort“ bemühen. Zu dem Themenbereich „Verbesserung der innerörtlichen Verkehrssituation und der Verkehrserschließung“ aber auch der sonstigen städtebaulichen Weiterentwicklung wird diese Konzeption einige Maßnahmen vorschlagen, jedoch kann sich hier auch das **KEMNATH InitiAktiv – Team 7** mit ökologischen Überlegungen beteiligen, das aber auch Ideen für eine sanfte Fremdenverkehrsentwicklung einbringen wird.

Viele der Themenbereiche sind eng miteinander verbunden und manche Arbeitskreismitglieder engagieren sich auch in mehreren Bereichen. Die hier angerissene Zuordnung von Themenkomplexen ist deshalb nur als Diskussionsvorschlag von Gutachterseite zu verstehen und die nachfolgenden **Leitbilder** sowie das Aktionsprogramm bzw. die städtebaulichen Maßnahmen werden sich **an den sechs Handlungsfeldern ausrichten**, jedoch sind die Arbeitskreise in ihrer Arbeit nicht daran gebunden. **Projekte und Ideen** sollten sich aber problemlos **gegenseitig einbringen** lassen.

3. Vision - ein Bild der Zukunft

Das nachfolgende Zukunftsbild der Stadt Kemnath soll die bereits angestoßene Diskussion zusammenfassen bzw. mit weiteren Ansätzen vervollständigen. Visionen sind Bilder einer **möglichen Zukunft**, sie schaffen Raum für kreative Ideen, ohne dabei die strukturellen Gegebenheiten außer Acht zu lassen. Die Methodik und die Ziele von Visionen sowie die besondere Situation in Kemnath (bereist laufende Arbeitskreisarbeit) wurden im Punkt 1. bereits erläutert.

3.1 Vision 2018 – Die Stadt Kemnath, der lebendige Mittelpunkt des Kemnather Landes

10 Jahre nach der 1000-Jahrfeier wird angesichts der wirtschaftlichen und sozialen Entwicklungen in der Presse wie folgt über die Stadt berichtet:

Seit der Jahrtausendwende hat sich im Kemnather Land vieles getan. Insbesondere die Kleinstadt Kemnath als **Zentrum des Gebietes** von Speichersdorf im Westen bis Erbindorf im Osten und von Speinshart im Süden bis Brand im Norden hat sich beachtlich entwickelt. 2003/2004 hat man bereits im Hinblick auf die 1.000 Jahrfeier 2008 wichtige



Schritte mit der Wieder-Initiierung eines Stadtmarketings und der Formulierung von Leitlinien der Stadtentwicklung in die Wege geleitet und schon anlässlich der Jahrtausendfeier 2008 zeichneten sich die ersten Erfolge der Arbeit der Verwaltung und der Arbeitskreise ab.

Die ersten Jahre des neuen Jahrtausends waren von vielen Herausforderungen geprägt. Nachdem ab Mai 2004 die Tschechische Republik und weitere östliche Länder EU-Mitgliedstaaten wurden, nahm der **Ost-West-Güterverkehr** so zu, dass die B 22 sich als einer der wichtigen Entlastungsstrecken zur B 303 entwickelt hat. Der damals viel diskutierte Bau einer Fichtelgebirgsautobahn zögerte sich hinaus. Die Verkehrszunahme auf der B 22 und auch auf der St 2665 stellt zwar für die z.T. sehr nahe an der Trasse Wohnenden eine hohe Belastung dar, Schallschutzwände und Geschwindigkeitsbegrenzungen können nur leichte Abhilfe schaffen, aber sie führten auch zu einer höheren **Bekanntheit der Stadt als Industrie- und Gewerbestandort**. Durch gezielte Ansiedlungspolitik gelang es aus Kemnath einerseits den Standort für köstliche (industriellhergestellte) Lebensmittel aus der Oberpfalz zu machen und andererseits konnte auch die moderne Industrie im gesundheitsorientierten Wirtschaftsbereich gestärkt werden.

So haben sich weitere Industriebetriebe aus dem **Biotechnologie- und Biochemie-Bereich** in enger Zusammenarbeit mit der Universität Bayreuth im dafür eingerichteten kleinen Gründerzentrum angesiedelt. Teile der Vorfertigung wurden von Siemens in **medizinische Betriebe** ausgelagert und im Gefolge des Logistikunternehmens sind auch einige kleine Betriebe, die deren Dienste nutzen, nachgezogen. Die Neuansiedlungen und das Gründerzentrum sind in einem **landschaftsangepassten Gewerbepark** angesiedelt. Das typische Landschaftsbild der Oberpfälzer Teichwirtschaft wird hier aufgegriffen und durch neue Energiekonzepte wird der Ökologiedanke noch verstärkt. V.a. ist es dank der jungen, kreativen Unternehmen gelungen, weitere **qualifizierte Arbeitsplätze** in Kemnath zu schaffen und so den Wegzug junger Kemnather nach der Ausbildung zu verringern.

Im Lebensmittelsektor ergaben sich nicht nur im produzierenden Sektor Neuerungen und in Verbindung mit dem sich bildenden **Lebensmittel-Cluster des Kemnather Landes** auch eine Reihe von Ansiedlungen, sondern die ansässigen Unternehmen, Gastronomen und die Stadt haben ein nun schon mehrere Jahre stattfindendes alljährliches **Schlummer-Fest** am Stadtweiher ins Leben gerufen - „Kemnather Köstlichkeiten am See“. Auch dieses Jahr wird für Tausende von Besuchern aus der Region ein Wochenende an festlich mit Porzellan aus Speichersdorf gedeckten und von der örtlichen Gärtnerei reichlich geschmückten Tischen zu einem kulinarischen Erlebnis werden.

Die 2003 noch im Dornröschenschlaf ruhenden aber idealen **Eventflächen Stadtplatz und Stadtweiher** sind nun mehrfach im Jahr Anziehungspunkt für Oldtimerfreunde, Musikliebhaber verschiedenster Stile, Flohmarktgänger und Freunde gesunder regionaler Küche. Die zur 1000-Jahrfeier noch provisorische Bühne ist inzwischen einer festinstallierten **Bühne im Stadtweiher** gewichen und mehrfach im Jahr der Spielort von Theatergruppen, der Stadtkapelle und anderer Musikgruppen. Durch das einzigartige Ambiente am **Stadtplatz** hat sich der Jahrmarkt im Advent mit entsprechendem Rahmenprogramm zu dem regionalen Highlight im Winter – „Weihnacht im Kemnather Land“ - entwickelt.



Abb. 79 Einladung zum Schlemmerfest am Stadtweiher

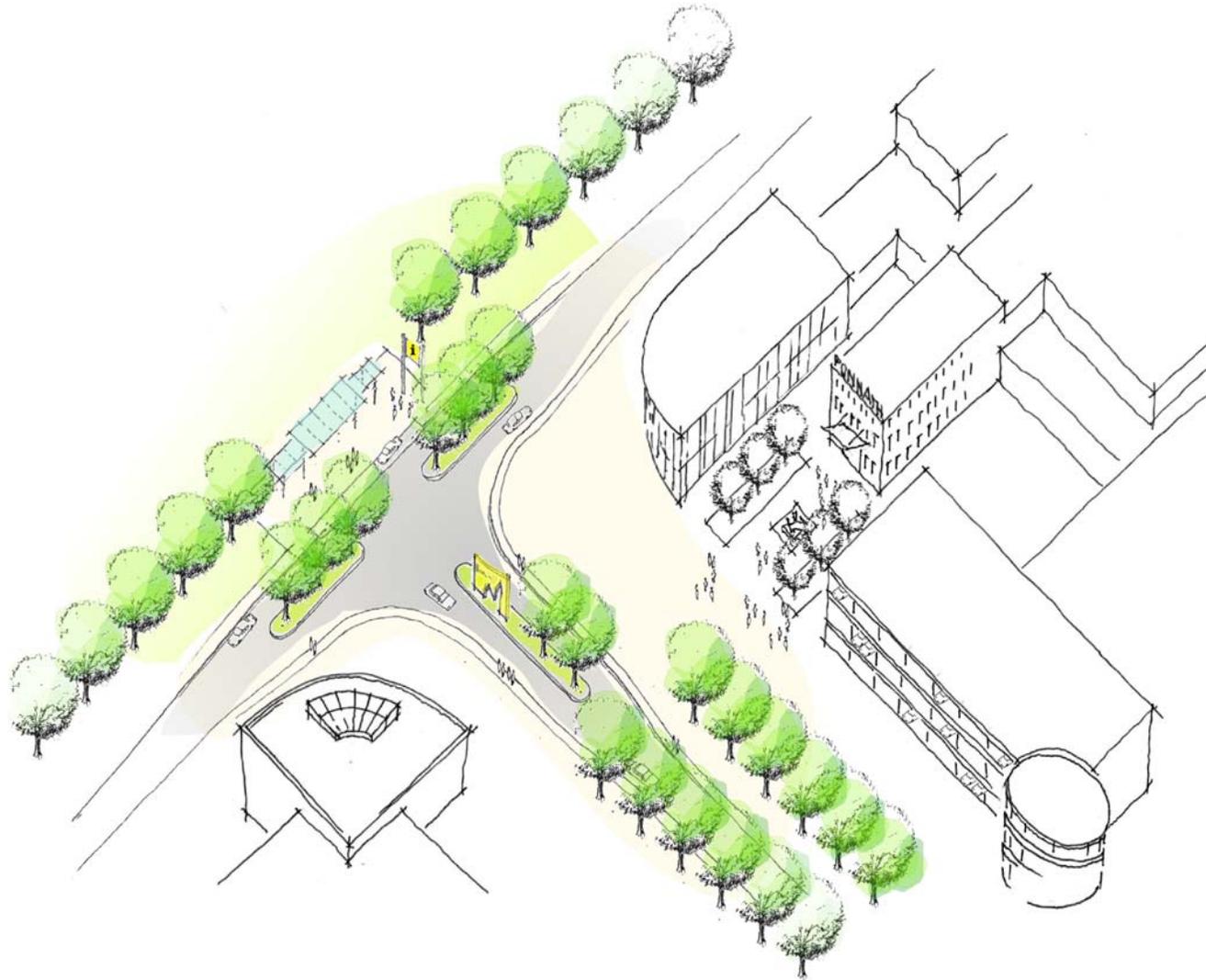


Quelle: Foto Beate Kadner, eigene Darstellung, Bayreuth 2004

Neben den „großen“ Events sind auch viele **kleinere Veranstaltungen** in der Stadt beliebt, wie die wechselnden Ausstellungen in der Bücherei im Alten Rathaus in Kemnath. Zu Beginn des Stadtmarketingprozesses v.a. gedacht, um die Attraktivität und den Bekanntheitsgrad der Bücherei zu erhöhen, sind die **Ausstellungen** von Künstlern des Kemnather Landes für einen festen Besucherkreis heute willkommener Anlass, in die Kemnather Innenstadt zu kommen. Parallel zum Wechsel der Ausstellung finden meist auch Aufführungen von **Laienspielgruppen** aus dem Umland von Kemnath statt und die Stadtführer beziehen diese Ausstellungen in ihre Führungen ein.

Die B 22 bzw. die Umgehungstrasse wurde 2003 von den Gastronomen und Händlern z.T. als Ursache gesehen, dass weniger „zufällige“ Gäste oder Kunden in die Stadt kamen. Heute aber ist man angesichts der Verkehrszahlen um die Umgehung froh. Insbesondere der Stadtweiher als ein Kleinod mitten in der Stadt konnte sich nur so richtig entfalten. Darüber hinaus konnten **entlang der Verkehrsader** an herausragenden Punkten **Hinweisschilder auf die Stadt sowie Werbeschilder der Gastronomen und Händler** aufgestellt werden. Die Stadteinfahrten von der B 22 kommend sind durch klare Verkehrsführung, Informationsmöglichkeiten und v.a. gestalterisch **„moderne Stadttore“**, die neugierig machen, in die Innenstadt zu fahren und zu sehen, was sich da alles erleben lässt (s. Abb. 80). An den neugestalteten Stadteingängen sind nun **elektronische Info-Terminals** platziert. Im zentralen Infopavillon im Gewerbegebiet-West sind so 24-Stunden Informationen zu Kemnath und dem Kemnather Land zu erhalten und Übernachtungsmöglichkeiten zu finden. Zu Geschäftszeiten werden in diesem Pavillon auch Produkte aus der Region verkauft und Informationsmaterial ausgegeben. Neben dem **Werkverkauf der Produzenten des Lebensmittel-Clusters** bieten hier auch die Land- und Teichwirte ihre frischen Produkte direkt an.

Abb. 80 Neues Stadttor im Gewerbegebiet West



Quelle: eigene Darstellung, RSP, Bayreuth 2004

Im neuen bayerischen Landesentwicklungsprogramm von 2014 hatten die Vertreter der Stadt und des Umlandes nun die **Einstufung als „richtiges“ Mittelzentrum**, i.S. eines Städte-Viereckes erreicht. Gerade durch die Kooperation der Städte und Gemeinden im „Kemnather Land“ konnten weitere Grunderfordernisse für ein Mittelzentrum erfüllt werden. So hat die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort Kemnath erheblich zugenommen und auch im Sozial- und Bildungsbereich konnten **weitere Erfordernisse erfüllt** werden. Zwar hat der Kemnather Raum nach wie vor kein eigenes Gymnasium, aber die 6-stufige Realschule und v.a. auch die neuen Bildungsmöglichkeiten für Erwachsene und der Ausbau des Förderzentrums stärken die Bedeutung Kemnaths als Schulstandort. V.a. aber durch die verbesserte Einzelhandelsstruktur und den Ausbau im kulturellen sowie im freizeitorientierten Sektor musste auch der **Verflechtungsbereich für Kemnath** neu bestimmt werden.

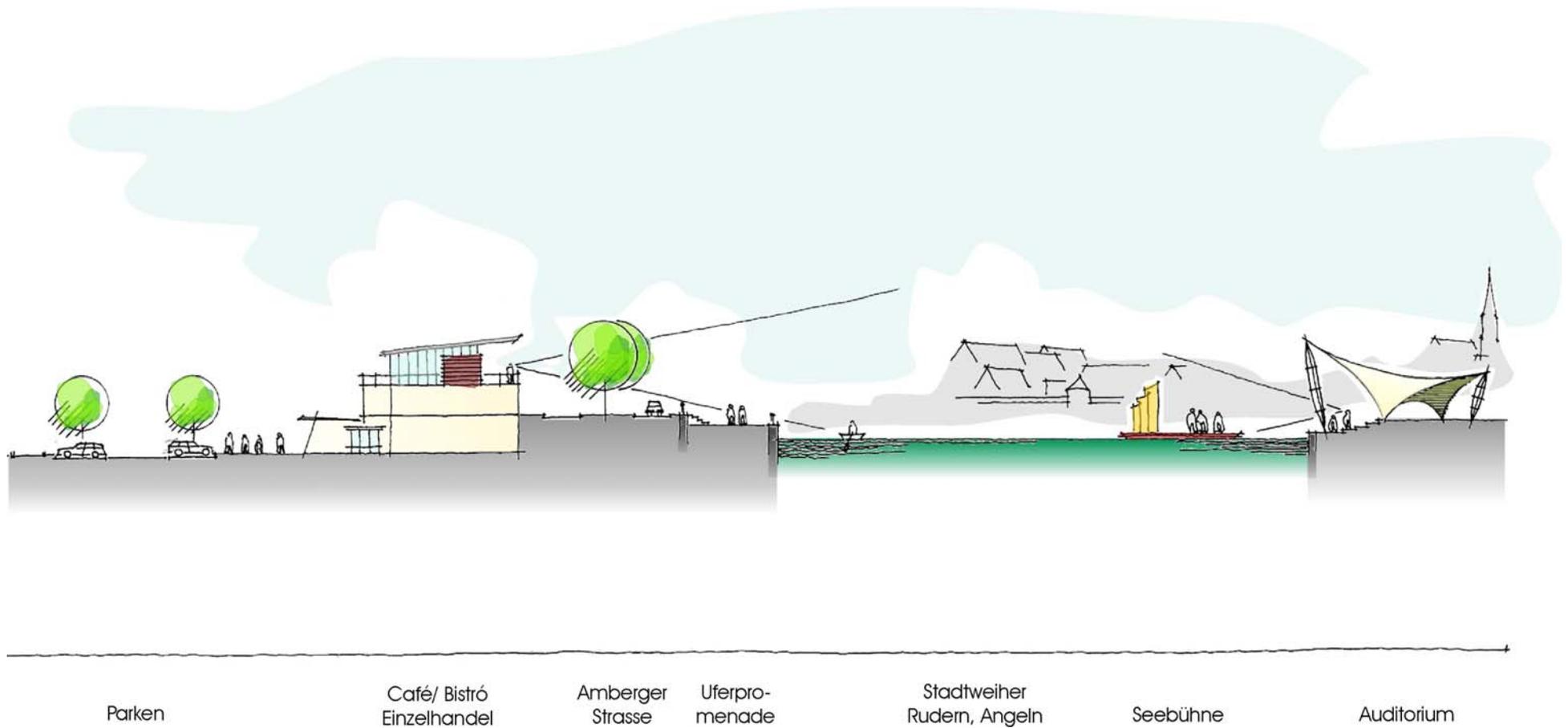
Die Einzelhandelsstruktur in Kemnath hat sich seit der Jahrtausendwende erheblich verändert. Es gibt inzwischen eine **zweipolige Einkaufslandschaft** – für den Versorgungseinkauf v.a. die großflächigen Betriebe am Stadteingang Bayreuther Straße, für spezielle Wünsche und den gepflegten Einkaufsbummel mit Kaffeebesuch die Fachgeschäfte in der Innenstadt und die moderne Einkaufspassage mit vielen Freizeitangeboten wie einem Kino, Fitness-Center und Gastronomie abgerundet am Stadtweiher (s. Abb. 81). Durch eine gemeinsame **KEM-Card**, die von allen Händlern akzeptiert wird, ziehen die Einzelhändler an einem Strang. Das Besondere daran ist, dass auch die Gastronomen sich an der Karte beteiligen. Es bestehen inzwischen feste **Allianzen zwischen Einzelhandel und Gastronomie**, etwa durch das Einlösen von Cafégutscheinen für den Einkauf in der Kemnather Innenstadt. Auch auf diese Weise konnte die Aufenthaltszeit von Kunden in der Innenstadt weiter erhöht werden.

Aber auch die Erreichbarkeit der Händler wurde mit **ausreichend Parkraum** gewährleistet und durch eine gezielte Informationspolitik konnten überzogene Mietvorstellungen von Seiten der Immobilieneigentümer beseitigt werden. **Neuansiedlungen** auch von Discountern im Lebensmittel- und Schuhbereich aber v.a. von hochwertigen Geschäften, die den mittellentralen Charakter der Einkaufsstadt Kemnath fördern, waren zwar nicht von heute auf morgen zu realisieren, aber eine geschickte **Vermarktung von geeigneten integrierten Standorten** wie dem Brauereigelände am Stadtweiher und die gemeinsamen Aktionen der Händler und Gastronomen zeigten nach und nach Wirkung.

Das sich nur eine regionale Kooperation gegen die größeren Zentren im Umland positionieren kann, war einigen der politischen Akteure der Region bereits 2003/2004 bewusst, so gab es damals schon **Gespräche unter den Bürgermeistern im „Kemnather Land“** (z.B. mit Kulmain, Kastl). Besonders erfreulich ist die Zusammenarbeit über die Regierungsbezirksgrenzen hinweg. Auch in der oberfränkischen Gemeinde Speichersdorf/Kirchenlaibach sah man durch die ehemalige Zugehörigkeit zum Landkreis Kemnath eine Verbundenheit mit dem „Kemnather Land“. Durch geschickte **Aufgaben- und Funktionsverteilung** sowie eine klare Aussprache für Kemnath als Zentrum konnten sich die Gemeinden gegenseitig stärken. Dies wird durch einen guten regionalen **ÖPNV** und gut ausgebauten **Radwege** zwischen den Gemeinden noch unterstrichen.

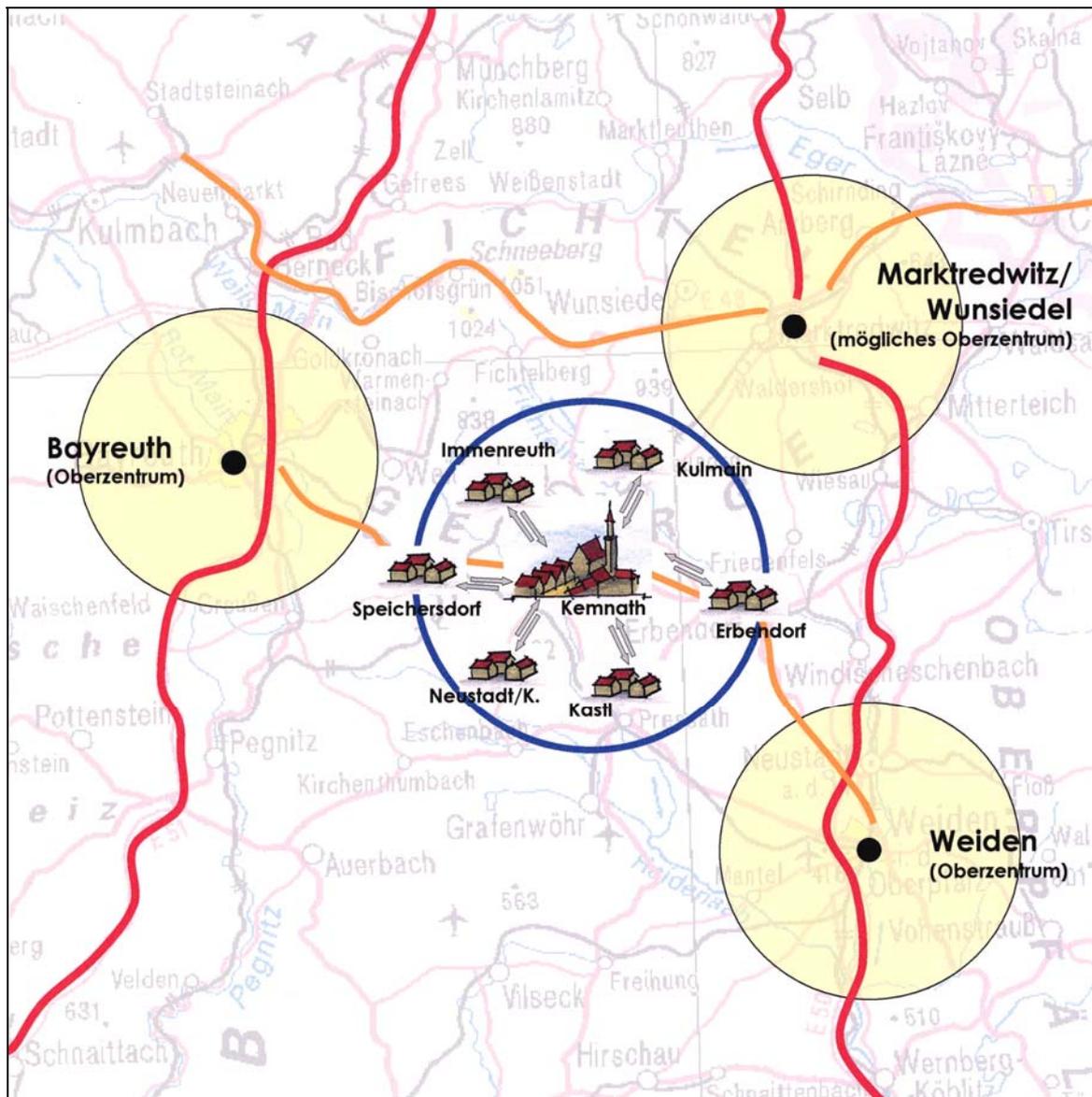


Abb. 81 Einkaufs- und Freizeitbereich am Stadtweiher



Quelle: eigene Darstellung, RSP, Bayreuth 2004

Abb. 82 Netzwerk „Kemnather Land“



Quelle: eigene Darstellung, RSP, Bayreuth 2004

Neben dem regionalen Netz „Kemnather Land“ engagierten sich die Stadtvertreter auch **international**, denn nur so war es einerseits möglich, Förderungen von Seiten der EU zu erreichen und andererseits ergab sich aus der zentralen Lage in einem neuen großen Europa auch klar die Notwendigkeit, sich im größeren Rahmen zu positionieren. Viele Verbindungen hat man, aufbauend auf der schon seit den 1980er Jahren bestehenden **Schulpartnerschaft mit Südfrankreich** weiterentwickelt. Es erfolgt v.a. ein reger Austausch im kulturellen und kulinarischen Sektor, die „französische Woche“ ist ein kulinarisches Highlight, welches auch aus dem Umland Gourmets nach Kemnath zieht und die Bekanntheit und Beliebtheit Oberpfälzer Spezialitäten in Südfrankreich ist auch beachtlich. Ein weiteres Netzwerk stellt die **Europassion** dar. V.a. hat man hier die Zusammenarbeit mit Spielorten in den neuen EU-Ländern gesucht, um die Zusammengehörigkeit

und gemeinsame Bräuche zu fördern. In Ungarn und der Tschechischen Republik sind inzwischen neben schon 2004 in der Europassion aktiven Passionsorten Magyarpolány und Hóritz (Horice) noch weitere hinzugekommen.

Das Schmuckstück Kemnaths war bereits zur Jahrtausendwende der Stadtplatz. Hier sind zwar auch noch einige Verschönerungen erfolgt, aber v.a. die restliche Innenstadt und die Stadteinfahrten erstrahlen nun in neuem Glanz. Reisende und Besucher heißen nun **gepflegte Grünstreifen und bessere Verkehrsführungen** in der Stadt Kemnath willkommen. Für Ortsfremde stehen verkehrsgünstig aufgestellte Informationstafeln sowie sog. Info-Boys mit allen wichtigen Informationen bereit. Aktuell wird wieder eine dritte Ausfahrt „Kemnath Zentrum“ diskutiert. Die Anwohner in der Innenstadt und die Stadt setzen mit **Blumenschmuck** Glanzpunkte, einst durch einen Wettbewerb ins Leben gerufen, wetteifern die Bürger und auch die Händler heute noch um den schönsten Blumenschmuck. Mit neuen Laternen und verschiedenen **Lichteffekten** wirkt Kemnath auch bei Dunkelheit einladend. Aber v.a. sind einige der ehemaligen Problemstandorte im Stadtkern bzw. in unmittelbarer Nachbarschaft nun behoben und sind heute als kleiner Kunstgewerbehof, Einkaufs- und Freizeitpassage oder als Erlebnistouristenattraktion Anziehungspunkte.

Die recht beachtliche Bekanntheit und Beliebtheit von Kemnath als Urlaubs- und v.a. Naherholungsziel ist nicht zuletzt das Ergebnis einer **intensiven Öffentlichkeitsarbeit** für die 1000-Jahrfeier, die sehr viele Besucher anzog und voll gelungen war. Aber auch hinterher wurde darüber viel berichtet und es wird weiterhin mit aktuellen Werbemedien auf das Kemnather Land aufmerksam gemacht. Diese **offensive, zielgruppenspezifische Außendarstellung** und die damit verbundene **Imageverbesserung** ist v.a. der Erfolg einer koordinierten und kontinuierlichen Arbeit im Stadtmarketing und der Fremdenverkehrsförderung. Aber sehr wichtig für die positive Entwicklung der Stadt und des Kemnather Landes als Urlaubsregion war es, auch **Übernachtungsmöglichkeiten** zu schaffen. Gasthöfe in den Ortsteilen und in den anderen Gemeinden des Kemnather Landes konnten hier schon zur Jahrtausendfeier mit neuen Angeboten aufwarten. In der Stadt Kemnath selbst dauerte es etwas, einen Investor zu finden, nun wird aber mit Blick auf den Stadtweiher in alter Bausubstanz ein **neues Hotel** errichtet werden.

Sparmaßnahmen im Gesundheitswesen einerseits und der Wellness-Trend andererseits waren auch auslösende Momente für eine Weiterentwicklung der Stadt und des Kemnather Landes als **Gesundheitsregion**. Das Kemnather Krankenhaus war schon zur Jahrtausendwende in einzelnen Fachbereichen hoch angesehen (z.B. Orthopädie und minimalinvasiver Medizin), weitere Spezialisierungen und neue ambulante Pauschalangebote schärfen das Profil des **Krankenhauses** und damit auch das Image der Region. Aber auch für die Bürger hat sich die **medizinische Versorgung** deutlich verbessert. Am Rand des Stadtkerns wurde schon vor zwölf Jahren ein Fachärzte-Zentrum eröffnet.

Gute Ideen zur Stadt- und Tourismusedwicklung gab es 2003 schon viele und die Arbeitskreise waren sehr rührig, jedoch bedurfte es für eine zielgerichtete Arbeit einer Person vor Ort, die die Koordination in die Hand nahm. Der **Stadtmarketingbeauftragte** der „Kemnather Land“ setzte - dank der guten Vorarbeiten - in Kürze einen modernen **Internetauftritt mit Buchungssystem** um, das nun auch vor Ort im Infopavillon genutzt werden kann. Schon die Besucher zur 1000-Jahrfeier lobten die gute Betreuung bzw. Vermitt-



lung von Unterkünften. Neben den modernen Medien waren aber auch neue Stadtprospekte und eine übersichtliche Beschilderung vor Ort für den Erfolg der 1000-Jahrfeier mitverantwortlich. Das 2004 entwickelte Logo wurde breit eingesetzt und erzeugt eine **Corporate-Identity** in der Stadt wie im gesamten Kemnather Land.

Der Ausbau Kemnaths als Industrie- und Gewerbestandort einerseits und die Imageverbesserung als Freizeit- und Kulturzentrum im westlichen Landkreis Tirschenreuth zeigt auch im Hinblick auf die **Bevölkerungsentwicklung** große Erfolge. Nach Gesprächen mit den Flächeninhabern konnten viele der 2003 noch unbebauten, aber attraktiven Bauparzellen aktiv vermarktet werden und weitere Baugebiete wurden ausgewiesen. Bei diesen neuen Baugebieten legt man in Kemnath v.a. auch Wert auf einen flächensparenden Umgang mit der Ressource Boden und setzte auf neue Wohntrends. Anfangs wurden die Ideen **des individuellen verdichteten Bauens** als für den ländlichen Raum unpassend abgetan, aber nach und nach wurde klar, dass angesichts einer älteren Bevölkerung einerseits und der höheren Erwerbsbeteiligung der Frauen andererseits Konzepte wie das „Wohnen und Leben in verlässlicher Nachbarschaft“ eine gute Alternative zum betreuten Wohnen oder dem Einfamilien-Haus-Konzept darstellt. Ferner hat sich der Doppel- und Reihenhausbau inzwischen so entwickelt, dass die Reihenhauses-Klischees der 1990er Jahre nicht mehr gelten, heute gibt es abwechslungsreich gestaltete Haustypen von klassisch über mediterran bis funktional-sachlich in sog. Schottenbauweise. Aber auch **außergewöhnliche Wohnungen**, wie man sie eher in einer Großstadt erwartet, findet man in Kemnath. Einige der **Scheunen** am Eisweiher sind mit großer Glasfront und ungewöhnlichen Raumkonzepten beliebte Wohnstandorte für Menschen, die anders wohnen wollen. Die Entwicklung hin zu einem **attraktiven Wohnstandort** wurde neben den günstigen Baumöglichkeiten, wie sie andere Gemeinden auch bieten, v.a. auch durch die Bedeutung als **Schulstandort** und die sehr engagierte **Jugendarbeit** der Stadt und der Kemnather Vereine begünstigt.

3.2 Abstimmung mit dem Stadtrat und den Arbeitskreisen

Die am 20. April 2004 in der öffentlichen Stadtratsitzung vorgestellte Vision fand im Stadtrat und bei den anwesenden, interessierten Bürgern allgemein Anklang. Einige Aspekte wurden zwar als sehr visionär, jedoch im Sinn der Aufgaben einer Vision, auch neue Sichtweisen einzubringen, als zielführend betrachtet.

4. Entwurf von Leitbildern für die Stadtentwicklung Kemnaths und Herausarbeitung von Zielen

Aufbauend auf der Vision und mit den Anregungen aus den Arbeitskreisen und dem Stadtrat wurde **ein Gesamtleitbild und Teilleitbilder einzelner Stadtentwicklungsthemen für die Stadt Kemnath** erarbeitet. Da es die Richtschnur für Entscheidungen zur Stadtentwicklung für die nächsten 15 Jahre sein sollte, müssen die wichtigsten Laufrichtungen darin verdeutlicht werden. Die nachfolgenden Leitbildentwürfe sollen in Abstimmung mit dem Stadtrat die Grundlage für das **Zielsystem der zukünftigen Stadt-**



entwicklung in Kemnath sein. Die Methodik und die Ziele eines Leitbildes wurde in Punkt 1 bereits dargelegt.

4.1 Übergeordnetes Leitbild eines Mittelzentrums Kemnath

Zentral erscheint die Stärkung der **Mittelpunktfunktionen der Stadt Kemnath** für das Umland zwischen den größeren Zentren Bayreuth, Markterdwitz/Wunsiedel und Weiden. Die Stärkung des Kooperations- und Nachhaltigkeitsgedanken in allen kommunalen und regionalen Bereichen sollte das Leitbild verdeutlichen. Die verkehrsgünstige Lage und die Nähe zu den neuen EU-Partnern muss als Chance verstanden werden, die durch ein **offensives Standortmarketing für den Gewerbestandort** an der B 22 und durch ein aktives Zugehen auf die neuen EU-Partner genutzt werden sollte.

Die Wahrnehmung bzw. das Selbstverständnis als Zentrum im Kemnather Land muss sowohl bei den Bürgern vor Ort als auch im Umland gefördert werden. **Image- und Identitätsförderung** sollte an Vorhandenem und Traditionen ansetzen sowie die Vorteile einzelner Bereiche für eine ganzheitliche Entwicklung herausstellen. Neben der Bündelung und besseren Vermarktung der Potenziale sind aber auch einige darüber hinausgehende Maßnahmen für eine **stärkere Positionierung und Außendarstellung als der Mittelpunkt** im Kemnather Land nötig. Auch die **KEMNATH InitiAktiv – Arbeitskreise** sehen die Potenziale des Vorhandenen und wollen gleichzeitig ein aktives Vorgehen, sie drücken dies im **Slogan „Tradition – Fortschritt – Wohlgefühl“** aus, den es zu übernehmen gilt.

Die Stadt Kemnath allein hat als mögliches Mittelzentrum zwar heute schon eine gute Ausgangssituation, um sich jedoch wirklich gegenüber den nahen Städten mit oberzentralem Charakter behaupten zu können, gilt es, die **Idee des Netzwerkes „Kemnather Land“** in Kemnath selbst und v.a. auch in den Nachbargemeinden **zu diskutieren und zu forcieren**. Der polyzentrale Stadtgedanke ist für den ländlichen Raum zwar eher ungewöhnlich, aber angesichts der Herausforderungen im neuen Jahrtausend die **konsequente Umsetzung der notwendigen Kooperation** zwischen den Kommunen. Karte 19 verdeutlicht, inwiefern sich die - weiterhin selbständigen - Gemeinden im Kemnather Land als „Kemnather Land“ gegenseitig ergänzen und gemeinsam die mittelzentralen Funktionen übernehmen könnten.

So könnte ein übergeordnetes Leitbild lauten:

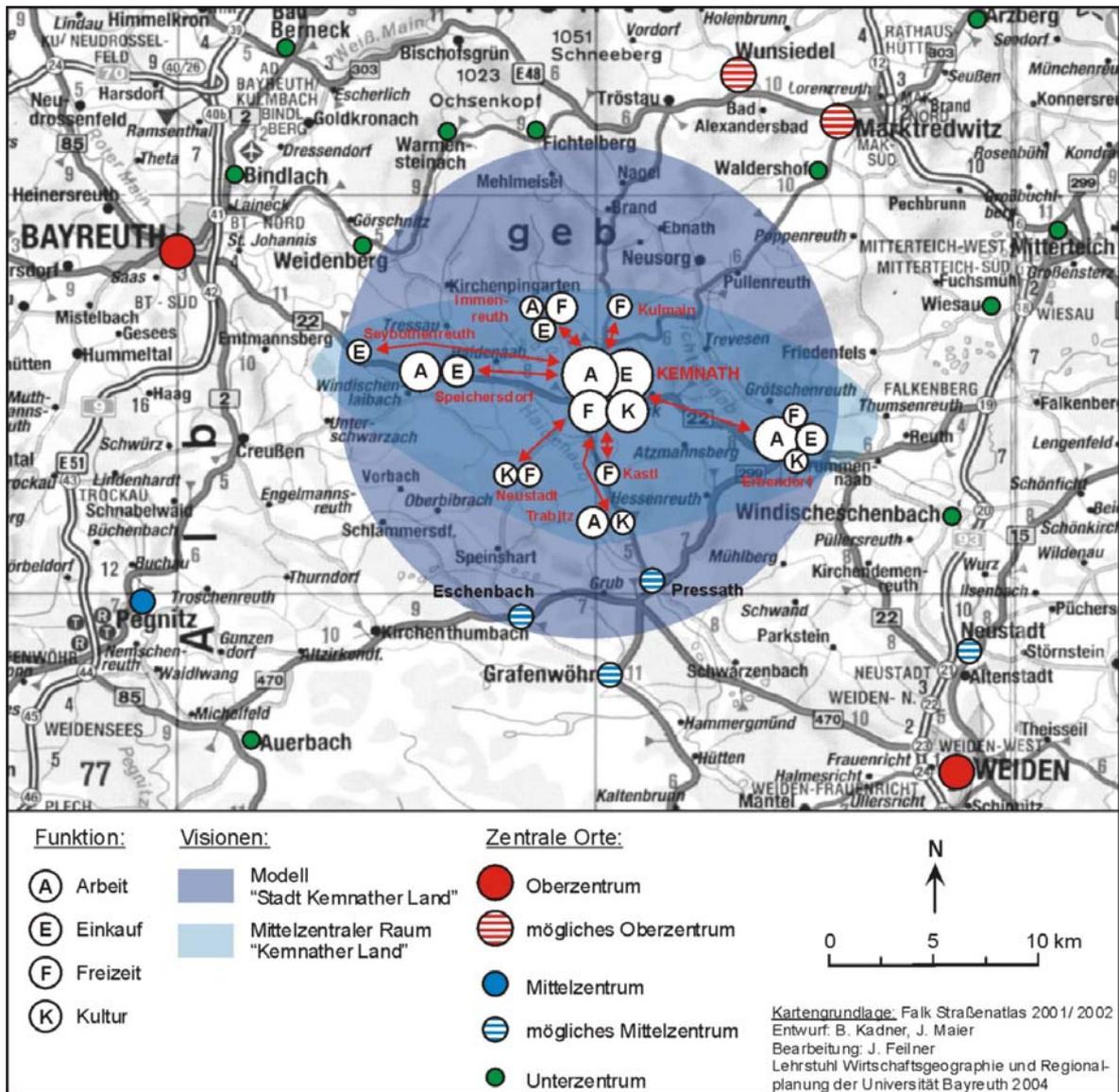
Die Stadt Kemnath 2018 –

Der Mittelpunkt des Städteneztes Kemnather Land
– überregional bekannt als „Tor zur Oberpfalz“

Tradition – Fortschritt – Wohlgefühl



Karte 19 Modell „Kemnather Land“



Um den Städtenetzgedanken voranzubringen und die Mittelpunktfunktion der Stadt Kemnath zu stärken, sind als generelle Ziele festzuhalten:

- Verstärkte Zusammenarbeit in der Stadt sowie in der Region „Kemnather Land“,
- aktive Bürgerbeteiligung am Stadtentwicklungsprozess,
- verbesserte Kommunikation zwischen den Akteuren in der Stadt und im Kemnather Land,
- den Bürgern der Stadt und des Umlands die Stärken der Region zeigen und diese vermarkten,
- Überprüfung und Sicherung der mittelzentralen Funktionen sowie der Strukturen,
- Aufbauen auf vorhandenen Potenzialen im kulturellen und sozialen Bereich,

- Ausbauen von neuen ergänzenden Strukturen im Handel und bei der Freizeitwirtschaft,
- Verbesserung der Einzelhandelsstrukturen zur stärkeren Kaufkraftbindung,
- Stärkung des Stadtkerns als lebendiges Zentrum und des Umfeldes um den Stadtweiher,
- Stärkung und Sicherung der Position als Gewerbe- und Industriestandort,
- Verbesserung der Erreichbarkeit bzw. Hervortreten als Zielort und Zwischenaufenthalt für Reisende auf der B 22 und der ST 2665, für Standortentwickler aus Handel und Gewerbe o.ä..

4.2 Leitbilder für die wirtschaftliche Entwicklung in Kemnath

Will die Stadt Kemnath die Funktionen eines möglichen Mittelzentrums voll wahrnehmen bzw. noch ausbauen, sind in den verschiedenen Wirtschaftsbereichen Anstrengungen gefordert. Nur wenn die Stadt ihre **Attraktivität als Einkaufsstandort, Arbeitsort und auch im Naherholungsbereich erhält bzw. stärkt**, wird sie ihre Position als attraktiver Wohn- und Arbeitsstandort weiter verbessern können. Jedoch gilt es angesichts der Stärke der umliegenden Oberzentren mit den Nachbargemeinden zusammenzuarbeiten. Werden nicht rechtzeitig und zielgerichtet Kooperationen aufgebaut, werden die kleineren Standorte im ländlichen Grenzraum im neuen Jahrtausend verlieren.

Die nachfolgenden Teilleitbilder und Ziele für die einzelnen Handlungsfelder der wirtschaftlichen Entwicklung sind getragen vom **Gedanken des Netzwerkes „Kemnather Land“** und **Stärkung der mittelzentralen Funktionen**. Für die Einstufung als Mittelzentrum werden im LEP von 2003 27 Kriterien genannt, ein Mittelzentrum muss davon 21 und ein mögliches Mittelzentrum 16 erfüllen. Die **Stadt Kemnath als mögliches Mittelzentrum erfüllt bereits viele der Anforderungen** v.a. im Ausstattungsbereich. Allein im Bildungsbereich und bei den Behörden lässt die Stadt Wünsche offen, die aber auch innerhalb eines regionalen Netzwerkes nur schwer auszufüllen sind. Bei der **Einzelhandels- und Arbeitsplatzzentralität** erscheint es hingegen in einer Kooperation der Gemeinden der „Kemnather Land“ möglich, den Anforderungen besser gerecht zu werden. Es ist deshalb sicherlich eine der ersten Aufgaben, zusammen mit den Nachbargemeinden die gemeinsame Ausstattung und Zentralitäten zu erfassen bzw. im Rahmen einer Begutachtung den Weg einer Aufwertung argumentativ unterstützen zu lassen.

Im folgenden werden zunächst die Zentralitätskriterien und die Ausstattung der Stadt Kemnath vorgestellt (Tab. 23), sie stellt für weitere Überlegungen die Basis dar.

4.2.1 Leitbild Einzelhandel und Dienstleistungen

Als verkehrsgünstig gelegene und größere Stadt im westlichen Landkreis Tirschenreuth sollte Kemnath als das Zentrum im Kemnather Land noch stärker die **Versorgungsfunktion im Einzelhandel** neben den Partnern Erbdorf und Speichersdorf übernehmen. Derzeit sind hier qualitative, aber auch quantitative Mängel vorhanden. Der Spielraum in landesplanerischer Hinsicht ist bzgl. der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelseinrich-



tungen gering, jedoch sollten gezielte Ansiedlungen möglich sein, sofern sie vorhandene **Bedarflücken** schließen (Bereich sonstige Güter, z.B. Elektro/Elektronik und Foto/Optik) und/oder den **Wünsche der Bevölkerung** entsprechen.

Darüber hinaus muss im Hinblick auf die **Städtebauförderung** und v.a. auch im eigenen Interesse die **Attraktivität des Stadtplatzes** gesichert werden. Die schön sanierte Innenstadt lebt von den Funktionen in ihr. Händler, Dienstleister und Bewohner sollten gemeinsam mit der Stadtverwaltung Maßnahmen zum Erhalt des Kleinstadtfairs ergreifen, aber v.a. auch neue Ansiedlungen im Stadtkern bzw. in **städtebaulich integrierte Lagen** fördern, um die **Einzelhandelsstruktur zu stärken**. Nur bei einem attraktiven Angebot und einer gewissen Konkurrenz innerhalb der eigenen Stadt ergibt sich eine Anziehungskraft für Kunden auch aus dem Umland. **Neben dem Einzelhandel sind Dienstleistungen sowie Freizeit- und Kultureinrichtungen für die Innenstadt** zu gewinnen, mögliche Entwicklungsschwerpunkte ergeben sich v.a. am Rand des Stadtkerns.

So könnte das Leitbild für die Einzelhandels- und Dienstleistungsentwicklung lauten:

Stadt Kemnath 2018 –
Einkaufen und Erleben, gute Versorgung und viel Ambiente
im historischen Stadtfair, das prägt das Zentrum im Kemnather Land

Darauf aufbauend sind als Ziele für das Handlungsfeld Handel und Dienstleistungen festzuhalten:

- Verstärkte Zusammenarbeit der Händler und Dienstleister in der Stadt,
- Vermarktung als Einkaufsstadt für die Kemnather aber v.a. auch für Kunden von außerhalb, Stärkung der Innenstadt als Einkaufs- und Dienstleistungsbereich,
- Schaffen einer positiven Stimmung und eines Wir-Gefühls,
- Sensibilisierung der Bevölkerung für die Stärken der Stadt, wie z.B. Aufenthaltsqualität des Stadtplatzes,
- Vorbereitung des Handels und der Dienstleistungen auf die EU-Osterweiterung,
- Schaffen einer lebendigen Innenstadt mittels Kultur, Unterhaltung und Gastronomie,
- Stärken der Einzelhandels- und dienstleistungsbezogenen Infrastruktur,
- Unterstreichen des historischen Stadtfairs mit Aktionen und Märkten,
- Aufwerten von Standorten in der „zweiten Reihe“ und an den Verbindungswegen zwischen Standortschwerpunkten (s. Abb. 83),



Tab. 23 Zentralitätskriterien und Ausstattung der Stadt Kemnath im Vergleich zu den Anforderungen an ein Mittelzentrum (Stand: Feb. 2004)

ZENTRALITÄTSKRITERIEN	MITTELZENTRUM	KEMNATH
Einzelhandelszentralität:		
Einzelhandelsumsatz in Mio. €	100	30-50 Mio. € ¹
Arbeitsplatzzentralität:		
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	6.500	2.610
Sozialvers.pflichtig beschäftigte Einpendler	4.000	1.845
Ausstattung:		
ALLGEMEINE DIENSTE		
Postfiliale, -agentur	1	1
Bank, Sparkasse	1	2
GESUNDHEIT		
Arzt, Allgemeinarzt	1	5
Zahnarzt	1	5
Gebietsarzt, ohne Allgemeinarzt	1	3
Apotheke	1	2
Krankenhaus Versorgungsstufe II, III oder IV	1	1
Krankenhaus Versorgungsstufe III oder IV	-	-
SOZIALES		
Einrichtung mit ambulantem Pflegedienst	1	1
Altenpflegeheim	1	1
BILDUNG		
Grundschule	1	1
Hauptschule	1	1
Einrichtung der Erwachsenenbildung (Sitz)	1	- (nur Zweigstelle VHS)
Realschule	1	1
Gymnasium	1	-
Berufliche Schule (Berufs-, Fachober-, Berufsobere-Berufsfach-, Wirtschafts-, Fachschule, Fachakademie)	1	-
Fachhochschule, Hochschule, Universität	-	-
ÖFFENTLICHER PERSONENVERKEHR		
Bushaltestelle (mind. 3 Fahrtenpaare / Tag)	1	1
Bahnhof, Haltepunkt	1	- (nur Kemnath-Neustadt)
Bahnhof mit Fahrkartenverkauf	1	- (Automat)
Fernbahnanschluss	1	-
BEHÖRDEN UND GERICHTE		
Sitz einer Verwaltungsgemeinschaft	1	1
Polizeiinspektion, -station	1	1
Kreisverwaltungsbehörde	1	1 (Dienststelle des LRA TIR)
Amtsgericht bzw. -zweigstelle	1	1
Finanzamt bzw. -außenstelle	1	-
Arbeitsamt bzw. -geschäftsstelle	1	-
Landgericht	-	-
Gesamt	27	17
zu erfüllende Zentralitätskriterien	20/16 (mMZ)	
Einwohner im Verflechtungsbereich	30.000	9.000²

Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Landesentwicklung und Umweltfragen (BayStMLU) (Hrsg.) (2003): Landesentwicklungsprogramm Bayern 2003, München, eigene Erhebungen Bayreuth 2004; ¹ eigene Schätzung, ² GfK Wert

- Reale und informelle Verbindungen zwischen dem Einzelhandelsschwerpunkt am Stadtrand und dem Stadtplatz sowie neuen Standorten schaffen,
- Verstärkte An- und Umsiedlungsbemühungen an städtebaulich integrierten Standorten,
- Initiierung gestalterischer Aufwertungen im Gewerbegebiet-West (s. Abb. 84).

Abb. 84 Beispiele für Standorte und Verbindungen mit Aufwertungsbedarf



Quelle: Fotos Beate Kadner, Sonja Rüppel

Abb. 83 Gewerbegebiet-West



Quelle: Fotos Stadt Kemnath

4.2.2 Leitbild Freizeit, Tourismus, Naherholung und Kultur

Die Lage der Stadt nahe den für Tourismus und Naherholung gut erschlossenen Regionen Fichtelgebirge, Oberpfälzer und Steinwald sowie die reizvolle Landschaft des Kemnather Landes und der historische Stadtkern stellen eine **gute Ausgangsposition für eine Weiterentwicklung** als Freizeit-, Kultur- und Naherholungsstadt dar. Hierfür gilt es nach ausführlichen Diskussionen und Analysen mit und in den anderen Gemeinden des Kemnather Landes eine **gemeinsame Zielrichtung** zu entwickeln und entsprechend die vorhandenen Angebote zu stärken, neue zu entwickeln und mit einem **klaren Profil** nach außen aufzutreten.

Regelmäßige Events wie die Passionsspiele sind ideal für die Außendarstellung, weitere sollten jedoch hier ergänzend einbezogen werden und v.a. sollten sie auch die **Bürger vor Ort und im Umland** ansprechen. Das **religiöse Brauchtum** ist einer der Ansatzmöglichkeiten für ein Profil, jedoch sind **auch andere Zielgruppen** für die Stadt und das Kemnather Land zugewinnen. Liebhaber von kirchlicher und profaner Architektur sowie guter Küche des ländlichen Raumes sind ebenso denkbar wie Naturfreunde, Wanderer, Reiter und Radler. Neben den „größeren“ Aktionen und Angeboten, v.a. auch für Naherholer und Urlauber der Region **zusammen mit den Umlandgemeinden** interessant, gilt es aber auch, die Angebote für Kemnather und Bürger der Region, die die **Zentrumsfunktion** herausstellen, zu stärken bzw. zu schaffen. Es sollte ein breites Angebot für die verschiedensten Interessengruppen geboten werden, für jüngere Menschen genauso wie für Familien und Senioren, um möglichst vielen Menschen das Leben in der Stadt und der Region reizvoll zu machen bzw. zu erhalten. Auch ist die Vermarktung und das Image der Angebote in Kemnath, im Umland und darüber hinaus noch **besser zu kommunizieren**.

So könnte das Leitbild für die Bereiche Freizeit, Tourismus, Naherholung und Kultur lauten:

**Stadt Kemnath 2018 –
Brauchtum und moderne Kultur, historisches Stadtbild und Wasser,
kulinarische Köstlichkeiten und Wohlfühl
sind die Stärken des Zentrums der Freizeitregion Kemnather Land**

Darauf aufbauend sind als Ziele für das Handlungsfeld Freizeit, Tourismus, Naherholung und Kultur festzuhalten:

- Bessere Vermarktung / Öffentlichkeitsarbeit der Stadt und ihrer Angebote,
- Potenziale des Stadtbildes, der Freiflächen und der ansässigen Lebensmittelbranche stärker nutzen (s. Abb. 85),

Abb. 85 „Brachliegende“ Potenziale für die Naherholungs- und Tourismusedwicklung



Quelle: Fotos Beate Kadner, Stadt Kemnath

- stärkere Positionierung von Kemnath als „Passionsstadt“ aber auch Ausbau „alternativer“ sowie Angebote für junge Leute,
- Erhalt des Engagements der Bürger und Vereine in der Jugendarbeit,
- Image- und Identitätsförderung bei den Bewohnern,
- Förderung des Zusammengehörigkeitsgefühls in Kemnath und im Kemnather Land,
- Freizeitangebote verbessern, ergänzen und an neuen Trends orientieren sowie weitere Übernachtungsmöglichkeiten schaffen,
- Stadtweiher, Eisweiher und Teichwirtschaft stärker als Potenziale einbringen,
- Schaffen von gemeinsamen Angeboten vor Ort und mit Nachbargemeinden,
- Informationsmöglichkeiten für Naherholer und Touristen verbessern,
- durch Vernetzung und Vermarktung der Freizeit- und Naherholungsangebote Stellung ausbauen.

4.2.3 Leitbild Gewerbe, Industrie und Handwerk

Mit großen Industriebetrieben aus der Lebensmittelbranche und der Medizintechnik besitzt die Stadt Kemnath bereits heute wichtige Imagefaktoren für eine noch **stärkere Positionierung als Gewerbestandort an der B 22**. Die hohen Einpendlerzahlen verdeutlichen die Bedeutung der Stadt als **Arbeitsort für den westlichen Landkreis Tirschenreuth**. Rechtzeitig vor Fertigstellung der durchgängigen Verbindung Prag – Nürnberg – Frankfurt und angesichts der Zurückstellung der Fichtelgebirgsautobahn im Bundesverkehrswegeplan gilt es die Chancen zu ergreifen, sich als **Oberpfälzer Drehscheibe** zwischen Bayreuth, Marktredwitz/Wunsiedel, Weiden bzw. zwischen Oberfranken, Mittelfranken, Niederbayern und Böhmen zu präsentieren und die Position auszubauen.

Die Industrie- und Gewerbestruktur der Stadt wird durch wenige **große Firmen dominiert**, aber es sind auch einige **Handwerker** in Kemnath ansässig, deren Angebote an Arbeitsplätzen und Produkten das Profil des Wirtschaftsstandorts Kemnath abrunden. Neben der Logistik (u.a. durch die verkehrsgünstige Lage und der neuen Ansiedlung), sollten Vertreter der Stadt und die Wirtschaftsakteure zukunftsorientierte Ansiedlungen forcieren. Hierfür empfiehlt es sich, **neue Wege der kommunalen/regionalen Wirtschaftspolitik** einzuschlagen und mit Nachbargemeinden auch im ländlichen Raum eine **gemeindeübergreifende Gewerbeplanung** anzustreben. Regionale Zusammenarbeit zwischen Handwerkern oder auch interkommunale Gewerbeflächen könnten die Position des Kemnather Landes stärken. Neben dem regionalen Netzwerk sollten auch frühzeitig **Kontakte mit den neuen EU-Partnern und darüber hinaus**, insbesondere als ein Standort im Grenzraum gefördert werden. Jedoch sollte dabei nicht nur die Tschechische Republik in Erwägung gezogen werden, sondern alle MOE-Staaten.



So könnte das Leitbild für die Bereiche Industrie, Gewerbe und Handwerk lauten:

**Stadt Kemnath 2018 –
moderne Betriebe der Medizintechnik, der
Biochemie und Biotechnologie,
ein Netzwerk von Produzenten gesunder Lebensmittel
und kreatives Handwerk
sorgen für einen lebendigen Wirtschaftsstandort
in verkehrsgünstiger Lage im Zentrum Europas**

Darauf aufbauend sind als Ziele für das Handlungsfeld Industrie, Gewerbe und Handwerk festzuhalten:

- Verbessertes Standortmarketing und Akquisition von Betrieben,
- Schaffen von Möglichkeiten zur Auslagerung von Betriebsfunktionen,
- Kommunizierung und Verbesserung des Image der Stadt als Gewerbestandort,
- Nutzen des vorhandenen Gewerbes zur Darstellung der Stadt,
- Hervorheben der Faktoren Medizintechnik und Lebensmittel für das Wohlfühl und Weiterentwicklung der Sektoren in Richtung Biochemie und Biotechnologie,
- Arbeitsmöglichkeiten für Höherqualifizierte schaffen bzw. in der Region erhalten,
- Aufbau eines modernen Gewerbeflächenmanagements,
- Förderung der Zusammenarbeit im Handwerk, auch in Richtung Kooperationen in Westböhmen,
- verstärkte Zusammenarbeit mit ost-europäischen Partnern,
- Nutzen der bestehenden Kontakte der großen Firmen für kleinere Unternehmen,
- Schaffen von Weiterbildungsmöglichkeiten und unternehmensbezogenen Dienstleistungen.

4.3 Leitbilder für die städtebauliche Entwicklung in Kemnath

Für eine Einzelhandelsentwicklung, die gesamtwirtschaftlich und städtebaulich abgestimmt sein soll, werden nachfolgend zu den Aspekten Verkehr, Grün- und Freiflächen, Nutzung und Funktionen sowie Stadtgestaltung Leitbilder für die Entwicklung der Stadt Kemnath vorgestellt.





4.3.1 Leitbild Verkehr

ZIELE

Fließender Verkehr

- o Verbesserung und evtl. zusätzliche Verkehrsanbindung an die B 22 durch eine weitere Anschlussstelle (langfristig)
- o Verkehrsgerechter Ausbau der innerörtlichen Verkehrserschließung insbesondere der südlichen Innenstadtumfahrung Amberger Str. – Werner-von-Siemens-Str.
- o Verbesserung der wichtigen innenstädtischen Verkehrsknoten Cammerloherplatz und Amberger Str. / Werner-von-Siemens-Str.
- o Verbesserung der verkehrlichen Anbindung der südlichen Stadtgebiete an die Innenstadt (Überwindung der trennenden Wirkung der B 22 zwischen „Südstadt und Innenstadt“)

Ruhender Verkehr

- o Gleichmäßige und ausgewogene Verteilung von Stellplätzen um den Stadtkern
- o Verbesserung des Stellplatzangebotes für die Anwohner der Altstadt (z.B. Quartiersgaragen)
- o Verbesserung des Stellplatzangebotes im Bereich Gewerbegebiet „West“

Fußgänger / Radfahrer

- o Aufwertung und Ausbau des überörtlichen Fuß- und Radwegenetzes mit dem Stadtgebiet
- o Aufbau eines vollständigen Fuß- und Radwegesystems innerhalb des Stadtgebietes

ÖPNV

- o Sicherung und Verbesserung des öffentlichen Personennahverkehrs sowohl überörtlich als auch mit dem Umland („Kemnather Land“)

Karte 20 Verkehr



STADTENTWICKLUNGSKONZEPT KEMNATH

LEITBILDER DER STADT KEMNATH

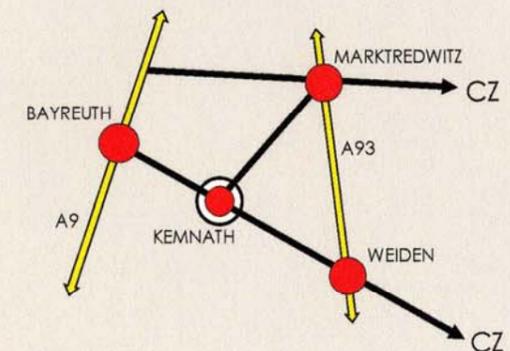
LEITBILD VERKEHR

Kemnath als regional bedeutsame Verkehrsdrehscheibe

Die Stadt Kemnath soll sich zum Verkehrsschwerpunkt /Drehscheibe an der Bundesstraße 22 / ST 2665 mit gleichwertigen Verkehrsbedingungen für alle Verkehrsteilnehmer entwickeln.

Die bisher bereits gute Verkehrsanbindung, die nach der EU-Erweiterung durch die dann privilegierte Lage an der Achse Bayreuth – Kemnath – Weiden – Tschechische Republik bzw. Bayreuth – Kemnath – Marktredwitz – Tschechische Republik gekennzeichnet ist, soll noch weiter verbessert werden.

Durch Ausbau einer attraktiven, innerörtlichen Stadumfahrung soll der Durchgangsverkehr über den Stadtplatz weiter reduziert werden.



4.3.2 Leitbild Grün- und Freiflächen

ZIELE

Übergeordnete Grünzüge

- o Ausweisen von Schutzbereichen entlang der Bachläufe von Fallbach, Schirnitzbach und Flötzbach
 - keine weitere Bebauung
 - Erhalt, Pflege und ökologischer Ausbau der natürlichen Uferbereiche
- o Vernetzung der landschafts- und stadtbildprägenden Grünzüge mit den Grünflächen des Seeleitenparks / Stadtweihers
- o Wiederherstellen der Erlebbarkeit des Flötzbaches zwischen dem ehemaligen Betriebsgelände der Fa. Ponnath und dem Schirnitzbach
- o Verbesserung der Ortsrandeingrünung bei den nördlichen und östlichen Wohngebieten um
 - Ortsränder gegenüber der freien Landschaft exakt zu definieren
 - eine klare Gliederung der Siedlungsstruktur zwischen Stadt und Ortsteilen zu erhalten

Öffentliches Grün

- o Weiterer Ausbau der innerstädtischen Grün- und Aufenthaltsbereiche im Bereich der Bürgermeister-Metschnabl-Anlage / Stadtweiher / Seeleite im Süden und des Eisweihers im Norden als wichtige innerstädtische Grünflächen für Naherholung und Freizeit, „Grüner Ring um die Altstadt“

Privates Grün

Gewerbe

- o Weiterentwicklung der bestehenden Gewerbegebiete zu Gewerbe-Parks als
 - corporate identity für innovative, zukunftsorientierte Unternehmen
 - attraktives Arbeitsumfeld (Standortfaktor)

Wohnen

- o Verbesserung des Wohnumfeldes in der Altstadt durch Entsiegelung der Hofbereiche und Entkernungsmaßnahmen (Verbesserung der Belichtung und Bebauung)
- o Grundstücksübergreifende Begrünungskonzepte für die Vorgärten und Gartenflächen in den Wohngebieten

Karte 21 Grün- und Freiflächen



STADTENTWICKLUNGSKONZEPT KEMNATH

LEITBILDER DER STADT KEMNATH

LEITBILD GRÜN- UND FREIFLÄCHEN

**Kemnath als „grünes Tor“ zu den
Naturparks Fichtelgebirge und
Steinwald**

Die landschaftlichen Besonderheiten (Basaltkegel, Teichlandschaft) sollen verstärkt herausgestellt und Kemnath als grüne Stadt mit wichtiger regionaler Funktion für Freizeit und Naherholung weiterentwickelt werden.

Die den Stadtkern umgebenden, die Siedlungsstruktur gliedernden Grün- und Freiflächen sollen erhalten und noch besser als bisher miteinander verbunden werden.

Dies gilt besonders für die fingerartig weit in den Stadtgrundriss hereinreichenden, bachlaufbegleitenden Grünzüge, die die intensive Verzahnung von Stadt und Land erlebbar machen sollen.

Gleichzeitig sollen die vorhandenen Gewerbegebiete zu Gewerbe-Parks weiterentwickelt werden („Arbeiten im Grünen“) und die vorhandenen und neuen Siedlungsgebiete noch stärker durchgrünt werden („Wohnen im Grünen“).

Damit soll der stadtgeschichtlich begründete und gestalterisch reizvolle Kontrast zwischen sparsam begrüntem innerstädtischen Platz- und Straßenräumen (Grundsatz der „steinernen Stadt“) und den dann intensiv begrüntem übrigen Stadtbereichen noch weiter verdeutlicht werden.



4.3.3 Leitbild Nutzung und Funktion

ZIELE

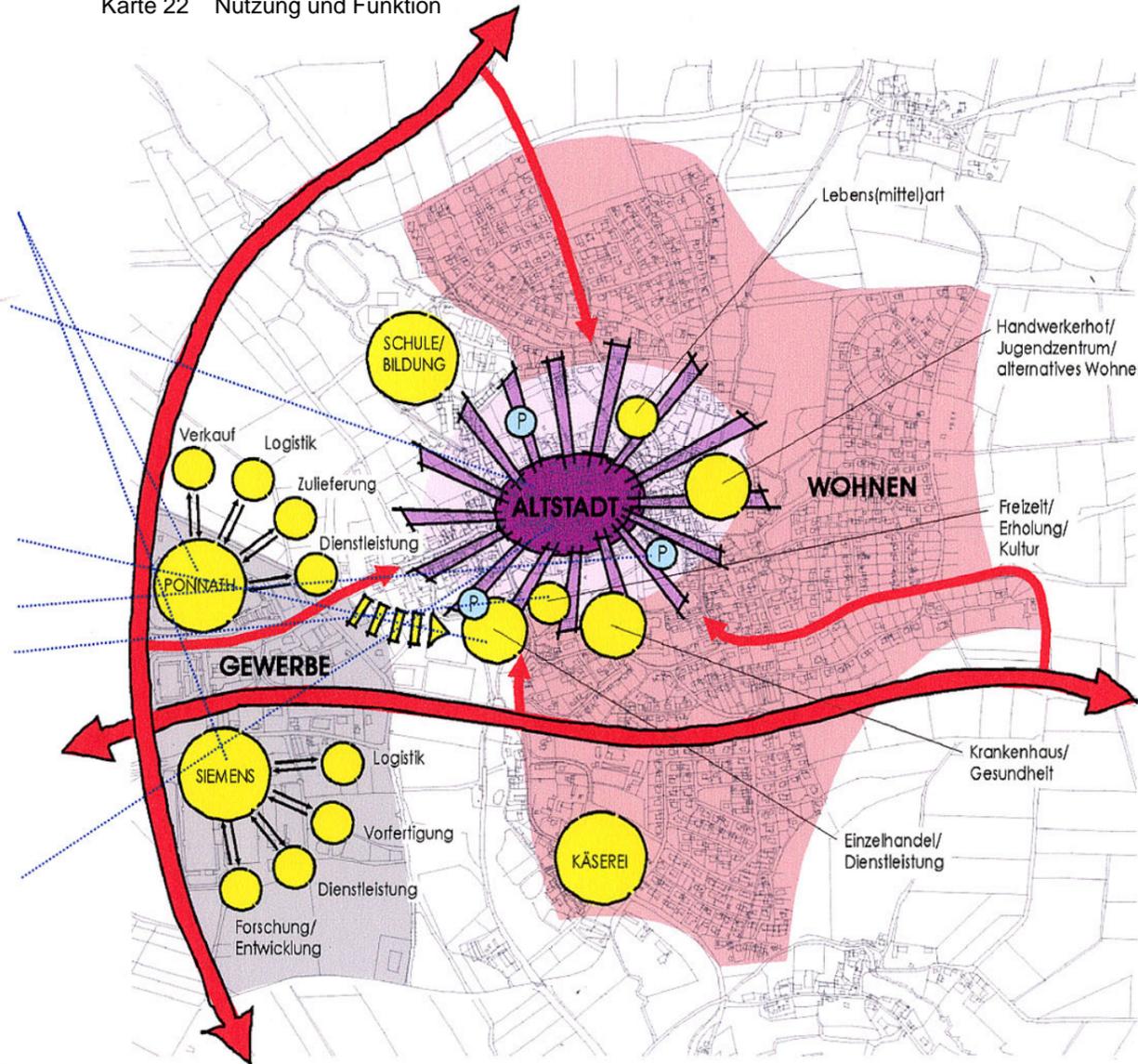
Gewerbe

- o Ausbau von Kemnath zum regional bedeutsamen Gewerbestandort
 - Medizintechnologiestandort
 - Nahrungsmittelstandort
- o Ansiedlung von ergänzenden Betrieben (vorzugsweise aus dem Dienstleistungssektor) im Umfeld der **Ankerbetriebe Siemens und Ponnath**
- o Konzentration des Einzelhandels auf die Altstadt und die altstadtnahen Bereiche
- o Schaffen von attraktiven Ansiedlungsmöglichkeiten (Ausnutzen von vorh. Potenzialen und neuen Flächen)
- o Umnutzung und Aufwertung der altstadtnahen Gewerbebrachen zu
 - integrierbaren Standorten für den Einzelhandel, Nutzen der damit verbundenen Synergieeffekten für den Stadtkern (z.B. Brauereigelände)
 - Standorten für den ruhenden Verkehr (z.B. Seeleite)
 - Flächen für Freizeit und (Nah-) Erholung (z.B. Stadtweiher / Seeleitenpark)
- o Nutzungsaufwertung der ortsbildprägenden Scheunenviertel z.B. zu
 - Handwerkerhof (start ups)
 - alternativem Wohnen
 - Jugendtreff
- o Erhalt und weitere Stärkung der Geschäftsnutzung am Stadtplatz (Entwicklung von Strategien zur Attraktivitätssteigerung)

Wohnen

- o Schaffung von neuem Wohnraum innerhalb und außerhalb der Altstadt (vorrangige Nutzung von leerstehenden Wohngebäuden vor Ausweisung von neuen Wohngebieten)
- o Bauliche Weiterentwicklung durch eine angemessene, nachträgliche Verdichtung (innerörtl. Reserven nutzen), wirksamer Beitrag zum flächensparenden Bauen (Wohnen in attraktiven Gemeinschaften)
- o Verbesserung des Wohnstandortes Altstadt (Sanierung, Renovierung, Modernisierung der Ausstattung)

Karte 22 Nutzung und Funktion



STADTENTWICKLUNGSKONZEPT KEMNATH

LEITBILDER DER STADT KEMNATH

LEITBILD NUTZUNG UND FUNKTION

Kemnath – attraktiver Gewerbe- und Wohnstandort in der nördlichen Oberpfalz

Die Stadt Kemnath soll ihre zentralörtliche Bedeutung steigern und zum Mittelzentrum (Netzwerk „Kemnather Land“) entwickelt werden und die Chancen nutzen, die sich aus ihrer Lage (nach der EU-Erweiterung) an der Achse Bayreuth-Weiden-Tschechische Republik und Bayreuth-Marktredwitz-Tschechische Republik, ergeben.

Kemnath als Gewerbestandort

Kemnath soll durch Neuansiedlung als Gewerbestandort gestärkt und insbesondere um den bisher zurückgebliebenen Dienstleistungssektor weiter entwickelt werden.

Kemnath als Wohnstandort

Kemnath soll sich langfristig entgegen dem lt. LEP prognostizierten, negativen Bevölkerungstrend in der nördlichen Oberpfalz positiv entwickeln und dabei auch verstärkt auf weiche Standortfaktoren (wie Natur, Freizeit und Kultur) setzen und diese fördern.



4.3.4 Leitbild Stadtgestaltung

ZIELE

Stadtbild

- o Erhalt der denkmalgeschützten Ensemblebereiche „Altstadt Kemnath“ und „Cammerloherplatz“ in ihrer Erlebbarkeit (Raumkanten, Baufluchten)
- o Beseitigung von Stadtbildstörungen in Verbindung mit einer städtebaulichen Neuordnung, insbesondere bei den großen Gewerbebrachen an der Amberger Str., Wunsiedler Str. und Seeleite
- o Aufwertung der Stadzufahrten Bayreuther Str. und Werner-von-Siemens-Str. (Begrünung, Informationstafeln, Kunst, etc.)
- o Verdeutlichung des ehemaligen / historischen Stadtmauerverlaufes
- o Schließen fehlender Raumkanten bzw. Wiederherstellung durch Ersatz- bzw. Neubauten
- o Gestalterische Aufwertung (optische Aufwertung) und Verknüpfung der Gewerbebereiche entlang der Bayreuther Str. mit der Altstadt

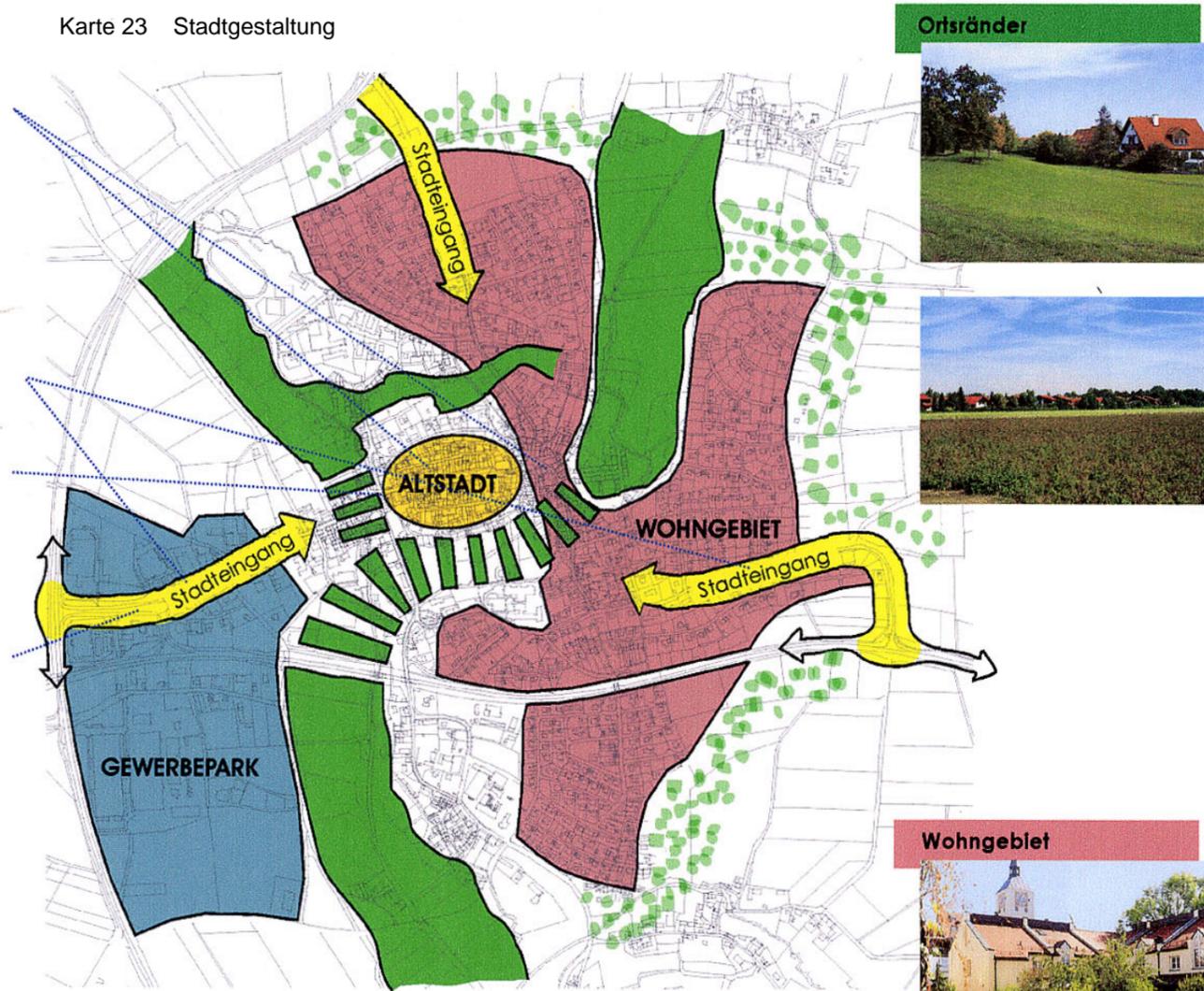
Gebäude

- o Sanierung und somit gestalterische Aufwertung von stadtbildprägenden Gebäuden mit schlechter Bausubstanz
- o Abbruch von ortsbildstörenden Gebäuden
- o Gestalterische Integration von Neubauten unter Berücksichtigung angemessener, für den Bereich typischer Maßstäblichkeit (Proportion, Dachlandschaft, Materialien)

Stadtboden

- o Neugestaltung und Sanierung der Gassen und Plätze (z. B. Schützengraben, Weihergraben / Friedrichstr., Wunsiedler Str., Cammerloherplatz, Erbendorfer Str. etc.)

Karte 23 Stadtgestaltung



Ortsränder



Wohngebiet



Gewerbepark



STADTENTWICKLUNGSKONZEPT KEMNATH

LEITBILDER DER STADT KEMNATH

LEITBILD STADTGESTALTUNG

Kemnath - Stadt mit Tradition und Geschichte - attraktiv, unverwechselbar und zukunftsorientiert

Das Stadtbild von Kemnath als wichtiger Faktor städtischer Identität und für den Tourismus soll in allen Siedlungsbereichen (insbesondere Gewerbegebieten, Wohngebieten und Gürtel um die Altstadt) verbessert werden.

Der Stadtkern von Kemnath soll in seiner historisch gewachsenen Struktur und Gestalt erhalten und weiterentwickelt werden, um heutigen Funktionsanforderungen gerecht zu werden.

Die Stadteinfahrten von Kemnath als Entrée und „Visitenkarte“ der Stadt sollen gestalterisch aufgewertet werden und neugierig auf die Stadt machen.



4.4 Abstimmung und Beschlussfassung mit bzw. durch den Stadtrat

Das übergeordnete Leitbild für die zukünftige Entwicklung der Stadt Kemnath und die sieben Teilleitbilder für wirtschaftliche und städtebauliche Aspekte wurden in der öffentlichen **Stadtratsitzung am 20. April 2004 mit viel Interesse aufgenommen**. Eine breitere Information der Bevölkerung über die Ideen des Stadtentwicklungskonzeptes sowie Gespräche mit den Bürgermeistern der Nachbargemeinde über das „Modell Kemnather Land“ wurden angeregt.

Zur Information und stärkeren **Einbindung der Bürger** wurde eine **Informationszeitung** (SEZ – Stadtentwicklungszeitung) erarbeitet und an die Haushalte verteilt. Gespräche mit weiteren Akteuren sind bereits geplant bzw. wurden geführt. Ein Stadtrats-Beschluss über die Leitbilder und die Ziele erfolgte in der Stadtratsitzung am 2. August 2004. Eine ständige Evaluation der Leitbilder und Ziele ist vorgesehen.





VIII. SEEK UND STÄDTBAULICHER RAHMENPLAN



Nach einigen **allgemeinen Aussagen** über die Bedeutung des Einzelhandels für Innenstädte und die rechtlichen Ausgangsbedingungen sowie einem Vergleich der aktuellen Trends im Einzelhandel mit der Ausgangslage in Kemnath sollen nachfolgend **Strategien** entwickelt und in einem Konzept zusammengefasst werden, um eine für Kemnath **wirtschaftlich und städtebaulich vertretbare Einzelhandelsentwicklung** aufzuzeigen.

Dafür ist es nötig, eine **Abgrenzung der Innenstadt** von Kemnath bzw. integrierte **Standorte für die Einzelhandelsentwicklung** zu definieren und ihre Eignung für Projekte des Einzelhandels zu beurteilen. Bestandteil des SEEK ist ferner der **städtebauliche Rahmenplan**, der in Form einer Gesamtschau Entwicklungsleitlinien für Aspekte des Verkehrs, der Grünordnung sowie der Nutzung und Stadtgestalt aufzeigt. Er stellt die **Grundlage für die Planungen der nächsten 15 Jahre** dar.

1. Rahmenbedingungen für die Notwendigkeit der Erstellung eines SEEK

Die Schnelllebigkeit von Trends im Konsumentenverhalten, die gravierenden Veränderungen in den Handelsstrukturen und die nur beschränkten Einwirkungsmöglichkeiten von Politik und Planung sind nur einige der Gründe, die für die Erarbeitung **langfristiger Leitlinien der Einzelhandelsentwicklung in Städten** sprechen. Das Instrument SEEK dient zur stadtstrukturell verträglichen Steuerung der dynamischen Entwicklungen im Einzelhandelsbereich und ist insbesondere für Städte, die Städtebauförderungsmittel bekommen wichtig, da diese nur noch Städten gewährt werden, die ein entsprechendes Konzept vorlegen können. Generelles Ziel ist es, die **landesentwicklungspolitischen Interessen Bayerns**, wie verbrauchernahe Versorgungsstrukturen, Funktionsfähigkeit der zentralen Orte, Schutz der Innenstädte, Minimierung der Verkehrswege und des Flächenverbrauchs zu gewähren. Die Notwendigkeit, ein solches Instrument anzuwenden, liegen einerseits in der **Krise vieler Innenstädte** angesichts der Handelsentwicklungen auf der sog. „grünen Wiese“ und andererseits im **Interpretationsspielraum der rechtlichen Steuerungsinstrumente** begründet.

1.1 Einzelhandel und Innenstädte

Die veränderten Standortstrukturen des Einzelhandels haben ihren Ursprung in einem „neuen“ Konsumentenverhalten (s. Kap. VII 2.3). Da der Kunde heutzutage im Mittelpunkt der Bemühungen des Handels steht, passt sich der **Handel rasch an die Veränderungen der Bedürfnisstrukturen und an das Verbraucherverhalten** an. Als ein zentraler Trend, der u.a. die Großflächigkeit heutiger Einzelhandelseinrichtungen befördert, ist fest-



zuhalten: „Das Organisationsprinzip der Zukunft ist die Bequemlichkeit.“⁴⁰ In Bezug auf die Versorgungseinkäufe gilt, der Verbraucher kauft weniger oft, dafür in größerem Volumen – vorwiegend an Wochenenden – bevorzugt in Einkaufszentren am Stadtrand mit verkehrsgünstiger Lage ein. Durch das sog. „**One-Stop-Shopping**“ kann der Konsument schneller und bequemer seinen kompletten Warenbedarf befriedigen und wird durch die große Sortimentsvielfalt noch zu Zusatzkäufen eingeladen.

Die Innenstädte wären in ihrer Kompaktheit und mit ihrem vielfältigen Angebot eigentlich ideale „One-Stop-Shopping“ Orte, jedoch werden sie im Vergleich zu Shopping-Centern nicht so wahrgenommen. Darüber hinaus verschwindet der Lebensmittelhandel nach und nach aus den Innenstadtlagen und die Erreichbarkeit mit dem PKW ist in vielen Innenstädten durch schlechtes Parkraummanagement bzw. teure Parkhäuser deutlich schlechter. Ziel für die **Innenstädte** sollte es sein, ihre **Kompaktheit städtebaulich und funktional erlebbarer** zu machen, Parkraum vorzuhalten und Angebotsvielfalt zu erhalten. Wichtig für eine lebendige Innenstadt sind Vielfalt und Mischung, Kommunikationsmöglichkeiten sowie identifikationsstiftende Elemente.

Handel und Stadt sind in Mitteleuropa traditionell eng miteinander verbunden, so machte der Handel lange Zeit die Innenstädte urban. In Deutschland wird bei einem **Leitbild für Innenstädte** von der „europäischen Innenstadt“ und einer nachhaltigen Stadtentwicklung ausgegangen. Jedoch stimmen darauf aufbauende Stadtentwicklungsziele nicht immer mit den **Standortanforderungen von Investoren** aus dem Handel bzw. den **Konsumentenwünschen** überein. Viele deutsche Innenstädte sind heute in der Krise, Leerstände, Konformität durch Filialisierungen lassen ehemals „gute Stuben“ veröden. Die Innenstädte sind der Mittelpunkt des öffentlichen Lebens mit zahlreichen wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Funktionen. Sie leben im hohen Maße von den Kunden des Einzelhandels, jedoch ist die Zahl der Passanten stark abhängig von der Qualität und der Vielfalt der Einzelhandelsgeschäfte. Hingegen sind viele neue Betriebsformen im Einzelhandel nicht auf den Standort „Innenstadt“ angewiesen.

Allein Standorte auf der sog. „grünen Wiese“ und Einzelhandelsgroßprojekte dafür verantwortlich zu machen, wäre jedoch zu kurz gegriffen. Die **Wirtschaftslage** und das **Verbraucherverhalten** sind ebenso zu bedenken. 2002 war das siebte Jahr in Folge, in dem der Einzelhandel preisbereinigt Umsatz verliert⁴¹ und auch 2003 brachte hier keine Trendwende. Stagnation ist in Deutschland zum Dauerphänomen geworden. Die Umsätze im Einzelhandel entsprechen dieser Situation. Übers ganze Jahr 2003 gesehen hat der klassische Einzelhandel nominal 0,9 Prozent, real ein Prozent an Umsatz eingebüsst. Das verfügbare Einkommen ist im gleichen Zeitraum nur um 0,9 Prozent angewachsen. Bei einer Teuerungsrate von 1,1 Prozent ist die Kaufkraft damit real um 0,2 Prozent zurück-

⁴⁰ MAIER Jörg (2001) Einzelhandel und neue Entwicklungen aus der Sicht der Geographie und Regionalforschung – Die neue Entwicklung der Einzelhandelsgroßprojekte in den MOE-Ländern und der Vergleich zu den Erfahrungen in den marktwirtschaftlich-kapitalistischen Systemen aus: Einzelhandelsgroßprojekte und Wirtschaftsgeographie (Reihe Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung), S. 5

⁴¹ Süddeutsche Zeitung vom 18./19./20. Mai 2002



gegangen⁴². Ferner lässt sich eine hohe und wachsende Staatsquote feststellen, welche sich auf die Entwicklung des privaten Verbrauchs und somit insbesondere auf die des Einzelhandels negativ auswirkt.

Vor diesen Ausgangsbedingungen muss sich die **(Stadt-)Planung** frühzeitig mit den veränderten **Anforderungen von Anbietern und Nachfragern im Einzelhandelsbereich** auseinandersetzen. Derzeit erfolgt eine Reaktion aber zumeist erst bei konkreter Investoranfrage. Jedoch sind sich immer mehr Städte der Problematik bewusst und bauen wie Kernath mit einer Einzelhandelskonzeption vor. Städte müssen **aktive Standortpolitik** für neue Kombinationen von Einzelhandel, Gastronomie und Freizeitangeboten betreiben. Es gilt dabei die neuen „urbanen“ Funktionen aktiv auf die aus der Sicht der Stadtentwicklung erwünschten Standorte zu lenken und der Konformität solcher „neuen“ Angebote durch die Berücksichtigung ortspezifischer Anknüpfungspunkte zu begegnen.⁴³

Der Verbraucher verbindet mit Innenstadt zwar nach wie vor „Einkaufsvergnügen“, jedoch ist durch die zunehmende Filialisierung auch eine zunehmende **Uniformität der Innenstädte** zu attestieren. Hohe Anteile an Filialisten bringen zwar kurzfristig Frequenzsteigerung, führen langfristig jedoch zu Phänomenen, die mit Begriffen wie Banalisierung, Kannibalisierung oder Niveauverlust treffend beschrieben werden. Verschiedene Trends des Einzelhandels zeichnen sich somit in den Innenstädten deutlich ab (s. Tab. 24). Damit wird auch deutlich, dass die **Veränderungen im Einkaufs- und Freizeitverhalten** stark mit dem gesellschaftlichen Wandel verbunden sind. Eines der Wertemuster ist hier die **Genuss- und Erlebnisorientierung**. Vor gut 10 Jahren haben die Verbraucher nur ein gutes Drittel ihres Haushaltsgeldes für Dienstleistungen ausgegeben, inzwischen ist es die Hälfte. Natürlich bereitet auch der Einkauf v.a. von Luxusgütern Spaß, jedoch ist das Erlebnis bei Freizeitangeboten wie Fallschirmspringen, Klettern, beim Rafting oder Golf spielen größer.

Ziel für die Innenstädte sollte es noch stärker als bislang sein, **Einkaufsatmosphäre, Individualität und Attraktivität** auf- bzw. auszubauen. Dabei stellt sich u.a. die Frage inwieweit auch Immobilienbesitzer in Einkaufsstraßen ihrer Sozialpflicht des Eigentums stärker nachkommen müssen. Derzeit fühlen sich gerade Händler (mit Eigentum) insbesondere in kleineren Städten wie Kernath den Städten verpflichtet und engagieren sich für kommunale Angelegenheiten. Sie sind es aber auch, die häufig mit kleinen Verkaufsflächen den neuen Trends im Handel und Anforderungen der Kunden nicht mehr nachkommen können. Hier sind **gemeinsame Bemühungen von Händlergemeinschaft, Stadtplanung und Stadtverwaltung** dringend gefordert. So wird immer wieder von verschiedener Seite betont: „Der Handel spielt hier (in den Innenstädten) eine imageprägende Rolle und trägt im Zusammenspiel mit Kunst und Kultur, Gastronomie und Hotellerie zur Mannigfaltigkeit des Stadterlebnisses bei. Die wohl wichtigste Zukunftsaufgabe der Städte, ihrer Menschen und Organisationen ist es, die Lebensqualität der Städte

⁴² HDE-Präsident Hermann, Franzen Frühjahrs-Presskonferenz Hauptverband des Deutschen Einzelhandels, 8. März 2004, Düsseldorf (<http://www.einzelhandel.de>)

⁴³ Fachkommission „Stadtentwicklungsplanung“ des Deutschen Städtetags: „Arbeitspapier des deutschen Städtetags. Integration von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen. Aktuelle Herausforderungen und Handlungsempfehlungen“, Köln und Berlin, 2004

zu erhalten und zu erhöhen und die Attraktivität für eine Vielzahl von Freizeitaktivitäten für Menschen jeden Alters zu verbessern. Dazu gehört auch aber eben nicht nur das Shopping.“⁴⁴

Tab. 24 Innenstadtrelevante Trends in der Einzelhandelsentwicklung und ihre Folgen

Trends	Folgen
Kosten werden durch Minimierung des Service und Einsatz von Personal durch Fläche gedrückt.	Der Einzelhandel und damit die Städte verlieren ursprüngliche Funktionen und Attraktivität. Neue Betriebsformen sind die Gewinner.
Die betriebswirtschaftlich notwendige Mindestbetriebsgröße steigt in vielen Branchen.	Innerstädtische Standorte geraten aufgrund der kleinflächigen, nicht erweiterbaren Verkaufsräume ins Hintertreffen, Konzentrationsprozesse gefährden die wohnungsnah Versorgung.
Das Preisbewusstsein der Bevölkerung nimmt zu.	Preisaggressive Betriebsformen wie Fachmarktzentren, Fabrikverkäufe und „Off-Price-Retailer“ bauen Marktanteile aus, ihre Standorte liegen meist außerhalb der Innenstädte.
Die Bequemlichkeit fördert den Individualverkehr.	Erreichbarkeit wird zum zentralen Standortfaktor für den Einzelhandel, insb. für den Großmengenkauf (One-Stop-Shopping beim Versorgungseinkauf).
Die Erlebnisorientierung wird immer mehr zum wichtigsten Profilierungsmerkmal für den Einzelhandel.	Innenstädte treten immer stärker in Konkurrenz mit modernen Einkaufszentren, kombinierte Freizeit-/Einkaufsangebote setzen v.a. auf Erlebnisorientierung.
Hohe Mieten in der Innenstadt sind häufig nur von Filialbetrieben zu bezahlen	Uniformierung durch Filialbetriebe nimmt zu.
Höhere Umfeldkosten (z.B. Stellplatzabläse, Denkmalschutz) verteuern die Innenstadt.	Periphere Standorte haben ohne eigenen Aufwand Standortvorteile. Das Verhältnis der Einzelhandelsflächen verschiebt sich zugunsten peripherer Standorte.
Die Innenstädte verlieren weiter an Bevölkerung.	Kaufkraftweggang aus den Innenstädten.

Quelle: eigene Darstellung, angelehnt an LBE, Bay. Staatministerium für Wirtschaft, Verkehr und Technologie „Attraktiver Einzelhandel in Bayern – ein wichtiger Partner für lebendige Innenstädte“, München 1999, S. 23

Auch die **bayerische Landespolitik** versucht hier mit entsprechenden Zielen im Landesentwicklungsprogramm **steuernd einzugreifen** (s. nachfolgendes Kap. VIII 2.), wobei jedoch bei der Formulierung v.a. die Ausgangssituation in größeren Städten bedacht wurde bzw. man der spezifischen Situation einzelner Städte mit generellen Richtwerten nicht

⁴⁴ Lovro Mandac (Vorsitzender des Ausschusses „Stadt und Handel“, Bundesvereinigung Deutscher Handelsverbände) anlässlich der Tagung des Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) „Netzwerk Stadt - neue Kooperationserfordernisse und Kommunikationswege“ 13. August 2003, Düsseldorf (<http://www.einzelhandel.de>)

genügend gerecht wird. Ebenso ergreifen **andere Bundesländer Initiativen**, z.B. sieht der nordrhein-westfälische Minister Vesper deshalb als wichtig für Innenstädte an⁴⁵:

- Mehr Individualität statt langweiliger Standards,
- mehr Multifunktionalität statt schlichter Monotonie,
- mehr strategische Allianzen statt stumpfer Konkurrenz und
- mehr Nachhaltigkeit statt kurzfristiger Geschäftemacherei.

Aktuelle Realität ist aber, dass aus markt- und betriebswirtschaftlicher Sicht bei Einzelhandel sowie bei Freizeit- und anderen Einrichtungen der Trend zu immer größeren Betriebseinheiten besteht, der im kleinteiligen Bau- und Grundstücksbestand nur bedingt zu realisieren sind. Viele Städte und nicht nur die Großstädte, sondern auch Kleinstädte mussten bzw. müssen sich auf einen schrumpfenden Einzelhandel in den Innenstädten einstellen. Andere Innenstadtfunktionen, die zur Vitalisierung beitragen, wie kulturelle Veranstaltungen, Events u.ä. müssen stärker in den Vordergrund rücken. Die **Belegung des öffentlichen Raumes** sollte im neuen Leitbild eine größere Rolle spielen. Jedoch ist mit dem aus den Innenstädten schwindenden Einzelhandel und dem anhaltenden Bedeutungsverlust der Innenstädte als Wohnstandort auch die Funktionsvielfalt der Innenstädte gefährdet. Insgesamt kann hier nur in einer Zusammenarbeit aller Akteure vor Ort ein „Innenstadtaufbau“ erfolgen. Um die Funktionsfähigkeit der Innenstädte zu erhalten, sind innovative Wege einzuschlagen. Nur so ist auch ungünstigen **städtebaulichen Auswirkungen** entgegenzuwirken.

1.2. Beurteilungsgrundlagen für Einzelhandelsgroßprojekte nach bayerischem Landesrecht sowie baurechtliche Aussagen

In den Wettbewerb im Einzelhandel direkt eingreifen darf und kann die Planung nicht, jedoch wird versucht, die **Einzelhandelsentwicklung entsprechend der Ziele der Landesentwicklung zu lenken**. Die bayerischen Ziele der Landes- und Regionalplanung konkretisieren die Vorgaben des Baugesetzbuches zu Einzelhandelsgroßprojekten. Jedoch sind alle bisherigen Schritte als Reaktionen auf Veränderungen in der Einzelhandelsentwicklung zu werten und nicht als aktive Steuerung im Vorfeld.

Das **Baugesetzbuch (BauGB)** fasst das ehemalige Bundesbaugesetz und das Städtebauförderungsgesetz zusammen und schenkt den Belangen „einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung“ (§ 1 Abs. 5 Nr. 8 BauGB) stärkere Beachtung. Für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben ist vor allem die **Baunutzungsverordnung (BauNVO)** von Bedeutung.

Anfangs wurden in der BauNVO zu Einzelhandelsbetrieben keine speziellen Aussagen getroffen, sie waren grundsätzlich in Industrie- und Gewerbegebieten zulässig. Aber bereits 1968 wurden aufgrund der dynamischen Entwicklungen in diesem Bereich Einschränkungen getroffen. Einzelhandelsbetriebe, die „überwiegend übergemeindlicher

⁴⁵ Einzelhandel – stadt- und regionalverträglich. Diskussionsforum zur Weiterentwicklung der Landesplanung in NRW. Begrüßung des Ministers für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport. Dortmund 2002

Versorgung“ dienen, konnten nur noch in Kern- und Sondergebieten genehmigt werden. **1977** wurde ferner die **sogenannte „Vermutungsregel“** eingeführt, die bei Betrieben mit einer Geschossfläche von über 1.500 m² (entspricht etwa 1.000 m² Verkaufsfläche) negative Auswirkungen erwartet und eine Ansiedlung solcher Betriebe nur in Kern- und Sondergebieten zulässt. Die Geschossfläche wurde in der Fassung von 1986 auf 1.200 m² Geschossfläche entspricht etwa 800 m² Verkaufsfläche reduziert. Es kam aber immer wieder zu Auslegungsdifferenzen.

Nach § 11 Abs. 3 Satz 2 Bau NVO sind folgende fünf **Grundsätze bei der Beurteilung** zu beachten⁴⁶.

- „Schädliche **Umwelteinwirkungen** im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes“:
d.h. insbesondere Lärm-, Abgas- und Geruchsbelästigungen auf die Nachbarschaft (z.B. Wohngebiete) durch Betriebsanlagen und den Kunden- und Lieferverkehr sind zu prüfen, ferner sind ökologische Auswirkungen auf Wasser, Boden, Luft und Klima (z.B. durch Versiegelung von Boden oder Unterbindung von Frischluftschneisen) zu untersuchen;
- „Auswirkungen auf die **infrastrukturelle Ausstattung**“:
dies erfordert eine Prüfung, inwieweit aufwändige Erweiterungen oder Neueinrichtungen bei der Ver- und Entsorgungsinfrastruktur und bei der ordnungsmäßigen verkehrlichen Anbindung nötig werden;
- „Auswirkungen auf den **Verkehr**“:
hier gilt es sowohl den fließenden als auch den ruhenden Verkehr einzubeziehen, im Hinblick auf Gesichtspunkte wie Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs, Beeinträchtigungen der Wohnsituation in der Nachbarschaft und zur Verfügung stehenden Parkraum für die Kunden- und Lieferfahrzeuge;
- „Auswirkungen auf die **Versorgung der Bevölkerung** im Einzugsbereich“:
sie könnten sich beispielsweise durch übermäßige Kaufkraftbindung an einem Standort und daraus resultierende Geschäftsaufgaben im Wohnbereich ergeben; vor allem die ausreichende Nahversorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs für distanzempfindliche Bevölkerungsgruppen ist zu bedenken;
- „Auswirkungen auf die **Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche** in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“:
es sind hier Auswirkungen auf die Versorgungssituation in der Innenstadt und den Nebenzentren, die zumeist nur schwer nachzuweisen sind, gemeint. Da nicht in den freien Wettbewerb eingegriffen werden darf, ist das alleinige Entstehen eines Konkurrenzbetriebes kein planungsrechtliches Argument. Anders jedoch, wenn auch ein Einzelhandelsgroßprojekt am Rande der Stadt z.B. eine in der Innenstadt eingeleitete, mit öffentlichen Mitteln geförderte städtebauliche Sanierungsmaßnahme nicht planmäßig fortgeführt oder erreichte Sanierungserfolge beeinträchtigt werden, kann z.B. weil ein Marktplatz seine bisherige Versorgungsfunktion zu verlieren droht;
- „Auswirkungen auf das **Orts- und Landschaftsbild**“:
z.B. durch Vorhaben, die nach Lage, Umfang und Größe aus dem Rahmen der näheren oder weiteren Umgebung fallen, in der Landschaft dominieren oder die Geschlossenheit eines Ortsbildes stören; Aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs an überbaubarer und nicht überbaubarer Grundstücksfläche sowie des Maßstabs der Baukörper sind solche Vorhaben oft nur schwer in das Orts-, aber auch in das Landschaftsbild zu integrieren.

⁴⁶ BayStMLU, BayStMWV, BayStMI (1992) a.a.O., Punkt 2.1.4.1, S. 647



Die **1.200 m²-Regel** („Vermutungsregel“) ist nach § 11 Abs. 3 Satz 4 nicht als absoluter Richtwert zu verstehen. Wenn aufgrund örtlicher und betrieblicher Gegebenheiten obige Auswirkungen trotz Unterschreitung des Richtwertes zu erwarten sind, ist eine Ansiedlung eines solches Einzelhandelsprojektes nur in Kern- und Sondergebieten zulässig. Sind hingegen trotz Überschreitung keine entsprechenden Folgen zu erwarten, ist auch eine Ansiedlung in Industrie- und Gewerbegebieten möglich. Hier sind **Kriterien** wie die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung, sowie das Warenangebot des Betriebes heranzuziehen. Alle Kriterien sind jedoch **interpretationsfähig** und es traten immer wieder Rechtsstreitigkeiten in Ansiedlungsfragen auf. Problematisch sind ferner heute noch gültige Bebauungspläne auf Grundlage älterer Fassungen der BauNVO. Sie können zwar angepasst werden, da die Verfahren aber zeit- und kostenaufwändig sind, wird dies aber häufig unterlassen.

U.a. aufgrund der Rechtsunsicherheiten haben **viele Bundesländer weitere Vorgaben und Richtlinien** erlassen, um die Interpretation zu verbessern. In Bayern ist hier v.a. das Landesentwicklungsprogramm (LEP) zu nennen. Im Vorfeld des neuesten **LEP von 2003** wurden zum Thema Einzelhandelsentwicklung, Innenstädte und Sicherstellung der Versorgung mehrere Beschlüsse erlassen. Zum besseren Verständnis der Komplexität und zur Verdeutlichung der **Langwierigkeit der politischen Prozesse** bei der Erarbeitung von Steuerungsinstrument werden nachfolgend die relevanten Vorgaben chronologisch dargestellt.

Von besonderer **Bedeutung für die Beurteilung eines Einzelhandelsgroßprojektes** ist der Beschluss des Ministerrates vom 29.5.2001 zur Änderung der Verordnung über das Landesentwicklungsprogramm Bayern bezüglich des Ziels B IV 1.4.5, da die hierin getätigten Aussagen als neues Leitbild und Beurteilungsmaßstab der landesplanerischen Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten in Bayern gelten. Für Städte mit gewachsenen historischen Stadtteilen, die für Sanierungen auf Städtebaufördermittel angewiesen sind, sind ferner die Beschlüsse des Bayerischen Landtags bezüglich Städtebauförderung und Gefährdung der Innenstädte durch Einzelhandelgroßprojekte (Drucksache 11/12683 und 13/11992) zu beachten. Ergänzt werden diese hinsichtlich der möglichen Auslegung der Zielvorgaben durch die gemeinsame Bekanntmachung der Bayerischen Staatsministerien für Landesentwicklung und Umweltfragen (BayStMLU), für Wirtschaft und Verkehr (BayStMWV) und des Innern (BayStMI) vom 6.7.1992 zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten in der Landes- und Bauleitplanung. Darüber hinaus steht für die Berechnungen der landesplanerisch zulässigen Verkaufsflächen die Handlungsanleitung des BayStMLU für die künftige Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten aus dem Jahr 2002⁴⁷, die auf der aus dem Jahr 1995 fußt, zur Verfügung. Auf diese wurde bereits im Kap. V. 8.1 für die Berechnungen für Kemnath eingegangen.

⁴⁷ BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR LANDESENTWICKLUNG UND UMWELTFRAGEN (BAYSTMLU) (2002), Handlungsanleitung zur landesplanerischen Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten in Bayern vom 1. August 2002, München

▪ **Gemeinsame Bekanntmachung der Bayerischen Staatsministerien für Landesentwicklung und Umweltfragen, für Wirtschaft und Verkehr sowie des Inneren 1992**

Im folgenden werden die allgemein bei Einzelhandelsgroßprojekte für Vorhabensbeurteilungen relevanten Abschnitte aus der gemeinsamen Bekanntmachung der drei Staatsministerien (GemBek) dargestellt:

„Die vorliegende Bekanntmachung soll als **Verwaltungsvorschrift** den Trägern der Regional- und Bauleitplanung sowie den Landesplanungs- und Bauaufsichtsbehörden als Grundlage für die Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten dienen. Sie ist ausschließlich auf raumordnerische und städtebauliche Erfordernisse ausgerichtet und hat nicht den Zweck auf den Wettbewerb der einzelnen Unternehmen und die unterschiedlichen Betriebsformen des Handels Einfluß zu nehmen.“⁴⁸

„Großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe gelten dann als **Einzelhandelsgroßprojekte**, wenn sie nicht nur unwesentliche Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung und / oder die städtebauliche Entwicklung und Ordnung haben können.“⁴⁹

„Kriterium für landesplanerisch relevante Auswirkungen ist die **tatsächliche und die zu erwartende Entwicklung entsprechend den Zielen der Raumordnung und Landesplanung im Nahbereich und im regionalen Bereich**. Wesentlicher Anknüpfungspunkt ist dabei das zentralörtliche System. Die Möglichkeit des Eintritts von Auswirkungen genügt; nicht erforderlich ist, daß ihr Eintreten feststeht oder von der Bauaufsichtsbehörde nachgewiesen werden kann.“⁵⁰

Aus der gemeinsamen Bekanntmachung lassen sich außerdem noch die folgenden wichtigen Aspekte herausgreifen:

„**Verkaufsfläche** ist die Fläche, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen und Schaufenster, soweit sie den Kunden zugänglich sind, sowie alle nicht in fest umbauten Räumen liegenden Verkaufsflächen (Freiflächen), soweit sie dauerhaft oder saisonal und nicht nur kurzfristig genutzt werden.“⁵¹

Materielle Erfordernisse.⁵²

1. „Die **Angemessenheit der Entfernung** (Verbrauchernähe) steht in enger Beziehung zu den zeitlich abgestuften Ebenen des Bedarfs. (...) Je längerfristiger der Bedarf, desto größere Entfernungen sind als zumutbar anzusehen und umgekehrt.“
2. „Bei Vorhaben, die sich hinsichtlich der **Fristigkeit des vorgegebenen Güterangebots an der Versorgungsfunktion und hinsichtlich ihres Einzugsgebiets am Verflechtungsbereich der Standortgemeinde** orientieren, ist davon auszugehen, daß die Funktionsfähigkeit der berührten anderen zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung nicht beeinträchtigt werden. Es bleibt allerdings zu prüfen, ob die Funktionsfähigkeit auch der Standortgemeinden (etwa bei der geplanten Errichtung eines Einzelhandelsgroßprojektes außerhalb des Siedlungs- und Versorgungskerns) berührt wird.“
3. „Orientiert sich ein Vorhaben **nicht an Versorgungsfunktion und Verflechtungsbereich**, so ist zu prüfen, ob die Kaufkraftbindung im Einzugsbereich des Vorhabens bezogen auf

48 BayStMLU, BayStMWV, BayStMI (1992) a.a.O., Punkt 1.2, S. 645

49 BayStMLU, BayStMWV, BayStMI (1992) a.a.O., Punkt 2.1.4, S. 646

50 BayStMLU, BayStMWV, BayStMI (1992) a.a.O., Punkt 2.1.4.1, S. 646

51 BayStMLU, BayStMWV, BayStMI (1992) a.a.O., Punkt 2.1.5, S. 648

52 BayStMLU, BayStMWV, BayStMI (1992) a.a.O., Punkt 3.1.1 und 3.1.2, S. 649



das dort vorhandene sortimentspezifische Kaufkraftvolumen nicht zu einer so wesentlichen Veränderung der Versorgungssituation führt, daß damit eine wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der berührten zentralen Orte oder der verbrauchernahen Versorgung verbunden ist. Ob und inwieweit eine wesentliche Veränderung der Versorgungssituation besorgt werden muß, ist anhand der verfügbaren Struktur- und Marktdaten zu ermitteln.“

4. „Einzelhandelsgroßprojekte, die innerhalb ihres Einzugsbereiches **nur eine unwesentliche Veränderung der Marktverhältnisse** bewirken, werden die Funktionsfähigkeit der berührten zentralen Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in der Regel nicht wesentlich beeinträchtigen. Solche Vorhaben fügen sich in das zentralörtliche System ein.“
5. „Bei der Beurteilung der Tragfähigkeit des Verflechtungsbereichs für Waren des kurzfristigen Bedarfs ist in der Regel auf den Nahbereich abzustellen. Für **Waren des längerfristigen Bedarfs** ist in Abhängigkeit von der Hierarchie der zentralen Orte und dem Zeitbezug des Bedarfs auf den **Mittel- beziehungsweise Oberbereich** abzustellen.“

▪ **Beschlüsse des Bayerischen Landtages bezüglich Städtebauförderung und Gefährdung der Innenstädte durch Einzelhandelsgroßprojekte⁵³**

Bereits im Sommer 1989 wurde auf Antrag des Landtagsabgeordneten Traublinger (CSU) beschlossen, dass die Staatsregierung „beim Einsatz von Städtebaufördermitteln für die Sanierung historischer Altstädte und Ortskerne“ darauf hinwirken soll, dass darauf geachtet wird, „inwieweit antragstellende Städte und Gemeinden ihre Möglichkeiten ausschöpfen, mit der Bauleitplanung die Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten zu steuern, durch deren Auswirkungen die Sanierungszwecke in Frage gestellt werden könnten“.

Der Dringlichkeitsantrag der Abgeordneten Glück, Traublinger, Dingreiter u.a., beschlossen im Sommer 1998, konkretisiert dieses Anliegen. Hiernach ist bei der Gewährung von Städtebaufördermitteln einzubeziehen, dass mit diesen „auch eine Stärkung der Innenstädte als Einzelhandelsstandorte bewirkt werden soll“. Eine Gemeinde, die durch planerische Zulassung (z.B. Bebauungspläne älteren Rechts) oder sonstige Unterstützung (z.B. Verkauf von Grundstücken) die Ansiedlung eines Einzelhandelsgroßprojektes im Bereich außerhalb der Zentren ermöglicht und damit den Einzelhandel in ihrem oder einem benachbarten Gebiet gefährdet, soll keine Zuwendungen aus der Städtebauförderung und aus den die Städtebauförderung flankierenden staatlichen Programmen erhalten. Ein Widerrufsvorbehalt gibt bei Zuwiderhandlung eine Rückfordermöglichkeit.

Zu diesem Zweck wurde ein Textbeispiel für den Widerrufsvorbehalt im Bewilligungsbescheid (Nebenbestimmung zum Verwaltungsakt im Sinn des Art. 36 BayVwVfG) formuliert:

„Die mit diesem Bescheid bewilligten Bundes-/Landesmittel dienen insbesondere auch dem Sanierungsziel, die Standortqualität für Handel und Dienstleistung und die urbanen Qualitäten in der/im Altstadt/Innenstadt/Ortskern zu stärken. Der Widerruf, der mit diesem Bescheid bewilligten Fördermittel wird deshalb für den Fall vorbehalten, dass dieser Förderzweck, die Stärkung der Innenstadt, nicht erreicht oder beeinträchtigt wird, weil die Gemeinde (Stadt/Markt) durch planerisches Handeln oder sonstige Unterstützungsmaßnahmen die Ansiedlung eines Einzelhandelsgroßprojektes im Sinn des § 11 Abs. 3 BauNVO (insbesondere Factory Outlet Center) ermöglicht oder fördert.“

⁵³ Bayerischer Landtag (1989 und 1998) Drucksache 11/12683 und 13/11992

Begründet wird dieser Widerrufsvorbehalt mit einer **zweckwidrigen Verwendung der Mittel**, die zur Aufhebung des Bewilligungsbescheides und zur Rückforderung der staatlichen Mittel sowie zur rückwirkenden Verzinsung (Art. 49a BayVwVfG) berechtigt. Ferner heißt es, „die Widerrufsmöglichkeit besteht unabhängig von einer landesplanerischen Beurteilung oder von der bauplanungsrechtlichen Zulässigkeit“, da maßgebliche Auswirkungen und Wechselwirkungen unter dem Gesichtspunkt der Städtebauförderung unzureichend beachtet wurden.

Wie in einer Mitteilung des Bayerischen Staatsministeriums des Inneren an alle Bezirksregierungen vom 26.1.1999 zu lesen ist, geht es „nicht nur um eine (auch für Nichtmotorisierte) gut erreichbare Versorgung, sondern ebenso um die mit dem Kundenstrom einhergehende Lebendigkeit der Altstädte und Ortsmitten sowie um den Erhalt von qualifizierten Arbeits- und Ausbildungsplätzen. Die Investitionskraft durch einen prosperierenden Handel ist für Erhalt und Sanierung der meist städtebaulich und historisch wertvollen Gebäudesubstanz unerlässlich.“

▪ **Ziel B II 1.2.1.5 (vormals B IV 1.4.5) des Landesentwicklungsprogramms Bayern**

Das für die raumordnerische Beurteilung einer Ansiedlung oder die Verkaufsflächenerweiterung maßgebliche Ziel des LEP war das Ziel B IV 1.4.5. Die notwendige Überarbeitung zog sich länger hin und die unterschiedlich restriktiven Ministerratsbeschlüsse verdeutlichen die Problematik. Im aktuellen LEP von 2001 ist nun das Ziel B II 1.2.1.5 für die Beurteilung relevant. Zum besseren Verständnis der entscheidenden Veränderungen und der Komplexität der Beurteilung wird zunächst das aus dem LEP von 1994 stammende ursprüngliche Ziel dargestellt und anschließend den neuen Beschlüssen sowie deren Kritik gegenübergestellt.

Das „alte“ **Ziel B IV 1.4.5 des LEP von 1994** lautete im wesentlichen:

„Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte sollen in der Regel nur in Unterzentren und zentralen Orten höherer Stufen ausgewiesen werden. Die Errichtung und Erweiterung solcher Einrichtungen sollen sich ebenso wie die Ausweisung von Flächen außerdem an der Versorgungsfunktion des zentralen Ortes und der Größe des Verflechtungsbereichs orientieren. Dabei sollen die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einrichtungen nicht wesentlich beeinträchtigt werden.“⁵⁴

Im vom Ministerrat beschlossenen Ziel vom **November 2001** kommen **ergänzend folgende Punkte** hinzu:⁵⁵

1. *Die Ausweisung von Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte soll in städtebaulich integrierter Lage mit qualifizierter Anbindung an den öffentlichen Personenverkehr erfolgen.*
2. *Einzelhandelsgroßprojekte dürfen, soweit in ihnen*
 - *innenstadtrelevante Sortimente verkauft werden, bei*
 - *Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs höchstens 25 v.H. der sortimentspezifischen Kaufkraft im Nahbereich,*

⁵⁴ BayStMLU (Hrsg.) (1994) *Landesentwicklungsprogramm Bayern*, S. 78

⁵⁵ vgl. <http://www.umweltministerium.bayern.de/aktuell/newsroom/presse/2001/eckpunkt.pdf>



- Waren des sonstigen Bedarfs höchstens 10 v.H.⁵⁶, in Innenstadtlagen höchstens 20 v.H. der sortimentsspezifischen Kaufkraft im jeweiligen Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels,
 - nicht innenstadtrelevante Sortimente verkauft werden, höchstens 15 v.H. der sortimentsspezifischen Kaufkraft im Einzugsbereich des jeweiligen Vorhabens abschöpfen. (...).⁵⁷
3. Die Ausweisung von Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte in städtebaulich nicht integrierter Lage ist in städtebaulichen Randlagen für innenstadtrelevante Waren des sonstigen Bedarfs und nicht innenstadtrelevante Sortimente möglich, wenn geeignete städtebaulich integrierte Standorte fehlen.

Diese Ergänzungen wurden von wissenschaftlicher Seite und von den betroffenen Gemeinden kritisch beurteilt wie z.B. die **Stellungnahmen** der Planungsverbände Oberfranken-Ost und -West sowie von Prof. Dr. G. Heinritz, München und auch Prof. Dr. Dr. J. Maier, Bayreuth verdeutlichen.

Die meisten Anmerkungen betreffen die **Sortimente** und die jeweils **zulässige Kaufkraftabschöpfung**:

- Generell keine Vergleichbarkeit und Nachprüfbarkeit der ermittelten Kaufkraftabschöpfungsquoten und fehlender Spielraum bei Grenzfällen.
- Berechnung der Kaufkraftabschöpfungsquoten nimmt keine Rücksicht auf Kaufkraftstruktur und auf die vorhandene Konkurrenzsituation.
- Trennung in „innenstadtrelevante“ und „nicht-innenstadtrelevante“ Sortimente berücksichtigt nicht das veränderte Konsumentenverhalten und gegebene Angebotsstrukturen (Randsortimente).
- Die Höchstquoten von 10 bzw. 15 % schaffen für Mittelzentren und größere Unterzentren im ländlichen Raum mit kleinen Verflechtungsbereichen sehr enge Grenzen bei einzelnen Sortimenten, noch mögliche Flächen liegen unter konkurrenzfähigen und typischen Verkaufsflächen.
- Die Abschöpfungsquote von 20 % bei Innenstadtlagen erscheint – z.B. bei der Genehmigung von Einkaufszentren mit kleinteiligen Strukturen – demgegenüber hoch.
- Die Liste der zentrenrelevanten bzw. nicht-zentrenrelevanten Sortimente ist zu starr, da sie nicht nach Zentralität, Größe und Struktur der jeweiligen Innenstadt unterscheidet.

Darüber hinaus wurden v.a. auch Argumente angeführt, die einerseits einen zu großen **Auslegungsspielraum** ansprechen aber andererseits auch **spezielle Ausgangslagen** nicht bedenken. Insbesondere polarisieren die Änderungen der Verordnung die Positio-

⁵⁶ Nach dem Ministerratsbeschluss vom 21.11.2001 darf durch ein Einzelhandelsgroßprojekt bei innenstadtrelevanten Waren des sonstigen Bedarfs, wie z.B. Textilien, Optik / Foto usw. statt der bisher vorgesehenen 10 % zukünftig 15 % der sortimentsspezifischen Kaufkraft im jeweiligen Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels abgeschöpft werden. http://www.bayern.de/Presse-Info/PM/2001Mrat/Mrat_011120.htm

⁵⁷ Für die Stadt-Umland-Bereiche von München, Nürnberg/Fürth/Erlangen, Augsburg und Würzburg sowie für „sonstige“ Stadt-Umland-Bereiche gelten bislang Sonderregelungen, die jedoch für den hier vorliegenden Fall nicht relevant sind und darum nicht aufgeführt werden.

nen der Kommunen zwischen ländlichem Raum und den größeren Städten. Zu nennen sind hier Punkte wie:

- Die empirische Bestimmung des „Verflechtungsbereichs des innenstädtischen Einzelhandels“ statt wie bisher des „sozioökonomischen Verflechtungsbereiches“ erscheint sehr aufwändig und bearbeiterabhängig.
- Die Formulierung „Schutz der Innenstadt“ ist unpräzise, zu schützen ist die Funktionsfähigkeit, nicht die Innenstadt an sich. Ferner ist die Abgrenzung der Innenstadt nicht klar definiert.
- Der Auslegungsspielraum bei der Forderung nach ÖPNV-Anbindung durch vage Angaben wie „zumutbar“ ist sehr groß.
- Die spezielle Situation der Gemeinden z.B. Lage zu Verkehrsknotenpunkten und zur Tschechischen Republik bzw. Sachsen sollte stärker berücksichtigt werden.
- Die Bevölkerungskomponente erhält bei der Berechnung ein Übergewicht und hingegen wird die (Brach-)Flächensituation nicht ausreichend berücksichtigt.
- Neue Handelsformen, die eine deutliche Konkurrenz bei innenstadtrelevanten Gütern sind, wie der E-Commerce werden nicht bedacht bzw. sogar gefördert.
- Landesplanerische Ziele wie „kurze Verkehrswege“ und „verbrauchernahe Versorgung“ werden konterkariert.
- Die Auslegungsfähigkeit der Bezugsgrößen beim „Verflechtungsbereich des innenstädtischen Einzelhandels“ benachteiligen durch Einbeziehung von vorhandenen Einkaufszentren im Umland Städte, die bislang Ansiedlungen am Stadtrand unterbunden habe.
- Eine zeitgemäße Weiterentwicklung des Einzelhandels im ländlichen Raum wird verhindert und Stadt-Umland-Bereiche werden deutlich benachteiligt.

Aber auch einige positive Aspekte der Teilfortschreibung wurden gesehen, wie z.B.:

- die deutliche Bevorzugung städtebaulich integrierter Lagen (sparsamer Flächenverbrauch),
- die geforderte Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr,
- die Unterscheidung nach Sortimenten statt nach Betriebsformen,
- die Ausnahmenregelung in Stadt-Umland-Bereichen mit der Flächenspenderfunktion, sowie
- die mögliche Erschließung von begründeten städtebaulichen Randlagen.

Nicht zuletzt als **Reaktion auf die angeführten Kritikpunkte** verschiedener Akteursgruppen wurden **vom Ministerrat umfassende Modifikationen** hinsichtlich der Abschöpfungsquoten vorgenommen.

So lautet das **Ziel B II 1.2.1.5 im LEP von 2003** nun:

„Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte sollen in der Regel nur in Unterzentren und zentralen Orten höherer Stufen sowie in Siedlungsschwerpunkten (geeignete zentrale Orte) ausgewie-



sen werden. Die Ausweisung soll in städtebaulich integrierter Lage mit einer den örtlichen Gegebenheiten entsprechenden Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr erfolgen. Vom Erfordernis der städtebaulich integrierten Lage kann in städtebaulichen Randlagen bei Einzelhandelsgroßprojekten, die nicht dem Verkauf von Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs dienen, ausnahmsweise abgesehen werden, wenn

- die Gemeinde den Nachweis des Fehlens geeigneter städtebaulich integrierter Standorte erbringt und
- bei Einzelhandelsgroßprojekten mit überwiegend innenstadtrelevanten Sortimenten das Staatsministerium für Landesentwicklung und Umweltfragen als oberste Landesplanungsbehörde im Einvernehmen mit dem Staatsministerium des Inneren im Rahmen der landesplanerischen Überprüfung dem jeweiligen Vorhaben aufgrund übergeordneter Gesichtspunkte der räumlichen Ordnung und Entwicklung zustimmt.

Durch die Ausweisung von Flächen für die Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten soll die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einrichtungen nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Einzelhandelsgroßprojekte dürfen, soweit in ihnen

- innenstadtrelevante Sortimente verkauft werden, bei,
 - a. Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs höchstens 25 v.H. der sortimentsspezifischen Kaufkraft im Nahbereich, bei Siedlungsschwerpunkten ohne Nahbereich im Gemeindegebiet,
 - b. Waren des sonstigen Bedarfs
 - für die ersten 100.000 Einwohner höchstens 30 v.H., in Innenstadtlagen höchstens 30 v.H.,
 - für die 100.000 übersteigenden Einwohner höchstens 15 v.H., in den Oberzentren München, Nürnberg, Augsburg und Würzburg höchstens 10 v.H.
- der sortimentsspezifischen Kaufkraft im jeweiligen Verflechtungsbereich des innenstädtischen Einzelhandels,
- nicht innenstadtrelevante Sortimente verkauft werden, höchstens 25 v.H. der sortimentsspezifischen Kaufkraft im Einzugsbereich des jeweiligen Vorhabens

abschöpfen.

In den geeigneten zentralen Orten der Stadt- und Umlandbereiche (Anhänge 2 und 5) kann ausnahmsweise unter der Voraussetzung einer engen städtebaulichen, räumlich-funktionalen und verkehrsmäßigen Verflechtung mit der Kernstadt bei innenstadtrelevanten Sortimenten von Waren des sonstigen Bedarfs zusätzlich bis zu einer Obergrenze von 15 v.H. auf die nach Absatz 2 Satz 2, erstes Tilet, Buchst. b maßgebliche Kaufkraft der Kernstadt zurückgegriffen werden. Die Höhe der jeweils zulässigen Rückgriffsquote bemisst sich danach, ob der geeignete zentrale Ort in den Stadt- und Umlandbereichen

- der Verdichtungsräume München, Nürnberg/Fürth/Erlangen, Augsburg, Würzburg,
- der sonstigen Verdichtungsräume oder
- im ländlichen Raum

liegt. Unbeschadet dessen, kann bei Erscheinungsformen des großflächigen Einzelhandels, in denen das innenstadtrelevante Randsortiment von Waren des sonstigen Bedarfs einen generell notwendigen Bestandteil des Gesamtsortiments darstellt, die Obergrenze der Rückgriffsquote ausgeschöpft werden.



Die in **Kemnath** aufgrund dieser Gesetzesgrundlage landesplanerisch noch zulässigen **Verkausflächenzahlen wurden in Kap. V. 8.1** berechnet, so dass es im nachfolgenden SEEK v.a. um die **Definition von Innenstadt und integrierten Standorten** angesichts der rechtlichen Vorgaben geht.

2. Mittelzentrale Einzelhandelsstruktur

Die Entwicklung im Einzelhandel sind - wie bereits mehrfach angesprochen - in den letzten 20 Jahren durch einen sehr starken Rückgang des traditionellen, nicht-organisierten Einzelhandels, der aber v.a. in Mittelstädten noch stadtbildbestimmend ist, gekennzeichnet. Sein Anteil sank von 55,4 Prozent 1980 auf 27,2 Prozent im Jahr 2000. Starke Zuwachsraten weisen die SB-Warenhäuser und die Verbrauchermärkte auf. Ihr Anteil erhöhte sich in den letzten 20 Jahren von 11,9 Prozent auf 19,3 Prozent.⁵⁸

Die **Entwicklungen einzelner Betriebsformen unterscheidet sich nach Größe der Städte** jedoch deutlich. So ist zwar in den meisten deutschen Innenstädten ein Besucher-rückgang zu verzeichnen, auch der Trend der Shopping-Center an den Cityrand hat diesen nicht gestoppt. Nur die Großstädte über 250.000 Einwohner konnten die Zahl der auswärtigen Besucher erhöhen. Als Gewinner, sowohl was die zukünftige Einwohnerentwicklung als auch bei der Einzelhandelsituation (Versorgungssicherung, Vielfalt, Besucherzahlen in den Innenstädten) angeht, werden am ehesten jedoch Städte zwischen 50.000 und 150.000 Einwohnern gesehen⁵⁹. Die Innenstädte der Großstädte verlieren zusehends mit der Schließung inhabergeführter Fachgeschäfte ihr Image als Einkaufsstandort. Aber auch Händler in Klein- und Mittelstädten müssen große Anstrengungen unternehmen, um die Kunden im Umland stärker an sich zu binden. Gerade in Unter- und Kleinzentren ist die Zahl der Fachgeschäfte rückläufig. Der Konsumgüter-Fach-einzelhandel, hier häufig noch inhabergeführte Geschäfte, ist auf dem Rückzug. Neben dem Verdrängungswettbewerb werden häufig Altersgründe der Inhaber bzw. das Nachfolgerproblem als der endgültige Grund für Geschäftsaufgaben angeführt. Ferner sind im ländlichen Raum häufig Versorgungsengpässe auch bei Waren des täglichen Bedarfs festzuhalten. Daher soll nun nachfolgend der Einzelhandel in Kemnath angesichts der Situation speziell in Gemeinden mittlerer Größe betrachtet werden.

Kemnath ist mit über 5.400 Einwohnern im Vergleich zu anderen möglichen Mittelzentren in der Oberpfalz und in Oberfranken ein **kleines mögliches Mittelzentrum**. Hollfeld im Landkreis Bayreuth mit unter 5.400 Einwohnern ist eines der kleinsten, ist entsprechend auch mit Entwicklungsbedarf im aktuellen LEP aufgenommen. Die anderen möglichen Mittelzentren sind größer oder es handelt sich um Doppelzentren (z.B. Helmbrechts ca.

⁵⁸ vgl. MÜLLER-HAGEDORN (1998): Der Handel, Stuttgart, Berlin, Köln, S.100-103

⁵⁹ KLEMMER, P. (2004): „Die Zukunft der Deutschen Städte“, in: Deutscher Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V. DV aktuell 1/2004 und HATZFELD, U. (1996): „Die Probleme des Handels sind die Probleme der Städte. Stand, Entwicklung und Prognose der Handlungsbereiche im Überschneidungsbereich zwischen Handel und Stadt.“, in: Ministerium für Arbeit, Soziales und Stadtentwicklung, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): „Handel in der Stadt. Handeln in der Stadt“, S.31 - 90



9.900, Grafenwöhr/Pressath ca. 7.000/4.600 oder Neustadt a. d. Waldnaab ca. 6.200). Jedoch sollte durch die verkehrsgünstige Lage und die starke Position als Arbeitseinpenderort eine stärkere Positionierung als Einkaufsstandort zwischen den Oberzentren Bayreuth, Marktredwitz/Wunsiedel und Weiden angestrebt werden.

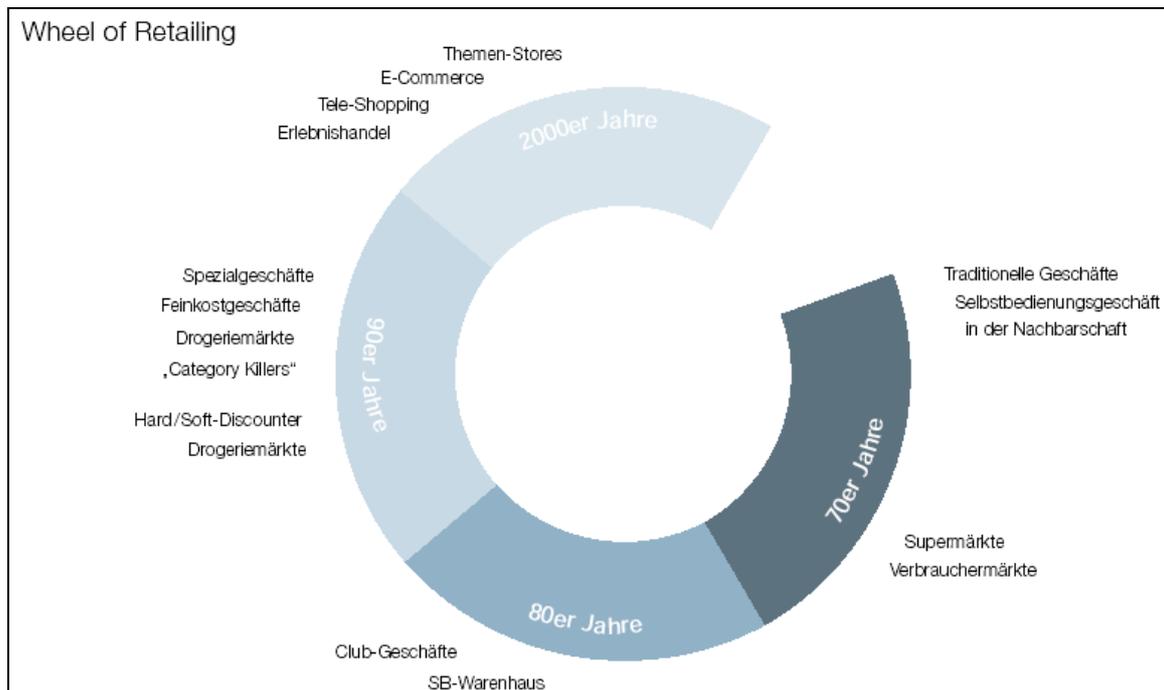
2.1 Großflächiger Einzelhandel – Trends und Situation in Kemnath

Gerade bei den großflächigen Einzelhandelseinrichtungen zeigt sich einerseits der Trend zum Erlebnis besonders deutlich, andererseits sind aber auch die Discounter durch starkes Preisbewusstsein die Gewinner.

2.1.1 Betriebsformen und ihre Entwicklung

Die folgende Graphik verdeutlicht den **Betriebsformenwandel von 1970 bis zum Jahr 2000**. Die eindeutigen Gewinner der 1990er Jahre in der Einzelhandelsentwicklung sind die großflächigen Einrichtungen, hier insbesondere die Fachmärkte und die in der Graphik nicht explizit aufgeführten Discounter. Allein die Discounter haben ihre Verkaufsfläche seit 1991 von 4,3 auf 7,2 Mio. m² vergrößert.⁶⁰ Ihr Marktanteil wird wohl auch in Zukunft weiter steigen. Die Stellung des Versandhandels hat sich in den letzten 20 Jahren dagegen nicht entscheidend verändert, dürfte aber in den nächsten Jahren im Zuge der steigenden Bedeutung des E-Commerce eine stärkere Stellung einnehmen.

Abb. 86 Wheel of Retailing



Quelle: www.bankgesellschaft.de/immo/marktinfo/Marktbericht_6pdf.

⁶⁰ <http://www.stadtplanung-dr-jansen.de/aktuelles/downloads/vortragdrjansen1pdf> (Stand 25.09.02)

Gerade in weiten Teilen der ländlichen Räume, die **Versorgungsengpässe** aufweisen, werden Versandhandel, Internet oder andere **neue Betriebstypen mit Lieferservice** gewinnen. Aber auch in (Groß-)Städten zeigen sich in einzelnen Quartieren Probleme bei einer wohnortnahen Versorgung. Hier können durch die betriebswirtschaftlich bedingten Konzentrationsprozesse schon lange nicht mehr alle Bewohner im früher für Planungen zugrundegelegten 15-Minuten-Radius ihren täglichen Bedarf decken. Einige Konzerne versuchen hier nun mit neuen Standortkonzepten in der Quartiersversorgung ein neues Standbein zu entwickeln (v.a. Rewe). Es gilt abzuwarten, inwieweit diese sich als rentabel erweisen und evtl. auch für die Versorgungsengpässe von Mittel- und Kleinstädten Lösungen bringen. Mögliche Lösungen bieten hier aber „Lieferbasen“, an denen elektronisch bestellte Waren angeliefert und von der Kundschaft abgeholt werden können. Insbesondere Tankstellen oder andere Einrichtungen mit langer Öffnungszeit sind als „Pick-up-Points“ geeignet⁶¹.

Großfläche Betriebsformen sind jedoch nicht gleichzusetzen in ihrer Bedeutung für den innerstädtischen Handel. Je nach Sortimentszusammensetzung, Verkaufsfläche und Standortwahl kann sich eine Ansiedlung auch positiv für die Innenstadt auswirken. Nachfolgend sollen die wichtigsten großflächigen Betriebsformen kurz vorgestellt werden:

SB-Warenhaus: Großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb nach dem Discount-Prinzip mit mindestens 5.000 m² Verkaufsfläche. Selbstbedienungsprinzip, leistungsfähige Lebensmittelabteilung mit i.d.R. Umsatzanteil über 50 Prozent, umfangreiche Non-Food-Abteilung (Flächenanteil ca. 60 bis 75 Prozent), autokundenorientiert, an peripheren Standorten. Beispiele: Globus, Toom, Real, Kaufland, Marktkauf.

Verbrauchermarkt: Großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb nach dem Discount-Prinzip mit 1.000 bis 5.000 m² Verkaufsfläche, Selbstbedienungsprinzip, Lebensmittelvollsortiment, zunehmende Fläche für Non-Food-Abteilung (Flächenanteil ca. 30 bis 60 Prozent), autokundenorientiert, an peripheren Standorten, Beispiele: Edeka-neukauf, E-Center, Handelshof.

Fachmarkt: Großflächiges Nonfood-Fachgeschäft mit bestimmtem Branchenschwerpunkt, breites und tiefes Sortiment, viel Selbstbedienung, autokundenorientiert, Verkaufsfläche nach Branchenschwerpunkt: Schuhfachmarkt 500 bis 3.000 m², Textilfachmarkt 500 bis 5.000 m², Spielwarenfachmarkt 800 bis 3.000 m², Elektro- und Hifi-Fachmarkt 1.000 bis 6.000 m², Drogeriefachmarkt 200 bis 800 m², Bau- Heimwerkermarkt 2.500 bis 3.000 m².

Fachmarktzentrum: Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, überwiegend Versorgungscharakter, häufig in Standortkombination mit Verbrauchermarkt oder Lebensmittel-Discounter, autokundenorientiert, an peripheren verkehrsgünstigen Standorten. Sortimentszusammensetzung häufig Baumarkt /Gartencenter, Elektro- und Hifi-Fachmarkt, Sport-, Spielfachmarkt, Zusammen meist über 8.000 m² Verkaufsfläche.

Einkaufszentrum/Shopping-Center: Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe meist unter einem Dach, häufig in Standortkombination mit Fachmärkten, Kaufhäusern o.a., künstliche Abbildung des klassischen City-Branchenmix, zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung. Innenstadt, Innenstadtrand und Stadtteilzentren, verkehrsgünstige Standorte im Hinblick auf Straßen- und ÖPNV-Anbindung, z.T. Wiedernutzung von Gewerbebrachen und attraktive Architektur Verkaufsflächen 10.000 bis 100.000 m², Beispiel: PEP München, Goethe Galerie Jena, Rotmain-Center Bayreuth.

⁶¹ Fachkommission „Stadtentwicklungsplanung“ des Deutschen Städtetags: „Arbeitspapier des deutschen Städtetags. Integration von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen. Aktuelle Herausforderungen und Handlungsempfehlungen“, Köln und Berlin, 2004

Lebensmittel-Discountmarkt: Ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit relativ niedriger Artikelanzahl, zunehmend auch frische Ware und Tiefkühlware, ohne Bedienungsabteilung. Verkaufsflächen zw. 300 und 800 m². Preisaggressiv, meist autokundenorientiert, Non-Food-Umsatzanteil unter 20 Prozent, aber steigend durch wechselnde Aktionsangebote.

Non-Food-Discountmarkt: Überwiegend gemischtes Sortiment mit Nichtlebensmitteln, Spezialisierung auf ausgewählte, umsatz- und umschlagstarke Artikel, Verkaufsflächen zw. 400 und 1.000 m², preisaggressiv. z.T. mit Begriffen wie „Schnäppchenmarkt“, „Off-Price-Store“.

Supermarkt: Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch meist mit Bedienungsabteilung, Verkaufsflächen zw. 400 und 1.500 m², ab von 800 m² steigender Anteil an Non-Food-Artikeln.

Warenhaus/Kaufhaus: Verkaufsflächen über 1000 m² (Kaufhaus) 3.000 m² (Warenhaus) zentrale Lage, Warenhaus meist mit Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment an Non-Food-Artikeln (bei Kaufhaus häufig mit Branchenschwerpunkt), Umsatzanteil Non-Food bei Warenhaus i.d.R. über 50 Prozent. Vorauswahlssystem mit Bedienung.

Factory Outlet Center (FOC): grossflächiges Einkaufszentrum aus Direktverkaufsstellen (je bis zu 300 m² Verkaufsfläche) mehrere Hersteller für den Endverbraucher, Preisreduktion gegenüber Einzelhandel 30 bis 60 %. Verkehrsgünstige Lage, großer Kundenparkplatz, häufig in Standortkombination mit Gastronomie und Freizeitangeboten, meist attraktive Architektur, Verkaufsfläche insgesamt von 5.000 bis 30.000 m², Beispiele: Zweibrücken.

Urban Entertainment Center (UEC): Neben den Einkaufseinrichtungen starke Erlebnisorientierung durch Multiplexkinos, Musical-Theater, Erlebnis- und Themen-Gastronomie, Sport- und Fitnesseinrichtungen, Hotels, u.a. Schwerpunkt auf Abendunterhaltung, Textilkaufhäuser und (SB)-Warenhäuser Ankermieter im Einzelhandel. Sortimentsausrichtung häufig freizeitorientierter Handel, themenspezifischer Handel, Souvenirs aber z.T. auch in Kombination mit klassischem Einkaufszentrum, zentrales Centermanagement, verkehrsgünstiger Standort in Hinblick auf Straßen- und ÖPNV-Anbindung, Innenstadtbereich, z.T. Wiedernutzung von Gewerbebrachen und attraktive Architektur, Verkaufsfläche insgesamt von 15.000 bis 70.000 m², in Deutschland nur Beispiele im weiteren Sinn: CentrO Oberhausen, Stern-Erlebniscenter Potsdam.

Einige Konzerne sind inzwischen auf dem deutschen Markt mit ihren verschiedenen Betriebsformen marktbestimmend (Tab. 25). Viele der großen Einzelhandelskonzerne machen ihren Umsatz v.a. mit Lebensmitteln. Der **Konkurrenzkampf** ist gerade in dieser Branche auch aus städtebaulicher Sicht durch den **Drang nach Fläche** relevant. Insbesondere die Discounter wie Aldi, Norma, Lidl und Vollsortimenter (SB Warenhäuser und Supermärkte), die neben den Markenprodukten auch mit eigenen Marken Kunden an sich binden wollen, sind hier im Wettstreit.

Betrachtet man allein die Umsätze im **Lebensmittelbereich**, so sind derzeit drei Konzerne marktbestimmend, die Edeka-Gruppe, die Aldi Gruppe und die Rewe Zentral AG⁶². Die Metro AG hingegen macht über die Hälfte ihrer Umsätze mit den Elektrofachmärkten und den großen Verbrauchermärkten. In der zweiten Reihe folgen die Schwarz-Gruppe, die Tengelmann Gruppe und die Spar Handels AG. Hier ist es derzeit v.a. die **Discountstrategie** der Schwarz-Gruppe, die Marktanteile gewinnt. Aldi eröffnet nur dann eine neue Filiale, wenn sie extrem strenge Rentabilitätskriterien erfüllt und optimal zum logistischen Aktionsradius eines bestehenden Distributionszentrums passt⁶³. Lidl dagegen neigt eher

⁶² Top 10 Food / Deutschland 2003: <http://www.lz-net.de/companies/rankings/pages/show.pr?id=28>

⁶³ Dawson, M.(2001): „Handel in Europa. Die Gewinner. Discounter: Genug Platz für zwei? Urteile und Vorurteile und die Erfolge von Aldi und Lidl“. IN: Lebensmittelzeitung (LZ/Net). Special Reports <http://www.lz-net.de/specials/pages/show.pr?id=181&backid=172>

dazu, sich bietende Standort-Gelegenheiten schnell zu ergreifen und verdichtet das ausgeweitete Vertriebsnetz zu einem späteren Zeitpunkt.

Tab. 25 Die umsatzstärksten Unternehmen im Handel in Deutschland 2003

Rang	Firma/Ort	Umsatz 2003 Mio. EUR	Anteil Food in %
1	Metro Gruppe, Düsseldorf (Real, Metro C+C, Kaufhof, Extra u.a.)	32.232	44,4
2	Rewe-Gruppe, Köln	30.373	69,7
3	Edeka/AVA-Gruppe, Hamburg	29.090	83,9
4	Aldi-Gruppe Essen/Mülheim ¹	24.000*	80,0
5	Schwarz-Gruppe, Neckarsulm ¹ (Lidl, Kaufland)	21.500*	80,2
6	Karstadt Quelle, Essen ²	15.500*	5,8
7	Tengelmann-Gruppe, Mülheim ³ (Plus, Kaiser's)	13.108	60,1
8	Spar-AG, Schenefeld	9.000*	93,0
9	Lekkerland-Tobaccoland, Frechen	8.230	80,0
10	Schlecker, Ehingen	5.600	95,0
11	Globus, St. Wendel	3.506	55,0
12	Dohle-Gruppe, Siegburg ⁴ (Hit, Handelshof, u.a.)	2.828	84,0
13	Wal-Mart (D), Wuppertal	2.820*	50,0
14	Norma, Nürnberg	2.500*	86,0
15	Bartels-Langness, Kiel	2.120*	81,7
16	dm-Drogeriemarkt, Karlsruhe	2.046	90,0
17	Müller, Ulm	1.580	41,0
18	Coop Schleswig-Holstein, Kiel	1.385	83,4
19	Rossmann, Burgwedel	1.223	80,0
20	Bünting, Leer	1.200	75,0
21	Woolworth, Frankfurt	1.055	22,0
22	Tegut, Fulda	972	80,0
23	Ratio, Münster	929	60,0
24	Ihr Platz, Osnabrück	926	70,0
25	K + K Klaas+Kock, Gronau	835*	88,0
26	Distributa, Saarlouis	673	39,0
27	Kaes, Mauerstetten	513	60,0
28	Feneberg, Kempten	310	90,0
29	Kloppenburg, Kiel	291	40,0
30	Frey & Kissel, Landau	261	83,0

*) geschätzt TradeDimensions M+M EUROdata und Lebensmittel Zeitung

¹) Die Umsätze für 2002 der Aldi- und der Schwarz-Gruppe wurden rückwirkend - entsprechend der bekannt gewordenen Umsätze - korrigiert: Aldi von 25.000 Mio. EUR auf 23.000 Mio. EUR, Schwarz von 17.150 Mio. EUR auf 19.000 Mio. EUR

²) Karstadt Quelle: Das Unternehmen veröffentlicht nur Netto-Umsätze, diese wurden auf Brutto hochgerechnet.

³) Die Umsätze für Tengelmann sind Hochrechnungen des Unternehmens für 12 Monate auf Basis der Umsätze von Mai 2003 bis Januar 2004, da 2003 das Geschäftsjahr auf den Turnus Mai bis April (zuvor Juli bis Juni) umgestellt wurde; der oben gezeigte Umsatz bezieht sich also auf das Geschäftsjahr Mai 2003 bis April 2004.

⁴) Der Umsatz der Dohle-Gruppe beinhaltet noch die C+C-Unternehmen Handelshof und Kanne, die sich 2004 der Edeka angeschlossen haben.

Quelle: <http://www.lz-net.de/companies/rankings>



Außerhalb des Lebensmittelhandels heißt die **Marktstrategie neben Flächenwachstum v.a. Erlebniseinkauf**. Mit Einrichtungen wie Urban Entertainment Center, Einkaufszentren oder kleineren Standortkombinationen von Einzelhandel mit Dienstleistungen und Freizeitangeboten werden gegenseitig Kunden geworben. Der Grund für das Setzen auf Erlebnis und großflächig kombinierte Einrichtungen mit Handel und Dienstleistungs- bzw. Freizeitangeboten ist neben dem Argument des Frequenzbringers für den Handel häufig auch im „place-making“⁶⁴ durch die Freizeiteinrichtung zu suchen. Die Erlebnisorientierung ist v.a. in Großstädten bei **geschickter Standortplanung** auch eine geeignete Maßnahme zur Belebung der Innenstädte. Offene und architektonisch angepasste Bauten lassen sich in die bestehende Einzelhandelsstruktur leichter integrieren⁶⁵.

Kombinierte Einrichtungen von Einkaufen mit Dienstleistungen und Freizeit-Angeboten in kleinerem Maßstab sind als gutes Instrument auch auf kleinere Städte übertragbar. Für eine Belebung der Innenstadt und eine Verbesserung des Image als Einkaufstadt gilt es jedoch darauf zu achten, dass auch ortsspezifische Aspekte in die Konzeption einfließen.

2.1.2 Beschreibung der „großflächigen“ Einzelhandelseinrichtungen in Kemnath

Wie in Kap. V. 2.2. (s. v.a. Karte 9) ersichtlich, sind in Kemnath die Einzelhandelseinrichtungen mit größerer Verkaufsfläche v.a. im Gewerbegebiet West und da entlang der Bayreuther Straße ansässig. Nachfolgend werden die einzelnen Betriebe nun aus städtebaulicher und betrieblicher Hinsicht anhand der Integration in das Stadtbild und die Sortimentszusammensetzung auf ihre Übereinstimmung mit den Leitvorstellungen des SEEK beleuchtet.

BAYREUTHER STRASSE STADTEINWÄRTS RECHTER HAND:

Mit insgesamt ca. 1800 m² Verkaufsfläche ist das **KEM Einkaufszentrum** neben den Baumärkten die größte Einkaufseinrichtung im Kemnath. Der Rewe Verbrauchermarkt und der Schlecker Drogeriemarkt sind von **den Angeboten und der Sortimentszusammensetzung** der aktuellen Struktur entsprechend für Standorte dieser Größe. Die Präsentation ist branchenüblich, jedoch werden in anderen Rewe-Märkten z.T. bereits neuere Regalsysteme eingesetzt. Die Kombination von **Einzelhandel und Gastronomie** liegt zwar von der Idee her im Trend, jedoch ist die Umsetzung durch die Platzierung der Einrichtung Orlando (Spielothek, Bistro, Café, von 9:00 bis 2:00 Uhr geöffnet) im rückwärtigen, wenig einladenden Bereich nicht ideal.

⁶⁴ Fachkommission „Stadtentwicklungsplanung“ des Deutschen Städtetags (2004): „Arbeitspapier des deutschen Städtetags. Integration von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen. Aktuelle Herausforderungen und Handlungsempfehlungen“. Köln und Berlin

⁶⁵ Ministerium für Arbeit, Soziales und Stadtentwicklung, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) (1999): „Innerstädtische Einkaufszentren. Anforderungen und Integration.“ Düsseldorf. S. 14 ff und S.43

Das KEM Einkaufszentrum ist **architektonisch und städtebaulich** durch die Muldenlage und den Betonbau insbesondere am Stadteingang aus Gutachtersicht für die weitere Entwicklung nicht als ideal zu bezeichnen.

Für die darin ansässigen Händler (Rewe, Stadtbäckerei Schaller, Schlecker, Schnäppchenmarkt dies & das, Spielothek und Bistro Orlando) erscheint **die Lage zwischen B 22 und Bayreuther Straße** gut, jedoch sind die Werbeeinrichtungen für Reisende auf der B 22 aus beiden Richtungen erst hinter der jeweiligen Abfahrt einsehbar. Es ist ausreichend Parkraum vorhanden und das Abbiegen von der Stadt kommend wird durch eine Abbiegespur erleichtert.

Abb. 87 KEM Einkaufszentrum



Quelle: Foto S. Ruppel und B. Kadner

Der **Discounter Netto** mit einer Verkaufsfläche von etwa 950 m² entspricht vom Warenangebot dem Standard dieser Betriebsform. Das Angebot an „Frischwaren“ besteht aus einem kleinen Gemüse- und Obstangebot, abgerundet mit einigen Schnittblumen und Pflanzen. Darüber hinaus gibt es eine ca. 6 Meter lange Fleisch- und Wursttheke, abgerundet mit abgepackten frischen Backwaren. Die Auswahl an Tiefkühlkost und Getränken ist betriebsformtypisch.

Abb. 88 Netto



Quelle: Foto B. Kadner

Auch die Architektur und die Integration in das Stadtbild ist betriebsformtypisch und somit gerade im Stadteingang nicht ideal. Da auch die Zu- und Abfahrt besser gestaltet werden sollte, sind hier insgesamt städtebauliche Verbesserungen langfristig angeraten.

BAYREUTHER STRASSE STADTEINWÄRTS LINKER HAND:

Direkt gegenüber der B 22 Ausfahrt Kemnath West (von Osten kommend) ist der **Hagebaumarkt** angesiedelt. Die Architektur und die **Integration in das Stadtbild** am Stadteingang sind durch die etwas zurückgesetzte Lage weniger kritisch zu bewerten. Jedoch könnte durch weitere Parkplatzgestaltung, Grünplanung und auch durch ansprechendere Platzierung von Ausstellungsstücken sowie dem Imbiss eine bessere Gliederung der Freifläche erreicht werden.

Abb. 89 Hagebaumarkt



Quelle: Foto B. Kadner

Das **Sortiment** (Baummarktartikel, Gartenartikel, Randsortiment) und die Größe (3.800 m² Verkaufsfläche insg. mit Außenanlage) entspricht anderen Centern in vergleichbaren Städten (wie z.B. dem Mittelzentrum Münchberg). Die Marktgebiete von Baumärkten gehen in der Regel wie auch in Kemnath über das Marktgebiet der innerstädtischen Händler hinaus und somit sind solche Händler auch als Kundenmagneten für die übrigen Händler in Kemnath wichtig, allerdings nur, wenn bei den **Baumarktkunden** auch ein Interesse für die Innenstadt und andere Angebote der Stadt geweckt wird.

Der benachbarte **Neukauf** Supermarkt ist über die Zufahrt am Parkplatz des Hagebaumarkts vorbei oder durch eine weiter stadteinwärts gelegene Einfahrt zu erreichen. Die Parkplätze sind für den Normalbetrieb ausreichend, jedoch ist die Parkfläche **gestalterisch verbesserungsbedürftig** wie auch der gesamte Gebäudekomplex. Langfristig sollte für den gesamten Stadteingang über eine einheitliche Parkplatzgestaltung und Baulinie bzw. Raumkante nachgedacht werden. Jedoch ist ein Rückbau des Gebäudes kurzfristig sicher nicht zu erreichen, da im **Frühjahr 2004** in den Betriebsräumen eine **neue Einrichtung** eingebaut wurde.

Auf einer Verkaufsfläche von ca. 950 m² werden die betriebsformtypischen Waren nun in **neuen Regal-systemen** angeboten. Eine großzügige Theke mit Obst und Gemüse prägt den Eingangsbereich (ca. 35m²). Fleisch und Wurtwaren sowie die Käsetheke nehmen weite Teile der Rückseite in Anspruch und werden von einer oberpfälzer Metzgerei beliefert.

Abb. 90 Neukauf



Quelle: Foto S. Ruppel

Auch das Sortiment an Tiefkühlprodukten ist umfangreich (2 Reihen Tiefkühlboxen a ca. 10 Meter). Das wöchentlich wechselnde Tchibo-Shop Sortiment hat den üblichen Umfang und der ehemals getrennte Getränkeverkauf ist nun nach den Umstrukturierungen in die Supermarktfäche integriert. Der **Bäckereishop** ist hingegen hinter der Kassenzone direkt im Ein-/Ausgangsbereich.

Deutlich beengt ist die Warenpräsentation im sich anschließenden Discounter **Norma**. Mit einer Verkaufsfläche von unter 400 m² ist es hier nicht möglich, das **Sortiment** in vollem Umfang anzubieten bzw. leidet die **Präsentation** durch die Enge. V.a. im Bereich der Frischeprodukte ist im Vergleich zu neuen Standorten der Firma doch ein reduziertes Angebot festzuhalten (ca. 6 Meter). Auch die Flächen für Sonderaktionen und die Tiefkühlangebote (je ca. 8 Meter) sind beschränkt. „Wetterfeste“ und sperrige Sonderaktionsware (z.B. Blumenerde, Pflanzen) werden im Eingangsbereich präsentiert.

Abb. 91 Beengte Situation in der Norma Kemnath im Vergleich zu einem neuen Normamarkt in Bayreuth



Kemnath



Bayreuth - Altstadt

Quelle: Fotos Beate Kadner

Die Architektur und der Parkraum sind weiterhin aus städtebaulicher Sicht zu bemängeln und die Zahl der Stellplätze auch aus betrieblicher Sicht gering.

RÖNTGENSTRASSE / ROT - KREUZ – STRASSE:

In Nachbarschaft zur Bayreuther Straße sind **weitere großflächige Einzelhandelseinrichtungen von Kemnather Händlern** ansässig. In der Röntgenstraße hat ein ortsansässiger Schreibwarenhändler einen Fachmarkt eröffnet. Auf ca. 600 m² findet man hier eine Auswahl rund um das Büro, ergänzt mit Geschenkartikel/Bastelbedarf und Spielwaren. Alles für die Gestaltung der Wohnräume kann man im benachbarten Teppich- und Tapeten-Fachmarkt Dekoreno auf ca. 700 m² Verkaufsfläche kaufen. Da beide nicht mehr im direkten Stadteingangsbereich liegen, sind gestalterische Maßnahmen hier zwar wünschenswert aber nicht vordringlich.

Abb. 92 Dekoreno, im Hintergrund der Bürofachmarkt



Quelle: Foto Beate Kadner

Darüber hinaus ist als ein weiterer großflächiger Handel der Raiffeisenmarkt mit über 3.000 m² Verkaufsfläche (Innen- und Außenanlage) in der Rot-Kreuz-Straße zu nennen.

„GROSSFLÄCHIGE“ ANBIETER AM STADTPLATZ:

Am Stadtplatz sind zwei Einzelhandelseinrichtungen ansässig, die zur Betriebsform der Fach- bzw. Supermärkte zu zählen sind. Beide Märkte sind wesentlich größer als von Außen zu erwarten ist. Der innerstädtische **Schleckermarkt** hat trotz der schmalen Stirnseite eine Verkaufsfläche von über 300 m² und bietet das Sortiment wie auch am Standort im Gewerbegebiet.

Ebenfalls nur den schmalen Eingangsbereich des „nah & gut“ Supermarkt sieht man vom Stadtplatz aus. Im rückwärtigen Gebäudetrakt weitet sich die Verkaufsräume jedoch auf etwa 440 m², es wird das umfassende Sortiment angeboten. Die Gemüseauswahl wie auch die Auswahl an Tiefkühlprodukten ist zwar weniger umfangreich als im „neukauf“ im Gewerbegebiet, aber für eine wohnstandortnahe Versorgung der Bevölkerung in der Innenstadt sollten möglichst beide Märkte am Standort erhalten werden. Beide passen sich in das Bild des Stadtplatzes ein. Ihre typischen Werbeschilder sind nicht zu „schreiend“.

Abb. 93 Nah und Gut Neukauf



Quelle: Foto S. Rüppel

2.2 Facheinzelhandel – Trends und Situation in Kemnath

Der **Facheinzelhandel**, da diese Geschäfte vorzugsweise an **innerstädtischen Standorten** angesiedelt sind, trägt durch seine Investitionen wesentlich zur Nutzung und Erhaltung der wertvollen innerstädtischen Bausubstanz bei. Er ist darüber hinaus deutlich arbeitsplatzintensiver und wirkt sich damit positiver auf den Arbeitsmarkt aus als großflächige Selbstbedienungsgeschäfte.⁶⁶ Fachgeschäfte sind häufig der Grund für die Wahl eines Einkaufsortes, sie werden bei Befragungen von der Bevölkerung häufig vermisst, sie **prägen** durch unterschiedliche Beratungs- und Serviceleistungen sowie tiefe und exklusive Sortimente das **Image einer Stadt als Einkaufstadt**. Es sind aber nicht die Großstädte, die die meisten Kunden aus dem Umland an sich ziehen, sondern Städte bis 100.000 Einwohner, hier ist knapp die Hälfte der Kundschaft aus dem Umland.

2.2.1 Probleme von Fachgeschäften

Neben dem Baugewerbe ist es v.a. der Einzelhandel, der aktuell häufig in **Finanzierungsengpässen** kommt. Der Zugang zu Krediten hat sich für die Betriebe in den ersten Jahren des neuen Jahrtausends deutlich schwieriger entwickelt. Vor allem die mittelständischen Einzelhandelsbetriebe haben Probleme bei Kreditaufnahmen. Besonders ungünstig ist die Entwicklung der Geschäfte in den Innenstädten, weit über die Hälfte der Einzelhändler in den Innenstädten gehörten im zweiten Halbjahr 2003 zu den Umsatzverlierern.

Innerstädtische Einzelhändler haben im Vergleich zu Unternehmen auf der sog. grünen Wiese einige **Wettbewerbs- bzw. Kostennachteile**⁶⁷. V.a. höhere Bau- und Infrastrukturkosten sind hier zu nennen. Beispielsweise ist das Mietniveau in den Innenstädten deut-

⁶⁶ LBE, Bay .Staatministerium für Wirtschaft, Verkehr und Technologie: Attraktiver Einzelhandel in Bayern – ein wichtiger Partner für lebendige Innenstädte, München 1999, S. 11

⁶⁷ Handelsverband BAG (Hrsg.) (2004) Wettbewerbs-/Kostennachteile der innerstädtische Einzelhandelsbetriebe gegenüber Unternehmen auf der Grünen Wiese (www.handelsverband.de/user/10599/themes/aktuellvergleich.pdf)

lich höher oder die Kosten für Stellplatzablässe. Die häufig kleinteilige Baustruktur behindert die Entwicklung und der Denkmalschutz oder Gestaltungsauflagen ziehen bei Baumaßnahmen in der Regel höhere Kosten nach sich. Ein gewichtiger **Kostenfaktor ist das Personal**. Er macht in allen Branchen mehr als die Hälfte der Kosten aus. Die Verkaufsfläche je Mitarbeiter liegt im Fachhandel bei 34 m², hingegen bei Handelseinrichtungen auf der grünen Wiese bei über 70 m². Nach Berechnungen des Handelsverbandes BAG anhand von Daten des Instituts für Handelsforschung für 2000 liegen die Personalkosten in Prozent vom Umsatz beim Fachhandel bei 18,5 Prozent und bei den verschiedenen Betriebsformen auf der grünen Wiese hingegen unter zehn Prozent.

Im vergangenen Jahr dürfte der deutsche Einzelhandel durch Insolvenz oder stille Betriebsaufgabe rund 35.000 Betriebe verloren haben. 2003 wurden im Einzelhandel knapp 50.000 Stellen gestrichen, mehr als jemals zuvor in einem Jahr⁶⁸. Bei einer Umfrage des HDE im Januar und Februar 2004 stuften 58 Prozent der Einzelhändler die **Geschäftslage** als schlecht ein, nur ein Fünftel als gut, der Rest als unbestimmt. Gut gestimmt waren die Einzelhändler aus den Sparten Bücher und Spielwaren, überwiegend verzagt die Anbieter von Bekleidung, Uhren und Schmuck, Drogerieartikeln, Blumen und Pflanzen oder auch Büroartikeln. Die Probleme des innerstädtischen Fachhandels können gerade für kleinere Gemeinden in Zukunft zum augenfälligen Problem werden, da hier der **Anteil an Verkaufsfläche in der Innenstadt** bzw. an integrierten Standorten noch über dem Durchschnitt liegt (s. Tab. 26) und im Vergleich zu Großstädten der Anteil der Filialisten, die über Mischkalkulation auch weniger rentable Standorte halten können, noch nicht so hoch ist.

Tab. 26 Anteil innerstädtischer Verkaufsflächen nach Stadtgrößen

Gemeindegröße	Verkaufsflächenanteil in Prozent	
	Innenstadt / integrierten Standorten	Grüne Wiese /Peripherie
bis 5.000 Einwohner	53,8	46,2
5.001 – 10.000 Einwohner	51,3	48,7
10.001 – 20.000 Einwohner	51,4	48,6
20.001 – 50.000 Einwohner	41,2	58,8
über 50.000 Einwohner	54,5	45,5
Durchschnitt, gesamt	49,2	50,8

Quelle: CIMA-Stadtmarketing GmbH, Städtevergleich 1996, fortgeschrieben durch den Handelsverband BAG 2001

Auch verschiedene neue Regelungen sind gerade für den kleinen und mittleren (Fach-) Einzelhandel problematisch. Zu nennen sind aktuell z.B. im Lebensmittelhandel das Zwangspfand oder die geplante Ausbildungsplatzabgabe. So ist vielerorts mit weiteren **Betriebsschließungen** zu rechnen. Für das laufende Jahr erwartet deshalb der HDE

⁶⁸ Hauptverband des Deutschen Einzelhandels Pressemitteilung 10. März 2004 Finanzierungssituation im Einzelhandel bleibt angespannt (<http://www.einzelhandel.de>)

rund 30.000 Geschäftsaufgaben gegenüber 15.000 Neugründungen im Handel⁶⁹. Die Zahl der Einzelhandelsunternehmen nimmt seit einigen Jahren im Saldo kontinuierlich ab. Neben Betriebsschließungen sind aber in den Innenstädten größerer Städte nach wie vor **Neuansiedlungen** zu verzeichnen. Der Deutsche Markt ist v.a. auch für ausländische Konzerne interessant. Hennes & Mauritz expandiert immer noch stark, obwohl der Bekleidungsmarkt in Deutschland schrumpft. Im Bekleidungsmarkt zählen zu den Gewinnern v.a. die vertikal organisierten Unternehmen, die monatlich oder gar 14-tägig ein neues Angebot auf den Markt werfen und auf alle Kundenwünsche sofort mit einem preiswerten Angebot reagieren.

Die Überlebenschancen von Fachgeschäften erhöhen sich durch rechtzeitiges Erkennen und Bedienen von Trends. So werden auch einige generelle Trends von Teilen des Einzelhandels geschickt aufgegriffen. Sie bieten sich gerade für den Fachhandel Ansatzpunkte. Zu nennen ist hier v.a. der Megatrend **Wellness**. Die Ausgaben für Genuss und Wohlfühlen steigen. Das Marktvolumen liegt derzeit bei 65 Mrd. €, es verteilt sich auf eine größere Zahl von Branchen, vor allem auf den Tourismus, auf Hotels, spezielle Freizeiteinrichtungen aber auch auf den Einzelhandel⁷⁰. Derzeit profitiert letzterer nur in Sortimentsteilbereichen wie z.B. kosmetischen Erzeugnissen und Drogeriewaren. Aber auch andere Branchen können sich hier mit einbringen, wie der Sanitärhandel, die Baumärkte, der Handel mit Sportgeräten und Food-Spezialisten.

Ein weiterer Ansatzpunkt, der aktuell v.a. von Tankstellen, Kiosken und Tiefkühlkostlieferanten genutzt wird, ist **Convenience**, also der bequeme Einkauf als Ausdruck der Service-Idee. Ein Teil des Handels beginnt, Pakete aus Ware, Service und Dienstleistungen zu schnüren. Aus dem Händler wird der Problemlöser, der Einkaufsagent für den Verbraucher. Service ist ein wichtiger Aspekt bei der **Kundenbindung**. Jedoch sind für mehr Service und Kundenbindung auch ein höheres Maß an Individualisierung und Personalisierung Voraussetzung. Sowohl Filialisten als auch viele selbständige Einzelhändler sehen diese Schritte noch zu wenig als Chance. Am weitesten vorangekommen sind auf diesem Gebiet die vergleichsweise kleinen, selbständig geführten Betriebe mit sehr hochwertiger Ware. Gerade diese setzen auch auf stärker **emotionalisierende Konzepte**, denen auch gute Chancen im Hinblick auf die anhaltende Erlebnisorientierung gegeben wird.

Nie war der Verbraucher so wechselbereit im Hinblick auf Einkaufsstätten und Marken wie derzeit. Deshalb muss die **Pflege der Stammkundschaft** absolute Priorität haben. Zwar zieht das Argument Preis viele Kunden an, aber extreme Rabatte sind langfristig nicht erfolgversprechend, denn sie schwächen u.a. das Vertrauen der Kundschaft und kleine Fachhändler können dabei mit Ketten nicht mithalten. Deshalb sollte der Fachhandel den Preis nicht in den Vordergrund stellen. Mittelständische Betriebe müssen gemeinsam nach Gegenstrategien zur Absatzsteigerung über den Preis hinaus suchen, denn sonst wird die Verödung der Innenstädte und die Dominanz von Filialisten weiter zunehmen.

⁶⁹ Hauptverband des Deutschen Einzelhandels Frühjahrs-Pressekonferenz 8. März 2004 „Der Einzelhandel in der Krise !?“ (<http://www.einzelhandel.de>)

⁷⁰ Hauptverband des Deutschen Einzelhandels Frühjahrs-Pressekonferenz 8. März 2004 „Der Einzelhandel in der Krise !?“ (<http://www.einzelhandel.de>)



2.2.1 Fachgeschäfte in Kemnath

Da es **nicht** Aufgabe des Gutachtens war, für einzelne Unternehmen Strategien zu entwickeln und **Unternehmensberatung** zu betreiben, werden nachfolgend nicht einzelne Geschäfte angesprochen, sondern nur allgemein die zu erwartenden Entwicklungen in der Einzelhandelslandschaft der Stadt beleuchtet.

Wie bereits in Kap V. 3. bei der Vorstellung der Befragungsergebnisse dargestellt ist auch in Kemnath in den nächsten Jahren mit einer Reihe von Betriebsaufgaben aus Altersgründen zu rechnen (mögliche Betriebsaufgaben wegen fehlenden Betriebsnachfolger über 60 Prozent, Tab. 15). Auch die Frage nach geplanten Maßnahmen (s. Abb. 58) sowie einige Schaufenstergestaltungen zeigen **eine gewisse Resignation**. Über die Hälfte der Befragten gibt an, dass keine Veränderungen für die nähere Zukunft geplant sind.

Jedoch liegt in Kemnath nicht zuletzt durch engagierte Händler, den KEM Verband und die aktiven Arbeitskreise ein gutes **Potenzial für die Zukunft** vor.

Dies wurde u.a. eben wieder bei der 6. Kemnather Gewerbeschau deutlich. Über 90 Aussteller aus Handel, Handwerk, Industrie und Dienstleistung aus dem Kemnather Land und auch darüber hinaus stellten auf 2.400 Quadratmetern an vier Tagen ihre Leistungen vielen interessierten Besuchern vor.

Gerade **gemeinsame Aktionen** von Händlern und Stadt, insbesondere auch mit Händlern aus dem gesamten Kemnather Land sind gute Strategien für die Zukunft. V.a. Zusammenarbeit über Branchen hinweg, zwischen Handel und Gastronomie und Aktionen, die **Erlebnisse** darstellen, sind zur Kundenbindung wichtig.

Abb. 94 6. Kemnather Gewerbeausstellung



Quelle: www.Kemnath.de

Die schön sanierte Innenstadt lebt von den Funktionen in ihr. Händler, Dienstleister und Bewohner müssen gemeinsam mit der Stadtverwaltung Maßnahmen zum Erhalt des **Kleinstadtlairs** ergreifen. Schaufensterwettbewerbe von der Händlergemeinschaft sind hier genauso als Maßnahme denkbar wie Gespräche der Stadtverwaltung mit Immobilienbesitzern über Mietgestaltung oder auch Schaffung von Wohnraum im Stadtkern. V.a. die **an den Stadtplatz angrenzenden Bereiche** gilt es zu stärken.

Abb. 95 Verbesserungsbedarf im Umfeld des Stadtplatzes



Quelle: Fotos B. Kadner

Einige Leerstände sind normal, jedoch sind sie möglichst zügig einer neuen Nutzung - auch wenn es nur eine Zwischennutzung (z.B. Ausstellung) ist - zuzuführen, um einen negativen Ausstrahlungseffekt zu vermeiden.

2.3 Landesplanerisch zulässige Flächen und Bedarfe im Einzelhandel

Wie in Kap. V. 7. und 8. ausführlich dargelegt, ist die Einzelhandelsstruktur in Kemnath nach der **gutachterlichen Abschätzung einerseits und nach den landesplanerischen Vorgaben andererseits** noch in bestimmten Sortimenten verbesserungswürdig bzw. sind in großflächigen Einrichtungen nur noch bestimmte Verkaufsflächen realisierbar. Auf die genauen Zahlen im einzelnen soll hier nicht eingegangen werden. Vielmehr sollen hier generell die für das SEEK denkbaren Entwicklungsmöglichkeiten angesichts der Wünsche der Bevölkerung und der gesetzten Leitlinien aufgezeigt werden.

Für konkrete Investorenanfragen sind die **landesplanerisch** zulässigen **Verkaufsflächen** eine Richtschnur, inwieweit ein Bauvorhaben denkbar ist. Sie sind jedoch nur relevant, wenn es sich bei der Anfrage um ein großflächiges Projekt handelt (Flächen über der Vermutungsregel s. Kap. VIII 1.2), unabhängig davon, ob es sich um einen Neuansiedlung oder die Erweiterung eines bereits ansässigen Händlers geht und ebenfalls unabhängig vom Standort. Kleinere Ansiedlungen, sofern sie nicht in Standortkombinationen geplant sind, sind davon nicht betroffen. Die Frage des **Standortes** ist bei der Ansiedlung eines großflächigen Betriebes bei landesplanerisch zulässiger Fläche dann aber zusätzlich aus städtebaulicher bzw. aus Sicht der **Städtebauförderung** genauer zu beleuchten. Hierfür werden nachfolgend verschiedene Flächen in der Stadt Kemnath genauer beleuchtet und eine aktuelle Innenstadtabgrenzung vorgenommen. Insgesamt gilt es noch festzuhalten, dass die Ansiedlung eines entsprechenden Anbieters die zulässigen Flächen (aus landesplanerischer Sicht) nicht reduziert, nach Abschluss einer Ansiedlung sind die Flächen weiterhin in der selben Höhe zulässig, jedoch ist der Bedarf (gemessen an der Kaufkraft im Marktgebiet) dann neu zu bedenken. Aus wettbewerbsrechtlicher Hinsicht müssen jedoch die Investoren gleichbehandelt werden. Auch wenn Investoren im Konkurrenzkampf den gesunkenen Bedarf nicht als Standortnachteil einbeziehen, sollte die Stadt jedoch langfristige Folgen wie leerstehende Gewerbeimmobilien nicht außer Acht lassen. Die Stadt sollte angesichts der engen Vorgaben des Einzugsbereiches für die einzelnen Sortimentsbereiche deshalb keine vorschnellen Ansiedlungen vornehmen.

Insbesondere beim **zentrenrelevanten, kurzfristigen Bedarf** (Lebensmittel Drogerie/ Körperpflege) besteht angesichts der gebundenen Kaufkraft eigentlich kein Bedarf an weiteren Ansiedlungen, bei der Befragung der Bürger wurde aber der **Wunsch nach einem weiteren Discounter**, explizit einer ALDI-Filiale betont. Die landesplanerisch zulässigen Verkaufsflächen hier sind für die großflächigen Vertriebsformen v.a. im Lebensmitteleinzelhandel jedoch relativ beschränkt (vgl. Kap. V.8.2 Tab. 20). Daher ist zu empfehlen, vorerst keine weitere Ansiedlung in diesem Bereich zu forcieren. Jedoch erscheint es angebracht, mit dem Discounter ALDI in Verhandlungen zu treten, inwieweit er an einer Ansiedlung in Kemnath interessiert ist. **Bei einem integrierten Standort** sollte angesichts der Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung hier eine Ansiedlung landesplanerisch und auch aus städtebaulicher Sicht **vertretbar** sein, selbst wenn die errechnete zulässige Fläche (718 m²) leicht überschritten wird. Wenn Vertreter von ALDI SÜD eine Ansiedlung für nicht interessant halten, sind auch andere Anbieter im Lebensmittelsektor für einen integrierten Standort, der eine wohnstandortnahe Versorgung gewährleistet, denkbar.

Die äußerst restriktiven offiziellen Annahmen zum Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels beschränken in Kemnath v.a. Ansiedlungen bei **zentrenrelevanten Gütern des sonstigen Bedarfs** (vgl. Kap. V. 8.2, Tab. 21). Auch eine neue Abgrenzung des Verflechtungsbereiches, z.B. auf das vom Gutachter festgesteckte Marktgebiet, setzt noch einen sehr engen Rahmen. Dennoch sollte eine entsprechende **Neuberechnung des Verflechtungsbereiches** bei der Regierung der Oberpfalz angesprochen werden, denn die spezifische Situation der Stadt Kemnath mit hohen Arbeitseinpenderzahlen, der Lage an einer künftig noch wichtigeren Verkehrsverbindung und v.a. auch dem Leitgedanken der Stärkung der **Mittelpunktfunktionen der Stadt Kemnath** für das Umland zwischen den größeren Zentren Bayreuth, Marktredwitz/Wunsiedel und Weiden (s. Kap. VII 4.1) ist für den Verflechtungsbereich stärker einzubeziehen. Auch der festgestellte Bedarf (Kap. V. 7.) und die Aussagen zu fehlenden Geschäften bei der Bevölkerungsbefragung zeigen auf, dass in diesem Sortimentbereich Ansiedlungen erfolgen sollten. Jedoch sind hier **v.a. auch kleinflächige Ansiedlungen**, die von den Berechnungen nicht betroffen sind, wünschenswert. Potenziale werden v.a. in hochwertigen Sortimentsbereichen wie Foto/Optik, Uhren/Schmuck Textil/Schuhe/Lederwaren, Sport/Freizeit und Spielwaren gesehen. Jedoch werden angesichts der aktuellen Wirtschaftslage bei Fachgeschäften (s. obige Ausführungen Kap. VIII. 2.2) Ansiedlungen nicht ohne aktive Bemühungen aller an einer attraktiven Innenstadt interessierten Akteure erfolgen. Unterstützung von Seiten der Immobilienbesitzer, der Händlergemeinschaft, der Bürgerschaft und Vertretern der Stadt sind hier nötig, materiell (s. Mietpreise) aber v.a. ideell (s. nachfolgende Empfehlungen für eine attraktive Innenstadt).

Auf **nicht-zentrenrelevante Güter** soll hier nicht mehr eingegangen werden, da für den Fall eines Ansiedlungsvorhabens hier die jeweiligen, spezifischen Einzugsbereiche, die die Projektentwickler sehen, zu Grunde gelegt werden. Ferner sind hierzu kurz- und mittelfristig wohl Anfragen eher nicht zu erwarten.

3. Städtebauliche Aspekte für die Einzelhandelsentwicklung in Kemnath

3.1 Innenstadtabgrenzung in Kemnath

Im Rahmen von Stadtentwicklungskonzepten ist auch eine Abgrenzung der Innenstadt vorzunehmen. Gerade in Kleinstädten im ländlichen Raum mit **historischer Bausubstanz**, die häufig zur Beseitigung von städtebaulichen Missständen und zum Ingangsetzen von Stadterneuerungsprozessen auf Städtebaufördermittel angewiesen sind, stehen sich die Enge der historischen Stadt und die **Anforderungen an moderne Handelseinrichtungen** oft diametral gegenüber.

Anders als in Großstädten gibt es im Innenbereich bzw. in den Altstädten wenig Raum für größere Einzelhandelseinrichtungen, ohne die sich aber **insbesondere kleinere Städte in der Nähe von Oberzentren** mit großen Einkaufszentren ihre Konkurrenzfähigkeit gegenüber diesen nicht erhalten können.



Aufgabe des SEEK ist es, u. a. die Frage zu beantworten, was in Kemnath unter **Innenstadt und „innenstadtverträglich“** im Sinne der Vorgaben der Bayerischen Staatsregierung zu verstehen ist und welche Flächen innerhalb dieser Abgrenzung sich als Einzelhandelsstandorte eignen.

Aus der Begründung zum Ziel B II 1.2.1.5 im Entwurf der Gesamtfortschreibung des LEP vom 24. Juli 2001 ließen sich sowohl **Kriterien zur Charakterisierung eines sog. städtebaulich integrierten Standortes** für ein Einzelhandelsprojekt zur Gewährleistung der Verbrauchernähe finden, als auch zur **Abgrenzung des Standortes Innenstadt**.

In der am 1. April 2003 in Kraft getretenen Gesamtfortschreibung des LEP werden diese Kriterien zwar nicht mehr so explizit herausgestellt, jedoch bleibt die **städtebaulich integrierte Lage als zentrale Forderung** bestehen, so dass aus Gutachtersicht die aus dem Entwurf entnommene LEP-Ziel-Begründung nach wie vor bei Entscheidungen der Ministerien als relevant erachtet werden. Ein städtebaulich integrierter Standort zeichnet sich demnach z.B. durch einen Siedlungszusammenhang mit wesentlichen Wohnanteilen, als Bestandteil eines planerischen Gesamtkonzeptes, durch ÖPNV-Anbindung und anteiligen fußläufigen Einzugsbereich aus.

Die **Innenstadt, als zentraler Versorgungsstandort**, der maßgeblich zur Funktionsfähigkeit des gesamten zentralen Ortes beiträgt, wird in der LEP-Ziel-Begründung folgendermaßen abgegrenzt:

"Innenstadtlagen sind dabei baulich verdichtete und gut erschlossene zentrale städtische Bereiche, die geprägt sind von einer Vielfalt von Nutzungen, insbesondere Einzelhandel, Wohnen und Gastronomie sowie Einrichtungen der Wirtschaft, Verwaltung und Kultur. Es handelt sich dabei regelmäßig um Mischgebiete oder Kerngebiete nach §6 und §7 der Bau-nutzungsverordnung (BauNVO). Zu Innenstadtlagen zählen historische Altstädte ebenso wie Stadtteilzentren. Weitere wesentliche Kennzeichen von Innenstadtlagen sind eine qualifizier-te Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) und ein anteiliger fußläufiger Einzugsbereich."⁷¹

Daraus lassen sich folgende Abgrenzungsmerkmale für Innenstädte ableiten:

FUNKTIONALE UND RECHTLICHE KRITERIEN

- Hoher und zusammenhängender Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz
- Nutzungsvielfalt (v.a. Einzelhandel, Wohnen, Gastronomie, Verwaltung und Kultur)
- historisch gewachsene Versorgungsstrukturen
- Kerngebiet oder baulich verdichtetes Mischgebiet nach §7 und §6 BauNVO

ERREICHBARKEITSKRITERIEN

- Qualifizierte Anbindung an den ÖPNV
- anteiliger fußläufiger Einzugsbereich

⁷¹ BayStMLU (2001): Begründung zum Fachziel Einzelhandelsgroßprojekte/FOC, in: LEP Bayern – Teil-fortschreibung zum Fachziel Einzelhandelsgroßprojekte/FOC – Entwurf 29. Mai 2001/24. Juli 2001, S. 9

BAULICHE UND NATÜRLICHE GRENZEN

- Topographische Barrieren (z.B. Flüsse, Hügel)
- historische bauliche Begrenzung (z.B. Stadtmauern, Tore)
- Verkehrsstrassen (z.B. Ringstraßen, Bahnlinien)

Auf Kemnath bezogen wird die Innenstadtabgrenzung unter Berücksichtigung der o. a. Kriterien wesentlich auf

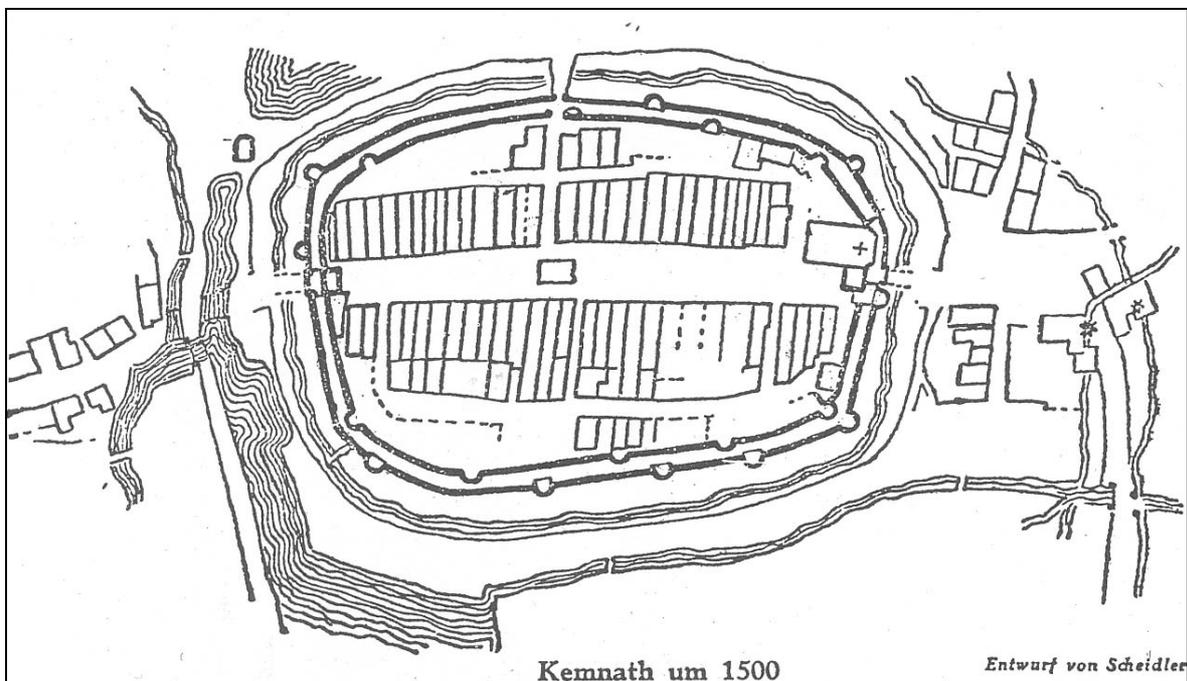
- die städtebaulich und stadtgeschichtliche Entwicklung / Nutzungsvielfalt
- bauliche Grenzen

abzustellen sein.

STÄDTEBAULICHE UND STADTGESCHICHTLICHE ENTWICKLUNG / NUTZUNGSVIELFALT

Wichtigstes Element der städtebaulichen und stadtgeschichtlichen Entwicklung Kemnaths bildet die Altstadt mit ihren beiden Vorstädten, dem Cammerloherplatz im Osten und dem Primianusplatz im Westen. Diese Bereiche sind von alters her der **Kern städtischen Lebens**, sie haben sich bis heute ihre zentrale Bedeutung durch die hier vorhandenen Einzelhandelsbetriebe, Dienstleistungs- und Verwaltungseinrichtungen erhalten und sollen diese Aufgabe entsprechend der Leitbilder und Ziele für das SEEK auch zukünftig übernehmen.

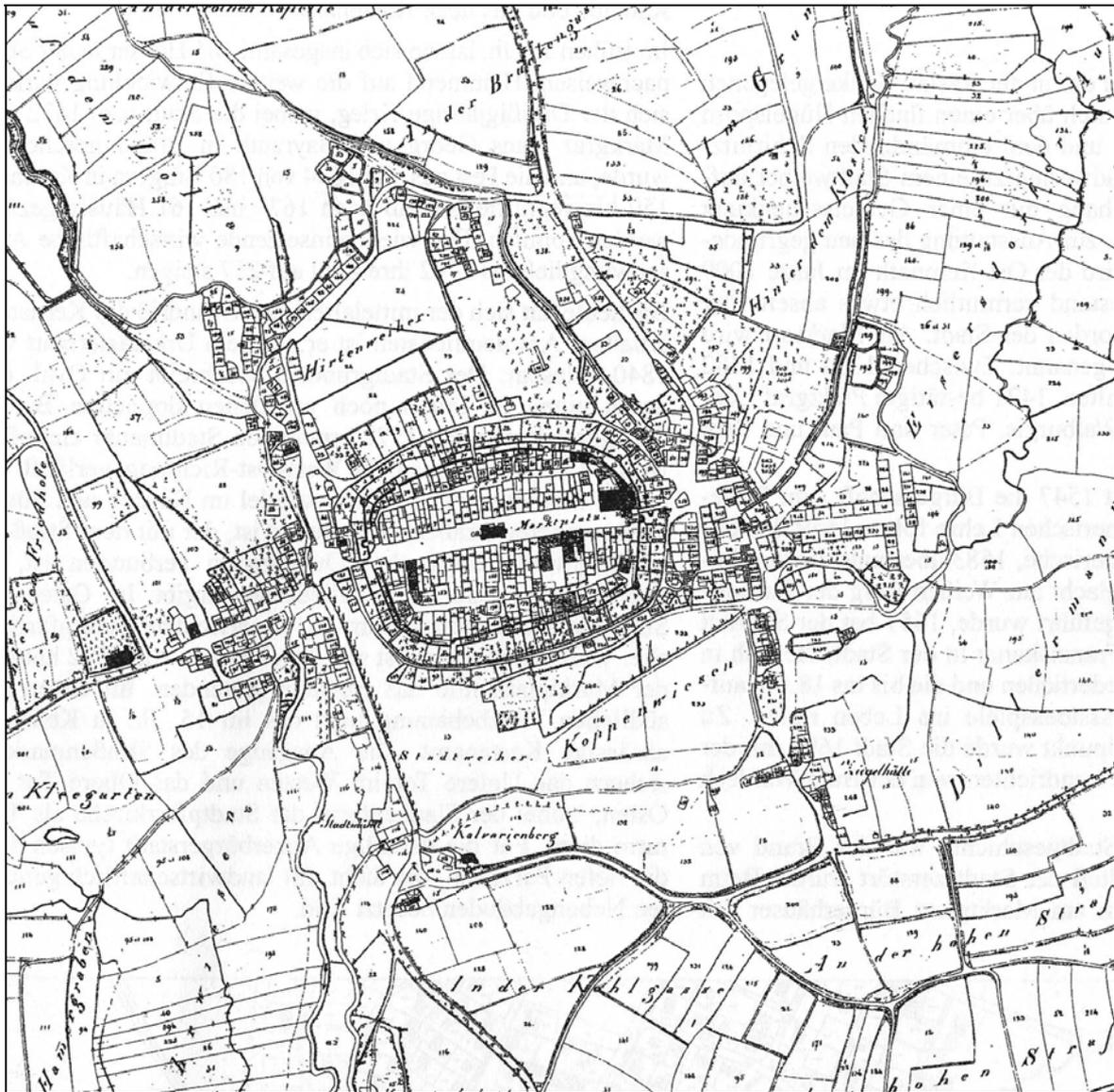
Abb. 96 Lageplan Historische Altstadt



Quelle: Stadt Kemnath (Hrsg.) (1981): Aus der Geschichte Stadt Kemnath, Heimatbuch, erstellt von Anton Reger, S. 36

Insbesondere der Stadtplatz, der Cammerloherplatz mit den Anschlüssen der Wunsiedler Straße und der Erbdorfer Straße und der Primianusplatz sind gekennzeichnet durch **zusammenhängenden Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz**. Die hier vorhandene historisch gewachsene Versorgungsstruktur ist geprägt durch die Nutzungsvielfalt aus den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie, Verwaltung und Kultur. Altstadt, westliche und östliche Vorstadt sind damit per Definition zwangsläufig der Innenstadt zuzuordnen.

Abb. 97 Lageplan Altstadt mit Vorstädten, evtl. Urkataster



Quelle: Knipping, D./Raßhofer, G./ Petzet M. (2000): Denkmäler in Bayern, Band III.45, Landkreis Tirschenreuth, München, S. 90

Der Gebietscharakter entspricht dabei dem eines **Mischgebietes nach §6 BauNVO**, wobei das Mischgebiet auch wesentliche Wohnanteile aufweist. Die nördlich und südlich an die Altstadt angrenzenden Grünbereiche bilden dabei wichtige Ausgleichsflächen für die Wohnnutzung in den dicht bebauten Altstadtquartieren und für das Wohnumfeld. Sie ge-

währleisten damit auch zukünftig die Wohnfunktion in der Altstadt als Bestandteil der altstadttypischen Mischnutzung.

Da die o. a. Grünbereiche außerdem nach den Leitbildern und Zielen des SEEK wichtige Funktionen für **Freizeit und Naherholung** (Stadtweiher/Seeleite) und für die verkehrliche **Erreichbarkeit der Innenstadt** (Entlastungsparkplätze) bilden, sind auch diese Grünbereiche der Innenstadt zuzuordnen.

BAULICHE GRENZE

Der Verlauf der früheren **Stadtmauer/Zwingermauer** stellt zunächst die wichtigste städtebaulich/stadtgeschichtliche Begrenzung innerhalb der Innenstadt dar. Eine Begrenzung der Innenstadt nur auf die Altstadt wäre aber aus den o. a. Gründen nicht sachgerecht.

Vielmehr bildet der **Straßenring** bestehend aus Schulstraße im Westen/Norden, Wunsiedler Straße/Erbendorfer Straße im Osten, Werner-von-Siemens-Straße im Süden und Amberger Straße im Südosten eine plausible und schlüssige Abgrenzung der Innenstadt. Sie beinhaltet nicht nur die Altstadt selbst, sondern auch die weiteren Funktionsschwerpunkte wie z.B. Krankenhaus im Süden und Kindergarten im Nordwesten und damit die wesentlichen Nutzungs- und Versorgungsschwerpunkte der Stadt.

Zwar liegen **innerhalb dieses Straßenrings** auch zwei Bereiche, nämlich das Quartier um Burgweg und Feyhöhe im Südosten und die Bebauung südlich der Schulstraße (zwischen Goldbergstraße und Wunsiedler Straße), die definitionsgemäß nicht zur Innenstadt zählen; im Sinne einer einheitlichen „Sprachregelung“ werden sie jedoch – da sie flächenmäßig nicht ins Gewicht fallen, zur Innenstadt gezählt.

Dagegen liegen drei, für die zukünftige Stadtentwicklung wichtige Bereiche **außerhalb der Innenstadtumfahrung**, nämlich

- das Scheunenviertel am Langen Steg einschließlich Klosterbrauerei
- das Brauereigelände westlich der Amberger Straße (Brauhaus Kemnath)
- die Bebauung südlich und nördlich der Bayreuther Straße

Sowohl Scheunenviertel als auch Brauereigelände (Brauhaus Kemnath) bilden wesentliche Potenziale für die städtebauliche Entwicklung Kemnaths (vgl. Kap. VII 4.3.3).

Wegen ihrer **Lage zur Altstadt** und ihrer **Erreichbarkeit** sowie der zukünftig im Rahmen der Stadtentwicklung noch weiter zu verbessernden Anbindung an den Stadtkern sind diese beiden Bereiche als städtebaulich integriert einzuordnen.

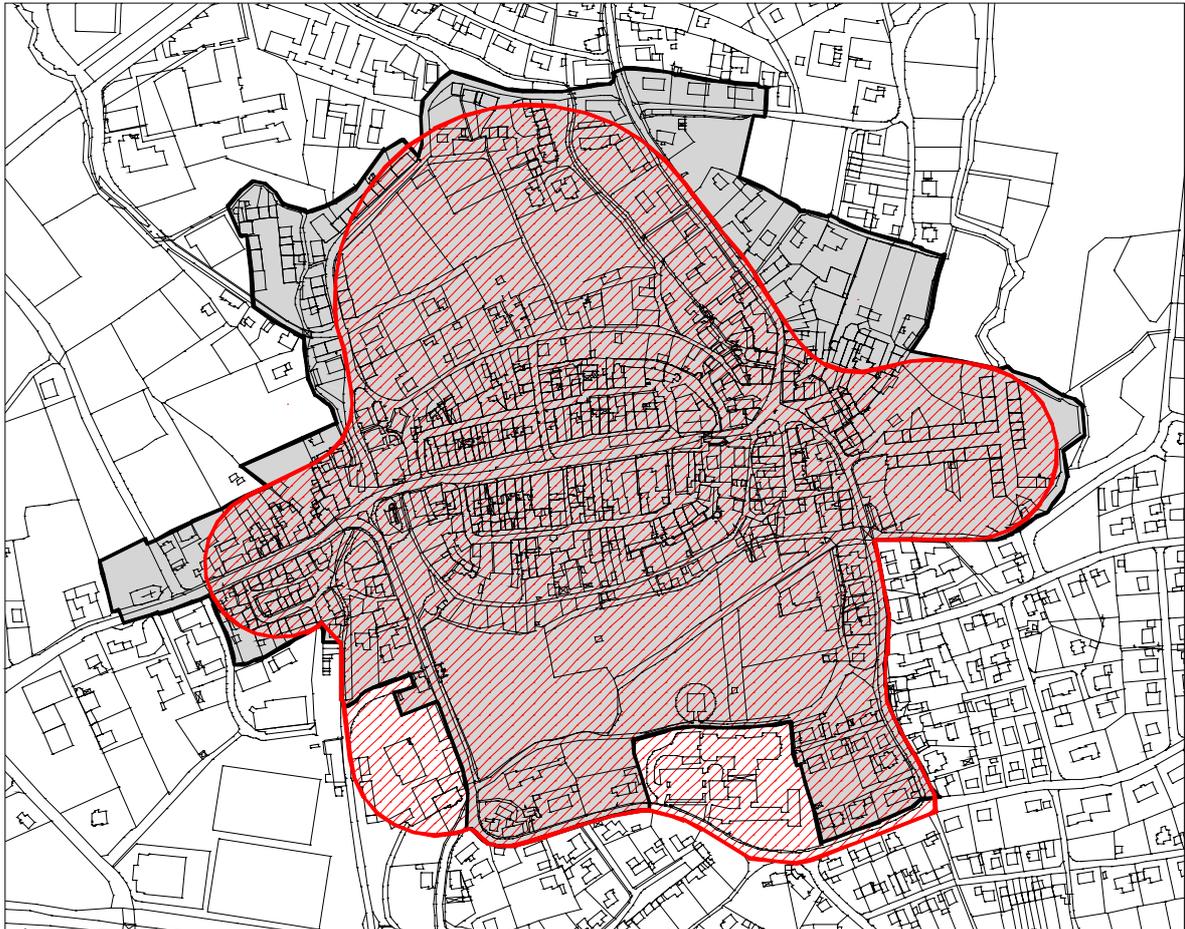
Der Bereich entlang der Bayreuther Straße vom Friedhof zum Primianusplatz stellt die **einzige An- und Verbindung** zwischen Gewerbegebiet West mit den dort ansässigen Einzelhandelsbetrieben und der Innenstadt dar.

Die städtebaulich erwünschte und erforderliche bessere **Verknüpfung von Gewerbegebiet und Innenstadt** erfordert damit eine Aufwertung dieser Verbindungsachse, so dass auch dieser Bereich bis zum Friedhof der Innenstadt zugeordnet wird.



Die so abgegrenzte Innenstadt (s. Karte 24) ist damit nahezu deckungsgleich mit der Abgrenzung des **förmlich festgelegten Sanierungsgebietes** nach § 142 BauGB.

Karte 24 Abgrenzung der Innenstadt



-  Abgrenzung des förmlich festgelegten Sanierungsgebietes
-  Innenstadtabgrenzung

Quelle: RSP

Da die seinerzeitige Abgrenzung so gezogen wurde, dass einerseits die Flächen mit städtebaulichen Missständen erfasst wurden, gleichzeitig aber auch die für die **innerstädtische Stadtentwicklung wichtigen Flächen** beinhaltet waren, unterstreicht die nahezu deckungsgleiche Übereinstimmung von Sanierungsgebiet und Innenstadt die Plausibilität der Innenstadtabgrenzung.

Um eine vollständige Übereinstimmung zu erreichen, wird der Stadt Kemnath vorgeschlagen – in Abstimmung mit der Regierung der Oberpfalz – das **Sanierungsgebiet** um das Brauereigelände des Brauhauses **zu erweitern**. Da hier – wie in der Bestandsaufnahme und Analyse dargestellt – städtebauliche Missstände nach § 136 BauGB vorliegen, ist eine entsprechende Erweiterung gerechtfertigt.

3.2 Beschreibung der gegebenen Flächenpotenziale bzgl. ihrer städtebaulich integrierten Lage

Betrachtet man die Stadtstruktur Kernnaths im Hinblick auf die Flächenpotenziale für die Einzelhandelsentwicklung, ist auch auf die **Nutzungsverteilung** in der Stadt, nämlich

- Wohnen im Norden, Osten und Süden
- Gewerbe, großflächiger Einzelhandel im Westen
- Mischnutzung in der Altstadt und
- Gürtel um die historische Altstadt mit teilweise unterschiedlichen Nutzungsschwerpunkten

abzustellen.

WOHNGEBIET IM NORDEN, OSTEN UND WESTEN

Eine Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben **im Anschluss an die Wohngebiete** im Norden, Osten und Westen ist aus städtebaulicher Sicht **abzulehnen**. Zwar ergäbe sich damit eine sehr wohnstandortnahe Versorgung der Wohnbevölkerung. Angesichts der überschaubaren Entfernungen im Stadtgebiet ist dieser Aspekt jedoch eher untergeordnet. Die Ausweisung würde vielmehr zusätzlich zu den beiden vorhandenen Einkaufspolen „Altstadt“ und Gewerbegebiet einen weiteren Einkaufspol schaffen und damit dem angestrebten städtebaulichen Ziel einer **Konzentration der Einzelhandelsflächen** auf altstadtnahe bzw. städtebaulich integrierte Standorte **widersprechen**.

Besonders deutlich wird dies bei Betrachtung einer der wenigen, im Anschluss an die bestehenden Wohngebiete zur Verfügung stehenden Flächen, wie z. B. das **Gebiet „An der Brückengasse“**. Die Flächen sind zwar wegen ihrer Nähe zur Anschlussstelle der St 2665 und durch ihre Lage an der Stadtzufahrt (Wunsiedler Straße) **verkehrlich gut erschlossen**, der Standort ist jedoch wegen seiner **peripheren Lage städtebaulich nicht integriert** und konterkariert damit die o. a. städtebaulichen Ziele für die Einzelhandelsentwicklung.

Andere, evtl. im Osten und Westen im Anschluss an Wohngebiete zur Verfügung stehende Flächen sind aus den oben angeführten Überlegungen ebenfalls nicht städtebaulich integriert, wobei aus Sicht von Investoren diese Flächen ohnehin – **wegen der fehlenden Lagegunst** – nicht in Betracht kommen dürften. Bei möglichen vorhandenen Flächen im Süden kommen außerdem die abseitige Lage – bedingt durch die das Stadtgebiet trennende Trassenführung der B 22 – und die fehlende Verkehrsanbindung erschwerend hinzu.

GEWERBEGEBIET

Im Gewerbegebiet im Westen haben sich bereits mehrere Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Größere zusammenhängende Flächen für Neuansiedlungen sind im Bereich der Bayreuther Straße nicht vorhanden.



Die Bestandsaufnahme lässt erwarten, dass allerdings zukünftig mit **Erweiterungen, Verlagerungen und Umbauten** zu rechnen sein wird. Die bisherigen Gespräche mit den Betreibern der Einzelhandelsbetriebe bestätigen dies. Die Stadt benötigt daher Handlungsstrategien, wie mit diesen Nutzerwünschen umzugehen ist:

Wie bereits erläutert, hat sich das **Gewerbegebiet als Einkaufspol** in den letzten Jahren auch wegen seiner verkehrsgünstigen Lage an B 22 / St 2665 sehr gut entwickelt. Jedoch hat die periphere Lage bezogen auf die Altstadt eine Verschiebung der Versorgungsfunktion nach Westen zu Lasten der Altstadt bewirkt. Um ein **weiteres Verschieben in Richtung Westen zu verhindern** und die Innenstadt als Einkaufsschwerpunkt wieder zu stärken, sollten keine weiteren Einzelhandelsflächen im Westen mehr ausgewiesen bzw. kein Flächenzuwachs mehr angestrebt werden. Vielmehr sollten die bestehenden Flächen im Zuge von Umbauten, Umstrukturierungen ohne Flächenzuwachs neu geordnet werden. Notwendige Marktanpassungen der im Gewerbegebiet West bereits ansässigen Einzelhandelsbetriebe sollen weiterhin möglich sein.

Bei vorgesehenen Verlagerungen von Betrieben sind diese Betriebe möglichst nicht auf andere Flächen im Gewerbegebiet, sondern vielmehr **vorrangig auf städtebaulich integrierte, altstadtnähere Standorte umzusiedeln**.

Das direkt westlich an den Friedhof anschließende Grundstück sollte nur direkt entlang der Bayreuther Straße bebaut werden, eine tief in das Grundstück ragende Bebauung würde die dort derzeit **vorhandene Baustruktur** unterbrechen und verunklaren. Großflächiger Einzelhandel scheidet damit aus Sicht der Gutachter – auch wegen eventueller **Nutzungskonflikt** zwischen Friedhof und Einzelhandel – aus.

ALTSTADT

Die Altstadt Kemnaths ist nicht nur aus denkmalpflegerischer Sicht herausragend und steht daher unter **Ensembleschutz**. Sie besitzt vielmehr auch bemerkenswerte städtebauliche Qualitäten. Das charakteristische Erscheinungsbild des Stadtkerns wird dabei nicht nur durch Gebäude, Raumkanten, Straßen- Platz- und Gassenräume mit ihren Oberflächenmaterialien, sondern auch ganz wesentlich durch die kleinteilige Grundstücks- und Baustruktur geprägt.

Moderne Einzelhandelseinrichtungen mit dem dafür erforderlichen großen Flächenbedarf (sowohl baulich als auch Stellflächenbedarf) sind ohne massive Eingriffe in die gewachsene und **für das Stadtbild typische Struktur** nicht möglich und sind daher im Altstadtbereich Kemnaths abzulehnen.

GÜRTEL UM DIE ALTSTADT

Der städtebaulich, aber auch funktionell bisher zurückgebliebene Gürtel um die Altstadt mit den festgestellten und bereits beschriebenen städtebaulichen Missständen stellt eines der wesentlichen **Potenziale für die Stadtentwicklung** dar. Neben möglichen **Flächen für Freizeit / Erholung** liegen in diesem Bereich auch einige Flächen, die sich gut für die **Entwicklung von Einzelhandel** eignen.



Besonders gilt dies für das Gelände des **ehemaligen Brauhauses Kemnath**, das direkt westlich an der Innenstadtumfahrung (Amberger Straße) liegt und – wie unter 3.1 bereits erläutert – der Innenstadt zuzuordnen ist. Durch zusätzliche fußläufige Verbindungen zur Altstadt kann der Standort noch enger mit dem Stadtkern verknüpft werden. Durch Kombination von Freizeit- / kulturellen Einrichtungen und Gastronomie – zusätzlich zum Einzelhandel – könnten sich der Standort und der benachbarte Altstadtbereich auch bezüglich ihrer Nutzung ergänzen und damit gegenseitig stärken.

Karte 25 Flächenpotenziale



Quelle: RSP

Auch hinsichtlich der **Topographie** sind die Flächen des Brauereigeländes mit seiner nach Westen geneigten Hanglage gut geeignet. Während der großflächige Einzelhandel auf der unteren Ebene und damit auch **gestalterisch gut integriert** werden kann, sind auf der oberen Ebene mit direktem (Sicht)-Bezug zur Altstadt / Stadtweiher die o. a. Ergänzungsnutzungen möglich. Die nutzungsbedingt große Stellplatzanzahl kann ebenfalls städtebaulich angemessen im westlichen Teil des Grundstücks auf der unteren Ebene

angeordnet werden und damit ohne Störung des städtebaulichen / gestalterischen Bezuges zur Altstadt / Stadtweiher.

Im Gürtel um die Altstadt sind **weitere Brachflächen** vorhanden, die jedoch für Einzelhandel nur theoretisch geeignet sind. So sind die **Flächen an der Seeleite** zwar ebenso altstadtnah wie das Brauhaus-Gelände gelegen, die Flächen liegen jedoch in der zweiten Reihe westlich der Erbdorfer Straße und sind damit verkehrlich nicht ausreichend erschlossen.

Auch das unter Ensembleschutz stehende **Scheunenviertel** eignet sich wegen der fehlenden Stellplatzflächen nicht. Außerdem ist von Investoren wegen der vorhandenen und in ein Gesamtkonzept miteinzubeziehenden Scheunen kein Interesse für diese Flächen zu erwarten, auch wenn sich architektonisch durchaus interessante Lösungsansätze für neue Einzelhandelsflächen in Verbindung mit der alten Bausubstanz finden lassen würden.

4. Erläuterungen zum städtebaulichen Neuordnungskonzept

ALLGEMEINE ERLÄUTERUNG

Die zur Erreichung der gesteckten Ziele erforderlichen Strategien und Handlungsansätze der städtebaulich relevanten Handlungsfelder - Verkehr, - Grünordnung, - Nutzung und - Stadtgestalt sind im städtebaulichen Rahmenplan in Form einer Gesamtschau zusammengefasst.

Dabei wird auch deutlich, dass bzw. wie die verschiedenen Teilkonzepte

- Verkehrskonzept
- Grün- und Freiflächenkonzept
- Nutzungskonzept
- Gestaltungskonzept

sich gegenseitig bedingen und beeinflussen.

Der städtebauliche Rahmenplan - als Selbstbindungsplan der Stadt - soll innerhalb eines Zeithorizontes von 15 Jahren bis zum Jahr 2018 als Grundlage aller weiteren Planungen wie z. B. Bauleitplanung, Gewerbeansiedlung, Straßen- und Platzgestaltungen, Beurteilung von Baugesuchen außerhalb von Bebauungsplänen (nach §34 BauGB) und Maßnahmen wie Grunderwerb und Bodenverkehr dienen.

Dabei ist der Rahmenplan kein statischer Plan, er kann vielmehr – soweit dies erforderlich ist – unter Beibehaltung der städtebaulichen Leitbilder und Ziele des SEEK weiterentwickelt werden.



4.1 Verkehrskonzept

4.1.1 Fließender Verkehr

ÜBERÖRTLICHE VERKEHRERSCHLISSUNG

Die überörtliche Verkehrserschließung Kemnaths durch B 22 und St 2665 ist gut und leistungsfähig ausgebaut. Damit ist zu erwarten, dass mit zunehmender Verkehrsdichte in West-Ost-Richtung als Folge der EU-Erweiterung die genannten klassifizierten Straßen weiträumige Ausweichfunktion für die überlastete B 303 von Cheb/Marktredwitz in Richtung zur A9 übernehmen werden. Auch die Verkehrsachse Bayreuth-Kemnath-Weiden wird an verkehrlicher Bedeutung zunehmen.

Um die Verkehrsteilnehmer nicht nur möglichst schnell an Kemnath „vorbei“ zuführen, sondern sie auch als Kunden und Besucher der Stadt und des „Kemnather Landes“ zu gewinnen, sind die bestehenden Zufahrten als attraktive Stadteingänge mit Signalwirkung und Hinweisfunktion für die Verkehrsteilnehmer auf der B 22 /St 2665 zu gestalten.

Dazu wird vorgeschlagen, die Geschwindigkeit an den bestehenden Anschlussstellen durch verkehrsrechtliche Maßnahmen aber vor allem durch begleitende gestalterische Maßnahmen (wie z. B. Anordnung von begrünten Verkehrsinseln) zu reduzieren.

Dies gilt für alle derzeit vorhandenen Anschlussstellen (Anschlussstelle West: Bayreuther Straße, Anschlussstelle Nord: Wunsiedler Straße, Anschlussstelle Ost: Werner-von-Siemens-Straße).

Zusätzlich sollte insbesondere der Zufahrtsbereich West als neuer „Stadteingang“ auch baulich definiert werden.

Durch die hier ansässigen Betriebe Ponnath und das Einkaufszentrum KEM bestehen hier dafür gute Voraussetzungen. Bei baulichen Erweiterungen dieser beiden Betriebe ist darauf zu achten, dass eventuelle Neubauten (Erweiterungen) näher an die Bayreuther Straße heranrücken und damit den Stadteingang auch räumlich wirksam markieren (vgl. Vision Kap. VII 3.).

Die Stadt sollte diesen städtebaulichen Ansatz bereits frühzeitig mit den beiden Betrieben abstimmen und gegebenenfalls auch bauleitplanerisch festsetzen.

Zusätzlich wird vorgeschlagen, an allen drei vorhandenen Anschlusspunkten Info-Systeme zur Stadt und zum „Kemnather Land“ mit Hinweisen auf die Attraktivitäten und Besonderheiten Kemnaths und seines Umlandes zu installieren.

Dabei kann durchaus auch schrittweise vorgegangen werden:

Während z. B. in einer 1. Ausbaustufe Hinweistafeln in Verbindung mit einem gesamtstädtischen Beschilderungs- und Verkehrsleitsystem errichtet werden können, kann das Info-System im Endausbau um weitere Komponenten wie Infopoints mit z. B. elektronischer Zimmervermittlung und weiteren Infos zur Stadt und zu den Naturparks etc. ergänzt werden (vgl. Kap. IX 1.1 übergeordnetes Handlungsfeld, Projektidee 3 und 4 sowie Impulsprojekt 1).



ZUSÄTZLICHE ANSCHLUSSSTELLE AN B 22

In der Bestandsaufnahme wurde bereits dargestellt, dass die Anschlussstellen an die B 22 / St 2665 – bezogen auf die Innenstadt – sehr peripher liegen.

Um die Erreichbarkeit der Innenstadt zu verbessern und damit ihre Funktion als Stadtmittelpunkt zu stärken, wird eine zusätzliche, zentraler gelegene Anschlussstelle an die B 22 zur Diskussion gestellt.

Als Standort wird der Bereich der Kreuzung von Amberger Straße mit der B 22 vorgeschlagen. Wegen der angehobenen Fahrbahn der B 22 und den damit verbundenen Auf- und Abfahrtsrampen einer neuen Anschlussstelle ist der Standort zwar nicht unproblematisch, jedoch ließe sich von hier aus eine sehr zentrale Anbindung an den Innenstadtraßenring (bestehend aus Werner-von-Siemens-Straße, Amberger Straße usw.) realisieren.

Gleichzeitig wäre damit auch eine direkte Erschließung von der B 22 an die wichtigste städtebauliche Entwicklungsfläche Kemnaths, das Brauereigelände, gegeben.

Langfristig sollte diese Überlegung daher weiterverfolgt werden, zumal bereits beim Bau der Umfahrungsstrecke der B 22 in den Jahren 1975 – 1978 diese Anschlussstelle ursprünglich geplant war.

Auch an dieser Anschlussstelle sollte das oben erläuterte Infosystem installiert werden.

INNERÖRTLICHE VERKEHRSERSCHLISSUNG

Durch die vorgeschlagene städtebauliche Neuordnung des Brauereigeländes gewinnt der heute bereits verkehrstechnisch problematische Einmündungsbereich der Werner-von-Siemens-Straße in die Amberger Straße zusätzlich an Bedeutung.

Um ihn verkehrs- und funktionsgerecht ausbilden zu können, wird für diesen Bereich die Anlage eines Kreisverkehrs vorgeschlagen, von dem aus gleichzeitig die neue Erschließung des Brauereigeländes mit erfolgen könnte.

In diesem Zusammenhang wären auch die Kurvenradien und Regelbreiten sowohl der Fahrbahn als auch der Gehsteige der Werner-von-Siemens-Straße zu verbessern. Dazu ist allerdings auch Grunderwerb aus den angrenzenden privaten Grundstücken (insbesondere bei Fl.-Nr. 461) erforderlich.

Auch im Bereich der Wunsiedler Straße ergeben sich mit der vorgeschlagenen Neuordnung des Ponnath -Geländes Möglichkeiten, die derzeit beengten Verkehrsverhältnisse zu verbessern, den Straßenraum zu verbreitern und attraktiv zu gestalten (vgl. Nutzungskonzept Kap. VIII 4.3.1).

4.1.2 Ruhender Verkehr

4.1.2.1 Dauerparken

Die für den ruhenden Verkehr zur Verfügung stehenden Flächen im Innenstadtbereich werden derzeit bereits – entsprechend ihrer städtebaulichen Wertigkeit und Bedeutung – konsequent den jeweiligen Parkierungsarten (Dauerparker, Kurzzeitparker) zugeordnet:



Während die nur begrenzt verfügbaren und auch nicht erweiterbaren Flächen in der Altstadt den Kurzzeitparkern vorbehalten sind, sind die Flächen für Dauerparker am Rand der Altstadt ausgewiesen – mit fußläufig guter Anbindung an den Stadtkern.

Dabei ist derzeit jedoch eine ungleiche Verteilung der Dauerparkplätze zwischen nördlichem und südlichem Altstadtbereich festzustellen.

Um das weiterhin bestehende Stellplatzdefizit abzubauen und gleichzeitig das festgestellte Ungleichgewicht des Parkplatzangebots zwischen südlicher und nördlicher Altstadt auszugleichen, sind zusätzliche Stellplätze am Altstadtrand erforderlich.

Folgende Standorte werden vorgeschlagen:

- Entlastungsparkplatz „Am Eisweiher“ (nördliche Innenstadt)
- Entlastungsparkplatz „Seeleite“(südliche Innenstadt)
- Entlastungsparkplatz an der Mehrzweckhalle / Festplatz

ENTLASTUNGSPARKPLATZ „AM EISWEIHER“ (NÖRDLICHE INNENSTADT)

Für die Entlastung des Stadtplatzes wurde bereits frühzeitig der Entlastungsparkplatz nördlich der Altstadt in der Verlängerung der Straße „Am Einlaß“ angelegt.

Der bestehende Entlastungsparkplatz „Am Einlaß“ ist derzeit für ca. 88 Stellplätze ausgelegt und gut ausgelastet und reicht – insbesondere bei Vorstellungen, Märkten etc. – nicht mehr aus, so dass eine Erweiterung in Richtung Nordwesten im Bereich des Eisweihers notwendig wird.

Abb. 98 Entlastungsparkplatz „Am Eisweiher“



Quelle: RSP

Die Stadt Kemnath konnte dazu den Bereich des Eisweihers mit den Grundstücksflächen Flur-Nr. 246 und Flur-Nr. 245/2 erwerben. Im Rahmen der Altstadtsanierung wurde bereits ein Vorschlag für die Gestaltung und Ausformung eines weiteren Entlastungsparkplatzes mit zusätzlich 42 Stellplätzen erarbeitet.

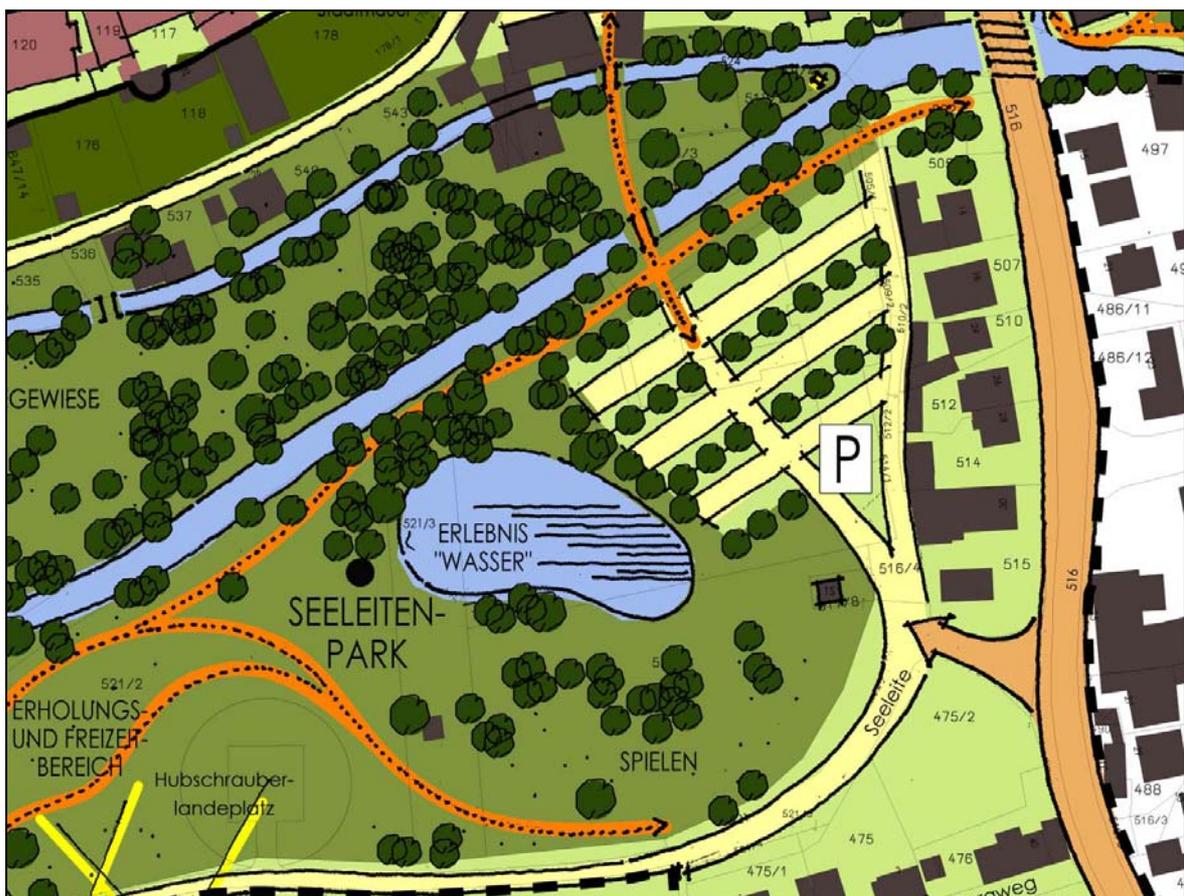
Die Zu- und Abfahrt zum Entlastungsparkplatz erfolgt über den Straßenzug „Eisweiher“ an die neu ausgebaute Schulstraße und ist damit gut an die innerörtliche Stadtumfahrung angebunden.

ENTLASTUNGSPARKPLATZ „SEELEITE“ (SÜDLICHE INNENSTADT)

Um das o. a. erwähnte Unterangebot an Stellplätzen für die südliche Innenstadt auszugleichen, wird - als weiterer Standort für einen Entlastungsparkplatz - die zum Teil brachliegende Fläche an der Seeleite südöstlich der Altstadt vorgeschlagen.

Mit der Anordnung von Ausweichparkplätzen könnte somit der dringend benötigte Stellplatzbedarf für den südöstlichen Bereich der Altstadt ausgeglichen sowie die Stellplatzproblematik am Cammerloherplatz entschärft werden.

Abb. 99 Entlastungsparkplatz „Seeleite“



Quelle: RSP

Durch die teilweise bereits vorhandenen, teilweise aber auch geplanten (vgl. Kap. VIII 4.1.3 „Fußgänger / Radfahrer“) kurzen, fußläufigen Anbindungen an die Altstadt, zum

Cammerloherplatz, zum Stadtweiher und Krankenhaus, werden die Stellplätze des Entlastungsparkplatzes für die Altstadt besonders attraktiv.

Die Fahrerschließung könnte dabei von der Erbdorfer Straße aus erfolgen. Da der Entlastungsparkplatz inmitten des vorgeschlagenen Grünzuges Stadtweiher/Seeleite liegt, kommt der grünordnerischen Einbettung des Parkplatzes in den Grünzug hohe Bedeutung zu. Er sollte daher stark eingegrünt werden, die Stellplätze selbst sollten möglichst wenig oberflächenversiegelt werden bzw. die Oberfläche mit wasserdurchlässigen Materialien ausgebildet werden.

ENTLASTUNGSPARKPLATZ AN DER MEHRZWECKHALLE / FESTPLATZ

Die vorhandenen Parkmöglichkeiten an der Mehrzweckhalle bzw. am Hallenbad sowie im Bereich des Festplatzes stehen auch weiterhin für größere Veranstaltungen in der Altstadt wie z. B. Bürgerfest zur Verfügung.

4.1.2.2 Kurzzeitparken

Die vorhandenen Kurzzeitstellplätze im Bereich des Stadtplatzes, die im Rahmen der Städtebauförderung neugestaltet wurden, sollten auch weiterhin ausschließlich den Kurzzeitparkern und in den Abend- und Nachstunden zusätzlich den Anliegern zur Verfügung stehen.

Gleiches gilt auch für den noch neuzugestaltenden Cammerloherplatz.

4.1.2.3 Anliegerparken

Um eine Verbesserung des Stellplatzangebotes für die Anlieger / Anwohner des dicht bebauten Altstadtkerns zu erreichen, werden dezentrale, kleinere Stellplatzflächen als „Quartiersstellplätze“ bzw. „Quartiersgaragen“ vorgeschlagen.

Die Stadt Kemnath sollte dazu jede sich bietende Gelegenheit zum Grunderwerb von geeigneten Grundstücken nutzen und als Initiator bzw. auch als Zwischeninvestor dieser Garagen / Stellplätze fungieren, um diese dann nach Fertigstellung entweder langfristig zu vermieten/zu verpachten oder an interessierte Anlieger/Anwohner zu verkaufen.

Folgende Standorte für Quartiersgaragen / Quartiersstellplätze wären grundsätzlich möglich:

- Quartiersgaragen nördlich der Altstadt
- Quartiersgaragen / Quartiersstellplätze südwestlich der Altstadt
- Quartiersgaragen in Verbindung mit dem Entlastungsparkplatz an der Seeleite
- Private Kunden- / Mitarbeiterstellplätze

QUARTIERSGARAGEN NÖRDLICH DER ALTSTADT

Da insbesondere für den nördlichen Teil der Altstadt ein Stellplatzdefizit für private Stellflächen festzustellen ist, diese Stellflächen aber einerseits nicht auf den meist dicht bebauten Privatgrundstücken nachgewiesen werden können und andererseits ein Abbruch von Gebäuden aus städtebaulicher / stadtgestalterischer bzw. denkmalpflegerischer Sicht



in der Regel nicht in Frage kommt, beabsichtigt die Stadt Kemnath Quartiersgaragen / Quartiersstellplätze auf dem Grundstück Flur-Nr. 246/4 zu errichten, die den Anliegern zur Verfügung stehen.

Als Voraussetzung dafür konnte die Stadt Kemnath zwischenzeitlich dieses Grundstück an der Straße „Am Eisweiher“ erwerben. Vorgesehen ist hier ein Garagenhof mit zwei Garagenzeilen in Ost-West-Richtung mit 14 Garagenplätzen und 6 Anliegerstellplätze. Die Zufahrt erfolgt entweder über die Schulstraße – „Am Eisweiher“ oder von der Altstadt aus über den vorhandenen Entlastungsparkplatz.

Abb. 100 Quartiersgaragen „Am Eisweiher“



Quelle: RSP

QUARTIERSGARAGEN / QUARTIERSTELLPLÄTZE SÜDWESTLICH DER ALTSTADT

Weiterhin könnte der derzeitige öffentliche Parkplatz im Bereich des Fallbaches auf Grundstück Flur-Nr. 116 teilweise als Quartiersparkplatz für den westlichen Altstadtbereich genutzt werden. Auch hier könnten zusätzliche einige Quartiersgaragen entstehen.

Dazu sollten die bereits vorhandenen, zum Teil sanierungsbedürftigen bzw. ortsuntypischen Garagen durch einen Quartiersgaragenhof auf der Basis eines Gesamtgestaltungskonzeptes ersetzt werden.

Die Erschließung der Quartiersgaragen bzw. der Quartiersstellplätze sollte dabei ausschließlich über die Rotkreuzstraße erfolgen. Da der Parkplatz/Quartiersgaragenhof direkt an den Grünzug entlang des Fallbaches angrenzt, wären auch diese Stellplätze/Garagen intensiv zu begrünen.

Abb. 101 Quartiersgaragen / Quartiersstellplätze südwestlich der Altstadt



Quelle: RSP

QUARTIERSGARAGEN IN VERBINDUNG MIT DEM ENTLASTUNGSPARKPLATZ AN DER SEELEITE

In Verbindung mit dem bereits vorgeschlagenen Entlastungsparkplatz im Bereich der Seeleite könnten hier ebenfalls weitere Quartiersgaragen für die Anlieger der südöstlichen Altstadt entstehen.

Mit neuen Fußgängerstegen über den Mittelbach bzw. Spitalgraben wären die Quartiersgaragen gut an die Altstadt insbesondere an den Weihergaben bzw. Friedrichstraße angebunden (vgl. 4.1.3 „Fußgänger / Radfahrer“).

PRIVATE KUNDEN- / MITARBEITERSTELLPLÄTZE

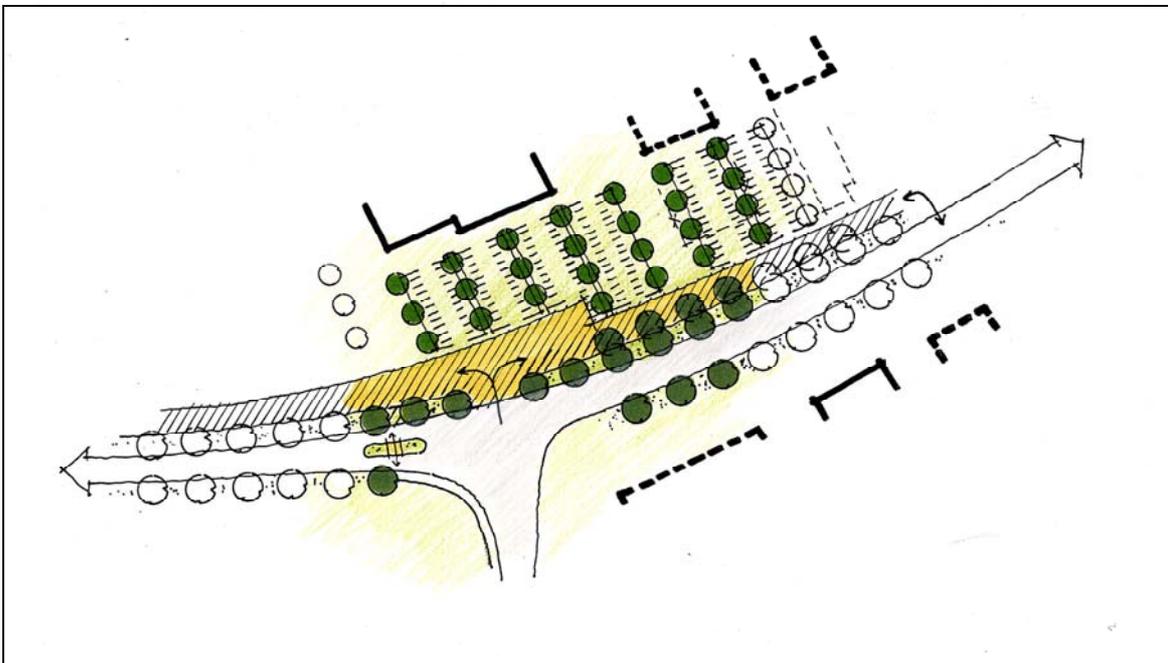
Unabhängig von den oben angeführten Dauer-, Kurzzeit- und Anliegerstellplätzen sind auch funktionale und gestalterische Verbesserungen an den bereits vorhandenen privaten Stellplätzen (Ausformung, Belag, Begrünung usw.) besonders im Bereich der großflächigen Einzelhandelseinrichtungen sowie bei der Fa. Ponnath notwendig. (vgl. auch Aussagen zu VIII 2.1.2)

Dies wird durch folgendes Beispiel erläutert:

Unter Mitwirkung aller Beteiligten (Fa. Ponnath, Hagebaumarkt, Neukauf, u.a.) sollte für die vorhandene Stellplatzsituation im Bereich der Vorzonen (entlang der Bayreuther Straße) eine einheitliche, gestalterische und grundstücksübergreifende Lösung für die Anordnung von Kundenstellplätzen gefunden werden. Dabei wäre z. B. eine parallel zur Bayreuther Straße geführte gemeinsame Erschließung zu mehreren Märkten wünschenswert, von dort aus können die Parkplätze der jeweiligen Märkte erreicht werden. Gleichzeitig sollten mittel- und langfristig bei geplanten baulichen Maßnahmen an den Einkaufsmärkten einheitliche Baulinien und damit auch einheitliche Raumkanten geschaffen werden.

Durch entsprechende Festsetzungen zur einheitlichen Gestaltung der Parkplätze und durch Festsetzung von Baulinien in einem Bebauungsplan könnte dieses Ziel umgesetzt werden. Die o. a. parallel zur Bayreuther Straße geführte Erschließungsstraße verringert gleichzeitig die derzeit große Zahl von Linksabbiegerspuren von der Bayreuther Straße und ermöglicht damit eine schlüssige Gestaltung der Bayreuther Straße als attraktiver Stadteingang (z. B. Allee).

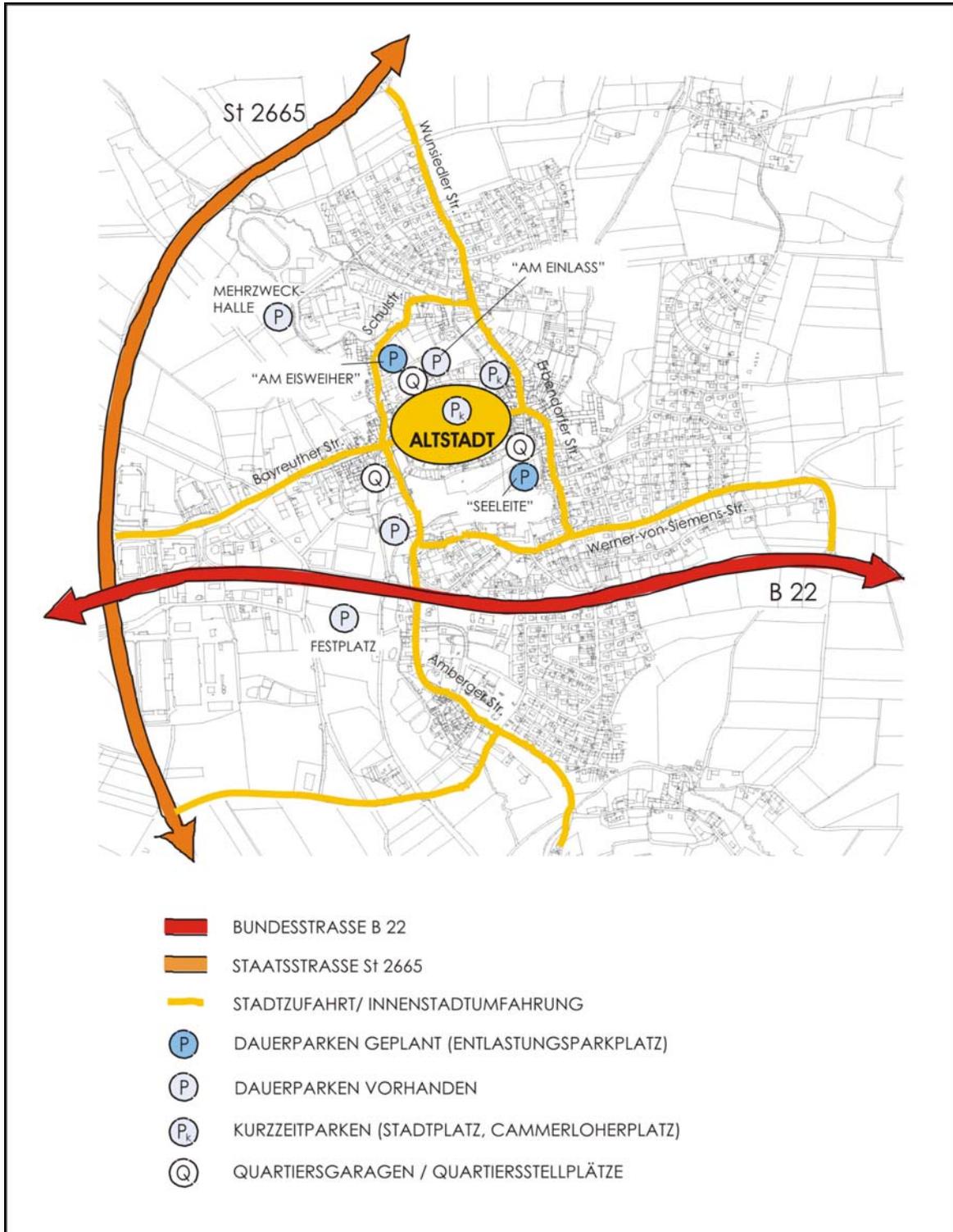
Abb. 102 Einheitliche Gestaltung von Kundenstellplätzen



Quelle: RSP

Durch Vereinbarungen mit der Firma Siemens und durch das sich derzeit im Bau befindende Firmengebäude der Firma Hegele, wird sich die Stellplatzproblematik - durch Ausweisung von weiteren Mitarbeiterstellplätzen auf Firmengelände - im Bereich der westlichen Röntgenstraße (Firma Siemens) zukünftig verbessern.

Karte 26 Verkehr / Stellplätze



Quelle: RSP

4.1.3 Fußgänger / Radfahrer

Für Kemnath ist ein insgesamt schlüssiges und vollständiges Fuß- und Radwegenetz im Sinne einer Angebotsplanung zu entwickeln.

Das Fuß- und Radwegenetz übernimmt dabei zwei wichtige Aufgaben:

Einerseits sollen damit die verschiedenen innerstädtischen Nutzungsschwerpunkte wie Gewerbe-Standort im Westen, Schwerpunkt Bildung (Schulzentrum) im Norden, Wohnbauflächen im Norden, Osten und Süden und der Schwerpunkt Gesundheit im Süden sowohl mit der Innenstadt als auch miteinander verbunden werden. Damit soll in Kemnath mit seinen überschaubaren Entfernungen eine attraktive Alternative zum innerörtlichen motorisierten Individualverkehr aufgebaut bzw. komplettiert werden.

Andererseits ist ein vollständiges und attraktiv entlang von Grünzügen geführtes und mit den überregionalen Wanderwegen verknüpftes Rad- und Fußwegenetz damit auch wichtiger Faktor für Freizeit und Naherholung.

ÜBERREGIONALES FUSS- UND RADWEGENETZ

Die Lage Kemnaths zwischen den beiden überregional bedeutsamen Fuß- und Radwanderwegen, dem Haidenaab-Radwanderweg im Westen und dem Fichtelnaab-Radwanderweg im Osten soll gezielt zur Stärkung des Tourismus- / Naherholungsbereiches genutzt werden. Dazu sollte eine schlüssige Ost-West-Verbindung zwischen den beiden Radwegen hergestellt werden. Die Verbindung sollte dabei durch Kemnath entlang der derzeitigen und zukünftig noch verstärkt zu entwickelnden Freizeitschwerpunkte am Stadtweiher/Seeleite führen (s. Karte 27).

INNERSTÄDTISCHES FUSS-/RADWEGENETZ

Der Aufbau eines – insbesondere in der Innenstadt - unabhängig vom fließenden Verkehr geführten Fußwegenetzes ist für Kemnath von besonderer Bedeutung, da die teilweise engen Straßenraumbreiten nicht vergrößert werden können und damit auch keine ausreichend breiten Gehsteige angelegt werden können (s. Karte 28).

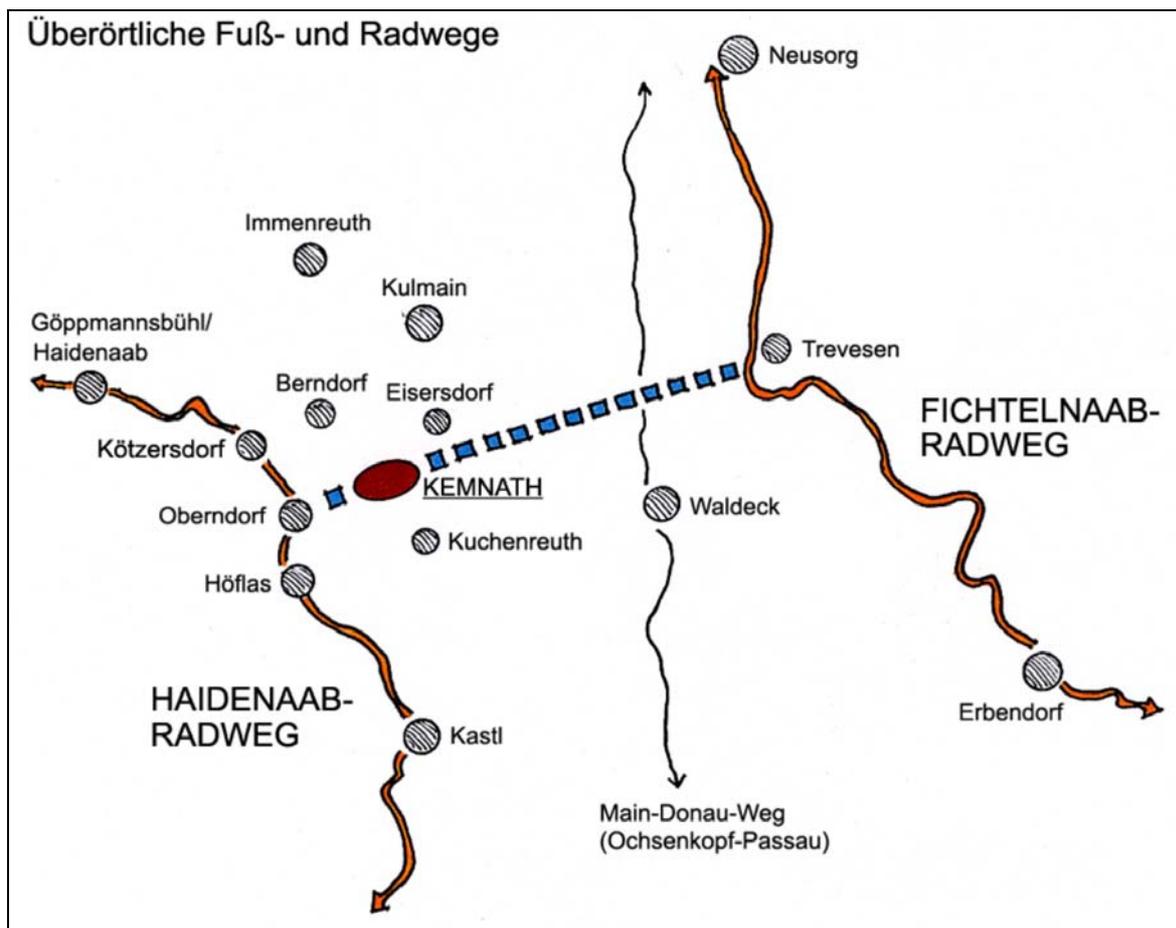
Im Einzelnen wird folgendes vorgeschlagen:

- Anlegen einer Fußwegeverbindung von der Schulstraße (Grabenkapelle) in Richtung Westen zum Friedhof. Damit wird der Friedhof besser an den Stadtkern angebunden, ohne dass die Bayreuther Straße (z. T. hohe Verkehrsbelastung, schmale Gehsteige) benutzt werden muss. Dem Fußgänger bietet sich damit eine verkehrssichere Alternative zur Bayreuther Straße. (1)
- Schaffen einer durchgehenden Fußwegeverbindung von der Rotkreuzstraße in Richtung Osten entlang der Bundesstraße B 22 und weiter entlang der östlichen Stadtgrenze in Richtung Kulmain (2)
- Ausbau der bereits vorhandenen Fußwege im Bereich des Stadtweihers / Seeleitens mit Anbindungen an die Altstadt, zur Erbdorfer Straße und an das ehemalige Brauhausgelände östlich der Amberger Straße.(3)



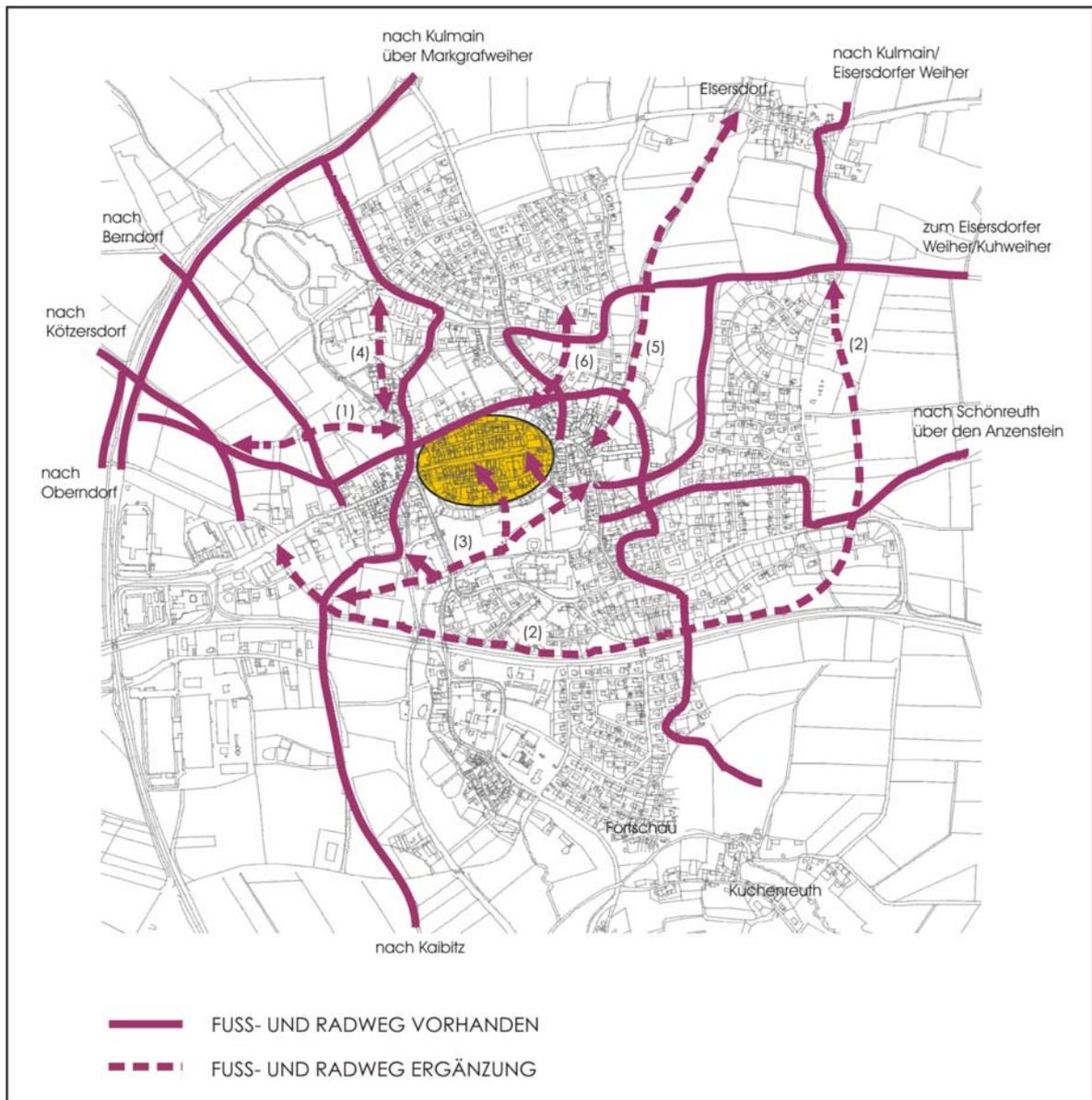
- Anlegen einer wünschenswerten Fußwegeverbindung von der Schulstraße entlang des Fallbaches in Richtung Schule. Insbesondere für Schulkinder würde sich damit eine verkehrssichere Alternative bieten.(4)
- Anlegen eines Fußweges von der Erbindorfer Straße in Richtung Norden, entlang des ehemaligen Klosters und weiter in Richtung Eisersdorf.(5)
- Ausbau und Neugestaltung einer Fußwegeverbindung von der Wunsiedler Straße in Richtung BRK Altenheim.(6)

Karte 27 Überregionales Fuß- und Radwegenetz



Quelle: RSP

Karte 28 Innerstädtisches Fuß- und Radwegenetz



Quelle: RSP

4.2 Grün- und Freiflächenkonzept

4.2.1 Übergeordnete Grünzüge

Kemnath wird wesentlich durch die Bachläufe des Fallbaches, des Schirnitzbaches und des Flötzbaches mit ihren anschließenden und sie begleitenden Grünzügen naturräumlich geprägt.

Diese Bachläufe mit den angrenzenden Auenbereichen und dem ortstypischen Bewuchs aus standortheimischen Gehölzen sind gliedernde Elemente der Stadtstruktur, übernehmen aber auch wichtige Funktionen für die Stadtökologie. Sie stellen gleichzeitig wichtige

Ausgleichsflächen dar und tragen damit zur Verbesserung des Wohnumfeldes im Stadtkern wesentlich bei.

Für diese Grünzüge wird daher die Ausweisung von Schutzbereichen vorgeschlagen, in denen keine weitere Bebauung mehr erfolgen sollte, in denen vielmehr vorhandene, nicht mehr benötigte, verbrauchte und städtebaulich / denkmalpflegerisch unbedeutende Nebengebäude abgebrochen werden sollten. Dies gilt besonders für die Gebäude im Bereich der Seeleite.

Der vorhandene Grünbestand soll außerdem weiter naturnah ausgebaut und gestärkt werden.

Zusätzlich sollen die Grünzüge noch stärker als bisher miteinander verknüpft werden, um damit durchgängigere Grünstrukturen zu erhalten.

Dazu wird folgendes vorgeschlagen:

- Verknüpfung des Fallbaches nördlich der Bayreuther Straße mit dem südlichen Fallbach
- Verknüpfung des Grünzuges um den Stadtweiher mit dem Grünzug entlang des Fallbaches
- Verknüpfung des Bachlaufes des Schirnitzbaches mit der Seeleite

VERKNÜPFUNG DES FALLBACHES NÖRDLICH DER BAYREUTHER STRASSE MIT DEM SÜDLICHEN FALLBACH

Der Grünzug entlang des Fallbaches ist durch die Bebauung im Bereich des Primianusplatzes und südlich davon unterbrochen. Nur der Bachlauf selbst stellt noch die Verbindung her. Durch

- Aufweitung des Fallbaches im Bereich des Primianusplatzes und intensive Begrünung der Uferbereiche, die auch gastronomisch genutzt werden können vom anschließenden Gastronomiebetrieb (Pizzeria)
- Einbeziehen der vorgeschlagenen Quartiersstellplätze in den Grünzug entlang des Fallbaches mit ortstypischer Begrünung und Verwendung von versickerungsfähigen Oberflächenmaterialien, wie Schotterrasen und Rasenpflaster

wird wieder ein durchgängiger Grünzug erreicht.

VERKNÜPFUNG DES GRÜNZUGES UM DEN STADTWEIHER MIT DEM GRÜNZUG ENTLANG DES FALLBACHES

Die Amberger Straße mit dem westlich angrenzenden ehemaligen Brauereigelände trennen derzeit diese beiden Grünzüge voneinander.

Die erforderliche Vernetzung der Grünzüge ist durch

- Gestaltung der Amberger Straße als Allee, um die trennende Wirkung der Verkehrsader der Amberger Straße zu reduzieren



- Ausbildung eines grünen westl. Uferbereiches des Stadtweihers
- Intensive Begrünung der Stellplätze am Einkaufsstandort als Erweiterung des grünen Bachsaumes des Fallbaches

zu erreichen.

VERKNÜPFUNG DES BACHLAUFES DES SCHIRNITZBACHES MIT DER SEELEITE

Der Grünzug entlang des Schirnitzbaches und die Seeleite werden durch die Erbdorfer Straße und die gewerbliche Bebauung im Bereich der Seeleite voneinander getrennt.

Um die beiden Grünbereiche besser miteinander zu verknüpfen, werden

- die Freilegung bzw. die naturnahe Ufergestaltung des Flötzbaches
- der Abbruch der Gewerbe-Gebäude an der Seeleite
- gestalterische Maßnahmen an den Uferbereichen von Spitalgraben und Mittelbach
- ortstypische Begrünung der privaten Freibereiche des Scheunenviertels und damit Einbeziehung in den Grünzug entlang des Schirnitzbaches

vorgeschlagen.

4.2.2 Ortsränder

Eine ausgeprägte, bewusst gestaltete Grenze zur freien Landschaft ist insbesondere bei den nördlichen und östlichen Wohngebieten kaum anzutreffen. Bei einer Neuausweisung von Wohngebieten sind für die Eingrünung daher ausreichend groß bemessene Flächen vorzusehen. Sie sollten als typische Ortsränder z. B. als Streuobstwiesen gestaltet werden. Eine Bewirtschaftung der Streuobstwiesen könnte durch die einheimischen Landwirte sichergestellt werden.

Um die städtischen Flächen zur Ausbildung der Ortsränder gering zu halten, könnten bei der Aufstellung von neuen Bebauungsplänen / Grünordnungsplänen für neue Wohngebiete am Ortsrand auch Pflanzgebote auf Privatgrund festgesetzt werden.

Bei anderen Grundstücken, die Teil des nezugestaltenden Ortsrandes sind und in bereits bestehenden Wohngebieten liegen, deren Bebauungspläne keine Festsetzungen für die Ausgestaltung des Ortsrandes gestalten, wird folgendes vorgeschlagen:

Durch Bepflanzung der Grundstücke auf freiwilliger Basis können diese Flächen optischer Bestandteil des gestalteten Ortsrandes werden.

Um dazu den Bürgern Hilfestellung zu geben, wie sie ihre Grundstücke am Ortsrand am Besten eingrünen, könnte die Stadt Kemnath eine Pflanzliste mit standortheimischen Laubbäumen und Sträuchern herausgeben, bzw. könnten die zu verwendenden Pflanzen von der Stadt den Anliegern zur Verfügung gestellt werden.

Generell gilt, dass ein gut gestalteter Ortsrand nicht allein durch Vorschriften zu regeln ist. Die besten Ergebnisse werden durch freiwilliges Mitwirken aller Beteiligten erreicht. Durch



Vorträge z. B. des Kreisgartenfachberaters könnten den Bürgern zusätzliche Informationen und Anregungen geboten werden.

4.2.3 Grüngürtel um Altstadt

Der historische Stadtkern Kernnaths wird wesentlich durch den Grüngürtel auf Teilen der ehemaligen Befestigungsanlage zwischen der ehemaligen äußeren Stadtmauer und den konzentrisch dazu verlaufenden Straßenzüge des Schützengrabens und des Weihergrabens geprägt.

Der auf dem früheren Glacis entstandene Grünbereich ist kleinteilig parzelliert und entspricht damit auch der ebenfalls kleinteiligen und ortstypischer Parzellenstruktur des Stadtkerns. Die Grünflächen sind größtenteils Privateigentum, sie bilden damit wichtige Aufenthalts- und Freiflächen für die Bewohner der nahegelegenen Wohnungen in der dicht bebauten Altstadt. Sie sind damit für die Attraktivität der derzeitigen und zukünftigen Wohnnutzung in der Altstadt, die verstärkt mit den Wohngebieten am Stadtrand und den dort größeren Grundstücken konkurrieren muss, besonders wichtig.

Diese altstadtnahen privaten Grünbereiche sind daher unbedingt zu erhalten und besonders zu schützen.

Dabei ist folgendes zu beachten:

- Verdeutlichung des früheren Verlaufs der äußeren Stadtmauer z. B. durch Rückbaumaßnahmen und Abbruch von ortsbildstörenden und denkmalpflegerisch unbedeutenden Nebengebäude.
- Weitere Bebauung sollte hier nicht mehr zugelassen werden.
- Die Grünflächen sollten – auf freiwilliger Basis – auf der Grundlage eines von der Stadt initiierten Gesamtgestaltungskonzeptes und unter Berücksichtigung der Bedürfnisse / Wünsche des jeweiligen Eigentümers gestaltet werden.

4.2.4 Bereich Stadtweiher / Seeleitenpark, Bereich Eisweiher, Flötzbach

An den oben beschriebenen kleinparzellierten Grüngürtel entlang der Stadtmauer / Zwingermauer schließen sich großflächige Freiflächen an, die zu wichtigen Flächen für Freizeit / Naherholung weiterentwickelt werden sollen.

Während die o. a. Grundstücke derzeit entlang der Stadtmauer in Privateigentum verbleiben sollten, sollten die Bereiche um Stadtweiher, Seeleite, Eisweiher, Flötzbach öffentlich bzw. öffentlich zugänglich sein.

Damit entsteht vor allem im Süden der Altstadt ein zusammenhängender, allen Bürgern und Besuchern der Stadt zur Verfügung stehender Grünzug.

BEREICH STADTWEIHER / SEELEITENPARK

Besondere Bedeutung für Freizeit / Naherholung besitzt dabei der Stadtweiher mit der östlich anschließenden Seeleite.



Kernstück bildet dabei der Stadtweiher, der an seinem Westufer eine attraktiv gestaltete Uferpromenade erhalten könnte und der gleichzeitig in Richtung Osten vergrößert werden sollte. Hier kann mit Anordnung einer Seebühne auch ein Veranstaltungsort für Open-air-Konzerte, Theateraufführungen, Events (wie z. B. „Kulturnächte“, Sommernachtsfeste etc.) ergänzt um gastronomische „Angebote“ (z. B. in Verbindung mit dem Keglerheim) entstehen. Die Uferbereiche könnten dabei als Sitztribüne mit textiler Überdachung ausgebildet werden, während die Bühne als Plattform im See verankert wird.

Der Stadtweiher bildet damit eine wichtige Verbindung zwischen der Altstadt und den neuen Nutzungen am ehemaligen Brauereigelände (Brauhaus Kemnath). Das hier neu geplante Kemnather Erlebniseinkaufszentrum (vgl. Kap. IX 1.3, Projekt 13) wird durch neue, entlang des Stadtweihers geführte Fußwegeverbindungen über Weihergraben, Spitalgraben und Mittelbach an den Stadtkern angebunden.

Auch die in Privatbesitz befindliche „Kormann-Insel“ könnte Bestandteil dieses „Grünverbundes“ werden, auf der z. B. Liegewiese und Biergarten des Gasthauses „Goldene Krone/ Weißes Ross“ angeordnet werden.

Ergänzt wird der Naherholungsbereich um den Stadtweiher durch den Seeleitenpark, der nach Abbruch der hier vorhandenen, gewerblich genutzten Gebäude zu einer innerstädtischen Freizeitfläche mit unterschiedlichsten Nutzungsmöglichkeiten wie Boule, Kinderspielplatz, Skaterbahn etc. umgestaltet werden könnte.

Durch die ebenfalls hier vorgeschlagenen Stellplätze (vgl. Kap. VIII 4.1.2 „Ruhender Verkehr“) stehen einerseits tagsüber Entlastungsparkplätze für den Stadtkern aber auch Stellplätze für die oben erläuterten Freizeitaktivitäten zur Verfügung.

Abb. 103 Seebühne Bereich Stadtweiher / Seeleitenpark



Quelle: RSP

BEREICH EISWEIHER

Ähnlich wie der vorhergehend beschriebene Bereich am Stadtweiher / Seeleitenpark im Süden, besitzt auch der nördlich der Altstadt gelegene Bereich um den Eisweiher große Bedeutung und Potenzial für die Naherholung.

Die Stadt Kemnath konnte bereits den Bereich des Eisweihers mit den angrenzenden Grundstücken (Flur-Nr. 246 und Flur-Nr. 245/2) erwerben.

Damit besteht die Möglichkeit, diesen Bereich als attraktiven Verweil- und Aufenthaltsbereich und als Ausgleich für die im dichtbebauten Altstadtgebiet fehlenden Grün- und Freiflächen zu gestalten.

Gleichzeitig sollen hier auch die für den nördlichen Altstadt kern dringend benötigten Ausweichparkplätze angeordnet werden (vgl. Kap. VIII 4.2.1 „Ruhender Verkehr“)

Abb. 104 Eisweiher



Quelle: RSP

Die bereits vorliegende Gestaltungsplanung sieht folgendes vor:

- Der bisher vorhandene, fast rechteckige Weiher erhält eine weicher ausgeformte und naturnahe begrünte Uferlinie.
- Die Fläche ist so ausgelegt, dass auf ihr im Winter auch Eislaufen und Eisstockschießen möglich ist.
- Um das Umfeld des Weihers als Aufenthalts- und Verweilbereich attraktiv u gestalten, wird im südwestlichen Uferbereich ein Steg mit Sitzgelegenheiten errichtet.
- Südlich und westlich des Weihers wird ein uferbegleitender Fußweg angeordnet.

Der Fußweg bildet damit auch die Verbindung vom Gehweg entlang der Schulstraße in Richtung zum bereits bestehenden Parkplatz „Am Einlaß“ und weiter in Richtung Stadtkern.

Der gesamte Bereich des Eisweihers einschließlich der Parkplätze wird intensiv begrünt. Die östlich des Weihers vorhandene Laubbaumreihe bleibt dabei erhalten. Zusätzlich wird eine Baumreihe als grünes Rückgrat entlang des Fußweges, südlich und westlich des Weihers, angeordnet.

Der mittlere Stellplatzbereich wird so ausgebildet, dass bei Veranstaltungen auf ihm auch ein Festzelt errichtet werden kann.

Damit ist sichergestellt, dass der gesamte Bereich auch als kleiner Festplatz und als Verweilbereich für Jung und Alt genutzt werden kann.

TEILBEREICH FLÖTZBACH

Durch das Wiederfreilegen des Flötzbaches zwischen dem ehemaligen Betriebsgelände der Fa. Ponnath an der Wunsiedler Straße und dem Schirnitzbaches kann folgendes erreicht werden:

- wesentliche Verbesserung der Stadtgestalt in diesem Bereich
- Verbesserung des Mikroklimas
- Verbesserung des Wohnumfeldes

Durch den gezielten Rückbau zur Wiederfreilegung des Flötzbaches soll die Zugänglichkeit zum Wasser sowie die Erlebbarkeit insbesondere für die Anlieger deutlich verbessert werden.

4.2.5 Begrünung der Plätze, Straßen, Gassen und Fußwege

Um einen bewussten Kontrast zur umgebenden Landschaft herzustellen, wurden die Straßen- und Platzräume der Altstadt von Kemnath, im Rahmen der Altstadtsanierung, nach dem Grundsatz der „steinernen Stadt“ gestaltet und damit nur behutsam an dafür geeigneten Stellen begrünt.

Zur Verdeutlichung und als Auftakt zur Altstadt wird vorgeschlagen, im Bereich der Stadtumfahrungen entlang der Bayreuther Straße und der Werner-von-Siemens-Straße in



Teilbereichen auch in der Wunsiedler Straße, Grünachsen aufzubauen, um das Erscheinungsbild des Straßenraumes positiv zu gestalten.

Weiterhin wird vorgeschlagen, die Wegeführung der neuen und der vorhandenen öffentlichen Fußwege durch begleitende Begrünung z. B. mit mittelkronigen Bäumen zusätzlich zu verdeutlichen.

4.2.6 Grünordnung im Gewerbegebiet

Das Thema „Grünordnung“ sollte fester Bestandteil nicht nur bei der Entwicklung von Wohngebieten sondern auch bereits bei der Aufstellung von Bebauungsplänen für Gewerbegebiete werden.

Abb. 105 Grün im Gewerbegebiet



Quelle: Oberste Baubehörde im Bayerischen Staatsministerium des Inneren, Arbeitsblätter für Bauleitplanung Nr. 14 (Gewerbegebiet), S. 23

Grünordnerische Maßnahmen tragen insbesondere für das Erscheinungsbild und für das Image des Gewerbegebietes bei. Damit wird einerseits ein attraktives Arbeitsumfeld ande-

rerseits neben anderen Randbedingungen auch eine wichtige Voraussetzung für die Ansiedlung von weiteren Betrieben geschaffen werden.

Folgende gestalterische Ziele sollten für die Grünordnung von Gewerbegebieten deshalb zukünftig beachtet werden:

- Bepflanzungen im Straßenraum
- eine entsprechende landschaftliche Ortsrandeingrünung auch bei den gewerblichen Bauflächen
- Grüne Freiflächen als Aufenthaltsflächen für die Beschäftigten
- Einheitlich gestaltete und bepflanzte Parkplätze sowie durchgängige, grundstücksübergreifend gestaltete Grünbereiche

Grün-, Wasser- und Freiflächen können darüber hinaus einen wichtigen Beitrag zur Stadtökologie leisten. Danach wirken grüne Ausgleichsflächen als Staubfilter und beeinflussen die Temperaturentwicklung positiv. Die bereits vorhandenen Gewässer östlich der Fa. Siemens sind daher unbedingt zu erhalten und als landschaftsgliedernde Elemente und Hinweis auf die oberpfälzer Teichlandschaft in die Planung einzubeziehen (vgl. Handlungsfeld „Gewerbe, Industrie und Handwerk“, Projektidee 11).

Ebenso sollte der Anteil an versiegelten Flächen so gering wie möglich gehalten werden, um damit eine erhöhte Versickerung von Niederschlagswasser zu erreichen.

4.2.7 Privates Grün

Um die Lebens- und Wohnverhältnisse in den stadtnahen Wohngebieten aber vor allem in der Altstadt zu verbessern, sind im Gegensatz zu den Straßen- und Platzräumen der „steinernen“ Altstadt die privaten Grün- und Freiflächen intensiv zu durchgrünen, um so eine gezielte Verbesserung des Wohnumfeldes für alle Bewohner zu erreichen.

Obwohl die Hofflächen – insbesondere in der Altstadt – häufig sehr klein sind, sind sie in der Regel sehr stark versiegelt. Sie stehen damit als Aufenthaltsfläche und „Wohnfläche im Grünen“ meist nicht zur Verfügung. Außerdem ist die Versickerungsfähigkeit durch Asphalt und Beton nur sehr bedingt bis überhaupt nicht gewährleistet.

Durch Entsiegeln und Verwendung von versickerungsfähigen Oberflächenbelägen wie z. B. Rasenpflaster (Natursteinpflaster mit begrünten Fugen, wassergebundene Decken, Schotterrasen) lassen sich in Verbindung mit Fassadenbegrünungen auch in kleinsten Höfen attraktive Freisitze und Aufenthaltsflächen gestalten.

Damit kann auch erreicht werden, dass die Altstadt als Wohnstandort konkurrenzfähig bleibt und die für die Altstadt und den Stadtkern wichtige Mischnutzung aus Handel, Handwerk, nichtstörendem Gewerbe und Wohnen erhalten bleibt.

Die Stadt hat mit der Gestaltung des Hofes der Stadtbücherei bereits ein Beispiel für eine Hofgestaltung realisiert, die privaten Grundstückseigentümern als Vorbild für ähnliche Hofgestaltungen dienen kann.



Abb. 106 Innenhofgestaltung vorher / nachher



Quelle: RSP

4.3 Nutzungskonzept

Die bisherige Nutzungsstruktur im Stadtgefüge von Kernath, die sich in die Schwerpunkte

- Wohngebiete im Norden, Osten und Süden,
- Gewerbe im Westen,
- Mischnutzung im Stadtkern (Altstadt und umgebende Bereiche einschließlich der Vorstädte),

gliedert, hat sich bewährt.

Grundsätzliche Nutzungskonflikte sind nicht festzustellen. Die bestehende Nutzungsstruktur sollte daher auch Grundlage für die weitere Stadtentwicklung sein.

Entsprechend den Zielen für die Stadtentwicklung soll Kernath vom möglichen Mittelzentrum in Richtung zum Mittelzentrum entwickelt werden. Dazu sind insbesondere der wirtschaftliche Sektor durch Ansiedlung von weiteren Betrieben verbunden mit der Zunahme der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten weiter ausbauen. Außerdem ist auch die Bevölkerungszahl durch entsprechende Siedlungspolitik zu steigern. Auf die verschiedenen vorgeschlagenen Maßnahmen des Aktionsprogramms wird hingewiesen.

Im folgenden soll dargestellt werden, wo zusätzlich Flächen für Gewerbe und Wohnen im Stadtgebiet aus städtebaulicher Sicht möglich sind, bzw. wie die derzeit bereits vorhandene Nutzungsschwerpunkte (s. Karte 29) Freizeit und Naherholung, Gesundheit, Versorgung etc. weiterentwickelt werden sollten.

4.3.1 Handel, Einzelhandel, Dienstleistung

BEREICH ALTSTADT

Wie in den Sanierungszielen angeführt, sollen die vorhandenen, nicht störenden Gewerbebetriebe sowie Einrichtungen der Handels- / Dienstleistungsbetriebe / Verwaltungen erhalten und gestärkt werden. Zusätzlich zu den in den Handlungsfeldern Kapitel IX beschriebenen Maßnahmen soll die Altstadt durch eine Reihe von Maßnahmen wie die Verbesserung der Erreichbarkeit der Innenstadt (attraktive Stadtfahrten, Verbesserung der Leistungsfähigkeit der Stadtfahrt, durchgängiges Fußwegenetz) sowie durch ein verbessertes Stellplatzangebot (Entlastungsparkplätze, Kapitel Kap. VIII 4.1.2) noch attraktiver gestaltet und in ihrer Zentrumsfunktion gestärkt werden.

Zusätzlich zu den bereits vorhandenen Nutzungen sind für leerstehende Gebäude neue Nutzungen zu suchen. Exemplarisch wird dies am Beispiel des ehemaligen „Weißbrauhauses“ verdeutlicht:

Die Stadt sollte in einem neuen Anlauf versuchen, einen Investor für Umbau und Sanierung des Weißbrauhauses zu finden. Die früher bereits angedachte gastronomische Nutzung einschließlich Beherbergung ist an dieser Stelle grundsätzlich richtig. Die Lage an der Nahtstelle zwischen Altstadt und dem Freizeit- und Naherholungsbereich Stadtweiher ist dafür gut geeignet, gleichzeitig wird damit die angestrebte Verbindung zwischen Brauhaus-Gelände / Stadtweiher und Altstadt durch eine neue gastronomische Nutzung des Weißbrauhauses gestärkt (s.a. Projekte 13, 17 und 19) .

BEREICH EHEMALIGE BRAUEREI „BRAUHAUS KEMNATH“

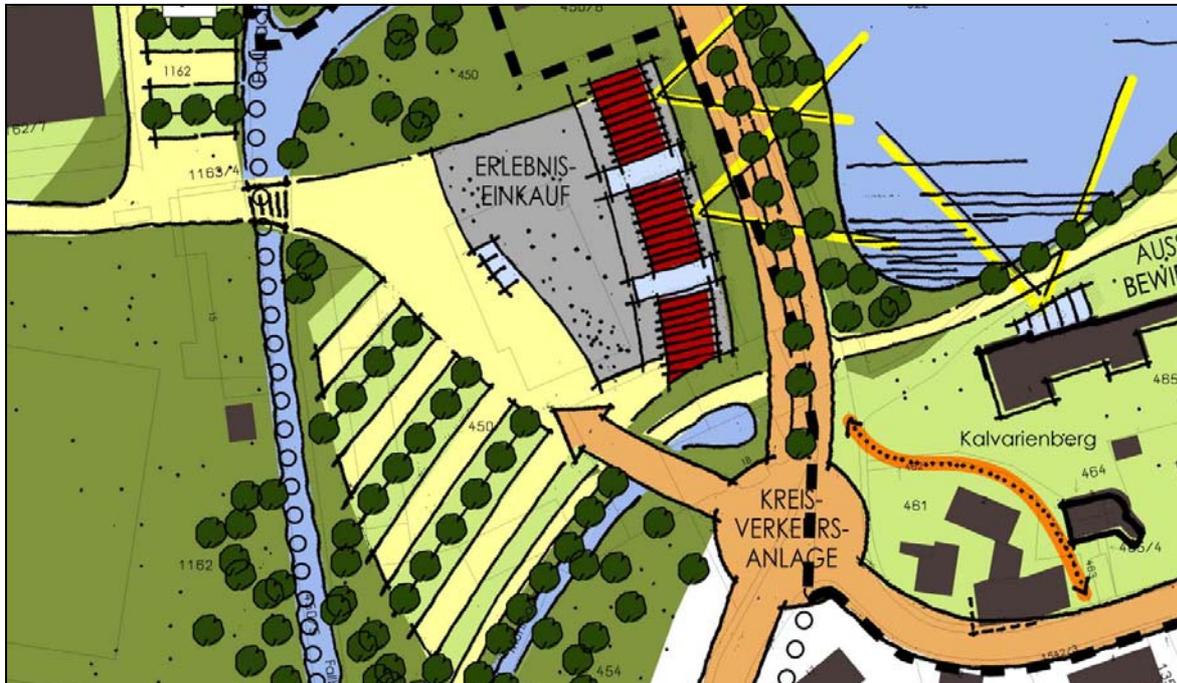
Das Gelände des ehemaligen Brauhauses Kemnath soll entsprechend seiner städtebaulichen Wertigkeit und seiner innerstädtischen zentralen Lage als Einkaufs- und Freizeitbereich „Alte Brauerei“ als Ergänzung zur Altstadt weiterentwickelt werden (s.a. Projekte 13, 17 und 19).

Damit sollen neue großflächige bzw. evtl. aus dem Gewerbegebiet West verlagerte Einzelhandelsflächen wieder näher an die Altstadt heranrücken und damit zu einer wechselseitigen Stärkung zwischen Brauereistandort und Altstadt führen. Wie in Kapitel VIII 3.2 dargestellt, ist das Gelände dafür gut geeignet. Bedingt durch die topographische Lage können auf der unteren Ebene die großflächigen Einzelhandelseinrichtungen städtebaulich verträglich angeordnet werden, auf der oberen Ebene zusätzlich gastronomische und Freizeiteinrichtungen, die den direkten städtebaulichen Bezug zum Grünzug um den Stadtweiher herstellen.

Die verkehrliche Anbindung kann direkt vom Kreuzungsbereich Amberger Straße / Werner-von-Siemens-Straße und dem dort vorgeschlagenen Kreisverkehr aus erfolgen.

Durch die als Vision angedachte zusätzliche Anbindung an die B 22 wäre eine noch direktere Erschließung des Areals vom überörtlichen Straßensystem möglich.

Abb. 107 Ehemalige Brauerei



Quelle: RSP

Die alternativ ebenfalls denkbare Erschließung über die Rotkreuzstraße von Westen wurde nicht weiterverfolgt, um zu vermeiden, dass durch eine Zufahrt über die Rotkreuzstraße Kunden nur zum Brauhausgelände nicht jedoch auch gleichzeitig an die Altstadt herangeführt werden. Die vorgeschlagene Erschließung über die Bayreuther Straße / Amberger Straße führt dagegen dazu, dass Kunden / Besucher näher an den Stadtkern herangeführt werden und damit die gewünschte Wechselwirkung zwischen Altstadt und Brauereigelände besser zu erreichen ist.

Zusätzlich könnten auch die Grundstücke nördlich des Brauhausgeländes bzw. nördlich des Anwesens Flur-Nr. 450/8 miteinbezogen werden.

Auch hier wären Freizeitnutzungen wegen der direkten Nachbarschaft zum Stadtweiher denkbar.

Durch die damit verbundene Bebauung entlang der Westseite der Amberger Straße erhält der Straßenzug gleichzeitig in Verbindung mit der Bebauung des südlich angrenzenden Brauhausgeländes eine räumliche Fassung.

EHEMALIGES BETRIEBSGELÄNDE DER FA. PONNATH

Mit der Verlegung der Fa. Ponnath in das Gewerbegebiet West ist der ehemalige Betriebsstandort an der Wunsiedler Straße nicht mehr angemessen genutzt bzw. steht teilweise leer.

Zur Beseitigung der Betriebsbrache wird vorgeschlagen, die bisherigen Betriebsgebäude abzurechen und durch Neubauten zu ersetzen. Die neue Bebauung sollte dabei die Fasadensflucht des nördlich angrenzenden Kindergartens aufnehmen, so dass der bisher hier sehr enge Straßenraum der Wunsiedler Straße verbreitert wird. Damit ergibt sich an der Westseite der Wunsiedler Straße von der Einmündung der Schulstraße bis zur Quering des Flötzbaches eine einheitliche Bauflucht und ausreichend Raum, um durch eine einseitige Baumreihe den Straßenraum, der gleichzeitig die nördliche Stadtzufahrt Kemnaths darstellt, zu begrünen.

In den neuen Gebäuden wären Dienstleistungsbetriebe (z.B. Arztpraxen s. Projekte 15) evtl. in Verbindung mit Wohnnutzung in den Obergeschossen denkbar.

Abb. 108 Ehemalige Betriebsgelände Fa. Ponnath



Quelle: RSP

Wegen der günstigen Lage zum Stadtkern wären hier auch moderne Wohnformen wie z. B. Wohngemeinschaften älterer Bürger in Verbindung mit betreutem Wohnen denkbar. Da sich das Grundstück im Westen bis an den Flötzbach erstreckt, stehen den Wohnungen auch attraktive Frei- und Aufenthaltsbereiche am Wasser zur Verfügung. Zusätzlich sollte der Bachlauf entlang der südlichen Grundstücksgrenze (zum Anwesen Daubenmerkl) freigelegt und die Uferbereiche begrünt werden. Der Bachlauf könnte dabei aufgeweitet werden, so dass sich in Verbindung mit der angrenzenden Grundstücksfläche ein kleiner attraktiver Platzbereich ergibt.

Die direkt an den Bachlauf angrenzenden Nordfassaden des Anwesens Daubenmerkl, die durch den Abbruch des Betriebsgebäudes der Fa. Ponnath freigelegt werden und die die südliche Raumkante des o. a. Platzes bilden, könnten dann befenstert und als Sichtfassaden gestaltet werden.

Durch die beschriebene Lage der Neubebauung und die platzartige Aufweitung am Flötzbach entsteht außerdem eine städtebaulich interessante Raumfolge: Die von Norden kommende Wunsiedler Straße mit der o. a. einseitigen Baumreihe weitet sich in der leichten Rechtskurve der Wunsiedler Straße auf (Platz am Flötzbach), bevor sich der Straßenzug am Übergang zum Cammerloherplatz wiederum verengt.

Damit ergibt sich ein stadtgestalterisch interessanter Wechsel von Eng und Weit.

CAMMERLOHERPLATZ

Die Erdgeschosszonen des Cammerloherplatzes, der den östlichen Auftakt zum Stadtplatz und damit zur Altstadt bildet, sind derzeit bereits größtenteils gewerblich genutzt (z. B. Bäcker, Modegeschäft, Gaststätten etc.). Die vorhandenen Nutzungen sollen durch städtebauliche Maßnahmen wie Straßen- und Platzgestaltung, Schaffen von fußläufig gut erreichbaren Stellplätzen (z. B. Entlastungsparkplatz an der Seeleite), Verbesserung der Aufenthaltsbereiche und Gebäudesanierung nachhaltig gesichert werden, um damit zukünftige Leerstände zu vermeiden.

Die o. a. Neubebauung des ehemaligen Betriebsgeländes der Fa. Ponnath und die vorgeschlagenen Maßnahmen am Cammerloherplatz können sich dabei gegenseitig in ihrer Wirkung verstärken und gemeinsam neue Impulse für den östlichen Bereich der Innenstadt setzen.

BAYREUTHER STRASSE / PRIMIANUSPLATZ

Die westlichen Stadtgebiete sind zwar über die Bayreuther Straße verkehrlich gut an die Innenstadt angebunden. Eine funktionale Verknüpfung zwischen Gewerbegebiet West und dem Stadtkern fehlt derzeit allerdings größtenteils.

Die vorhandenen Nutzungen nördlich und südlich der Bayreuther Straße (überwiegend Wohnnutzung) leiten nicht vom Gewerbegebiet zur Innenstadt über, eine vom Stadtrand in Richtung Altstadt wünschenswerte Steigerung der Nutzungsarten und Nutzungsintensität fehlt.

Um dies auszugleichen, wird vorgeschlagen, nördlich und südlich der Bayreuther Straße neue Nutzungen anzulagern. Dazu bieten sich die Grundstücke westlich des Friedhofes und das ehemalige Tankstellen-Areal südlich der Friedhofskirche an (s.a. Projekte 23).

Durch eine Neubebauung, die sich z. B. für Dienstleistungsbetriebe bzw. ein Sozialzentrum eignen würde, könnte gleichzeitig der Straßenraum der Bayreuther Straße räumlich gefasst werden.

Die Bebauung nördlich der Bayreuther Straße sollte dabei nur straßenbegleitend (ohne rückwärtige Bebauung des Grundstückes) ausgebildet werden, um die vorhandene Baustruktur nicht zu stören.



Am Primianusplatz wird eine bauliche Erweiterung am bestehenden Gebäude Amberger Straße 4 in Verbindung mit einer Außenbewirtung am Fallbach (vgl. Kapitel VIII 4.2.1) vorgeschlagen.

Zwar steht zu erwarten, dass zwischen der Rotkreuzstraße und dem Primianusplatz zukünftig keine höherwertigen Nutzungen angesiedelt werden können, so dass in diesem Bereich des Straßenzuges auch weiterhin die funktionale Verknüpfung des westlichen Stadtgebietes mit der Innenstadt nur schwach ausgeprägt sein wird, jedoch ist durch die o. a. Maßnahmen gewährleistet, dass die funktionale „Durststrecke“ gegenüber dem derzeitigen Zustand wesentlich verkürzt werden kann.

Abb. 109 Bayreuther Straße / Primianusplatz



Quelle: RSP

SCHEUNENVIERTEL

Die größeren Scheunenviertel „Am Langen Steg“ und an der „Badstraße“ besitzen denkmalpflegerisch und stadtgeschichtlich besondere Bedeutung. Wegen des z. T. sehr schlechten Bauzustandes einzelner Scheunen ist eine Sanierung dringend erforderlich. Der bauliche Erhalt der Scheunen wird allerdings nur dann gelingen, wenn sich für sie gleichzeitig sinnvolle, langfristige Nutzungen ergeben.

Am Beispiel des Scheunenviertels „Am langen Steg“ werden nachfolgend verschiedene Nutzungsmöglichkeiten entwickelt:

Die Scheunen könnten z. B. zukünftig als Handwerker-Gründer-Scheunen (vgl. Handlungsfeld „Gewerbe, Industrie und Handel, Projektidee 9) genutzt werden. Die Scheunen sind dabei sowohl hinsichtlich ihrer Größe gut geeignet, auch ihre Lage lässt keine Nut-

zungskonflikte mit benachbarten Gebieten erwarten. Außerdem verfügen sie über eine gute und funktionstüchtige Erschließung von der Erbendorfer Straße aus.

Auch die Nutzung eines Teilbereiches für Kultur oder Soziales (z. B. Jugendtreff) wäre denkbar. Durch die Lage des Scheunenviertels in der Bachschleife des Schirnitzbaches wären hier auch die für einen Jugendtreff nötigen Frei- und Aufenthaltsflächen vorhanden.

Als Alternative wäre aber auch der Umbau und Umnutzung zu Wohnungen denkbar. Dabei ist sicher nicht von herkömmlichen Wohnvorstellungen auszugehen, vielmehr könnten in den alten Scheunenanlagen unkonventionelle Wohnungen mit großzügigen, offenen Grundrisslösungen (Wohnen, Essen im EG, Schlafen im OG) realisiert werden.

Dabei könnten die südlichen Scheunen als Wohnungen genutzt werden. Die direkt südlich angrenzenden Grünflächen zwischen Scheunen und Schirnitzbach bilden die jeweiligen Gärten für die Wohnungen.

Die nördliche Scheunenzeile könnte Nebennutzungen wie überdachte Stellplätze (Parkstadel), Heizung, Lagerräume etc. beinhalten.

Der Straßenraum des „Langen Steges“ könnte als halb-öffentlicher / halb-privater Straßenraum gestaltet werden, der den Bewohnern für Aufenthalt, als Treffpunkt und als Spielfläche für Kinder zur Verfügung steht.

4.3.2 Soziales, Gesundheit

Kemnath besitzt mit dem Krankenhaus eine wesentliche Voraussetzung, um auch künftig eine wichtige Rolle im Gesundheitswesen des Landkreises und der nördlichen Oberpfalz einzunehmen.

Um den Standort zu sichern, wird im Handlungsfeld „Einzelhandel und Dienstleistungen“ Projektidee 15, eine weitere Spezialisierung des Krankenhauses und der Ausbau der vorhandenen Einrichtungen vorgeschlagen.

Die dafür erforderlichen Flächen könnten westlich im Anschluss an das bestehende Krankenhaus angeordnet werden. In den dort möglichen Gebäuden wären zusätzliche halbstationäre / halbambulante Bereiche wie Reha-Einrichtungen, Praxisklinik etc. als Ergänzung zum Krankenhaus denkbar.

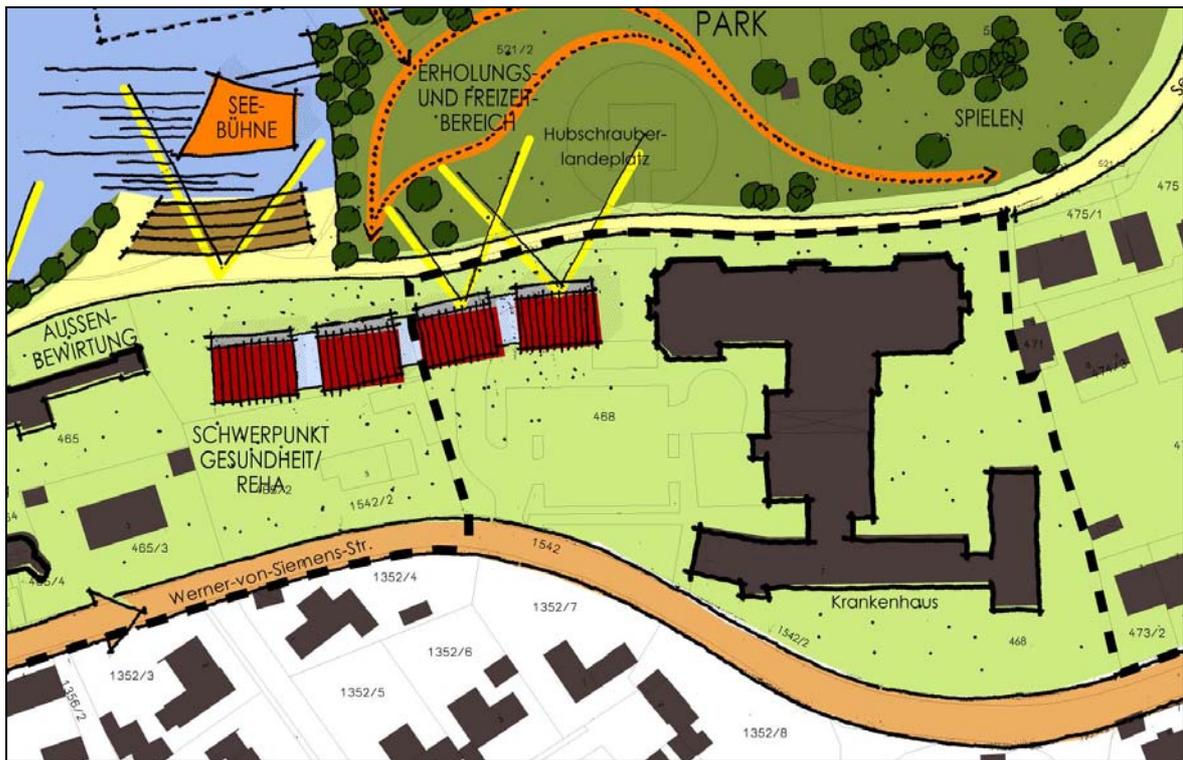
Die vorgeschlagene Bebauung bildet zusammen mit dem Baukörper des Krankenhauses und der westlich anschließenden Kegelbahn den südlichen räumlichen Abschluss des Grünzuges am Stadtweiher / des Seeleitenparks. Die Gebäude sind damit gleichzeitig auf den attraktiv gestalteten Grünzug hin orientiert (s. Abb. 110)

EHEMALIGES KINO IN DER TRAUTENBERGSTRASSE

Das ehemalige Kino in der Trautenbergstraße steht derzeit leer. Wegen seiner Lage im Stadtkern, direkt östlich an den Hof der Stadtbibliothek angrenzend, eignet es sich gut für soziale bzw. kulturelle Nutzungen. Denkbar wäre die Umnutzung für Vereinsräume bzw. auch als Seniorentreff. Auch die vom Eigentümer vorgesehene Nutzung (Wohnungen) ist möglich.



Abb. 110 Krankenhaus



Quelle: RSP

4.3.3 Gewerbe

Im Handlungsfeld „Gewerbe, Industrie und Handel“ wird die Idee des Aufbaus eines landschaftsbezogenen Gewerbebereichs entwickelt (Projektidee 11). Die dafür erforderlichen Flächen sollten im Anschluss an das bestehende Industriegebiet in Richtung Süden im Sinne einer verbindlichen Bauleitplanung weiter entwickelt werden.

Die Flächen bieten sich wegen der guten Verkehrserschließung, den in der Nachbarschaft bereits vorhandenen Betrieben (Siemens, Hegele) und den damit verbundenen Synergieeffekten, Werbewirksamkeit an.

Auch die naturräumlichen Gegebenheiten mit den vorhandenen Teichstrukturen bilden gute Voraussetzungen für die Verwirklichung eines landschaftsbezogenen Gewerbebereichs.

GEWERBEBEBIET AN DER ALTEN AMBERGER STRASSE

An das Gewerbegebiet an der Alten Amberger Straße schließt im Osten ein Allgemeines Wohngebiet und im Westen eine Mischgebietsfläche an. Um evtl. zukünftige Nutzungskonflikte zu vermeiden, sollte bei evtl. Grundstücksverkäufen und Neuansiedlungen darauf geachtet werden, dass sich nur nichtstörende Gewerbebetriebe ansiedeln.

4.3.4 Wohnen

Um das Ziel zu erreichen, Kernath langfristig in Richtung eines Mittelzentrums zu entwickeln, ist – wie oben erläutert - eine Steigerung der Einwohnerzahl erforderlich. Neben den bisher bereits erläuterten Maßnahmen u. a. zur Ansiedlung neuer Gewerbebetriebe,

Positionierung der Stadt als Gesundheitszentrum und im Bereich „Freizeit Tourismus, Naherholung und Kultur“ ist auch die Bereitstellung von bezahlbaren Baulandflächen mit attraktivem Wohnumfeld besonders wichtig.

WOHNGBIETE

Im städtebaulichen Rahmenplan 1:2.500 sind die Flächen gekennzeichnet, die zur Ortsabrundung als neue Wohnbauflächen ausgewiesen werden können.

Dabei ist darauf zu achten, dass Kemnath und die angrenzenden Ortsteile (z. B. Eisersdorf) nicht zusammenwachsen, sondern die jeweiligen Siedlungskerne als eigenständige Strukturen erhalten und erkennbar bleiben. Zwischen Kemnath und Eisersdorf sind daher entsprechende landwirtschaftlich genutzte Flächen als Puffer zu erhalten. Die Grenzen der jeweiligen Ortsteile sind dabei durch die in Kapitel VIII 4.2.2. beschriebenen Ortsränder zu verdeutlichen.

Unter Berücksichtigung der o. a. Kriterien bieten sich folgende Wohnflächenausweisungen an:

- Bereich „Brückengasse“ zwischen Wunsiedler Straße und dem Schirnitzbach (A)
- Bereich nördlich der Bürgermeister-Zettmeisl-Straße (B)
- Bereich östlich der Eisersdorfer Straße zwischen Umspannwerk und der Werner-von-Siemens-Straße (C)
- Bereich „Lohäcker“ zwischen der B 22 und Kuchenreuth (D)

Die oben aufgelisteten Baugebiete eignen sich besonders für die in Kemnath vorrangig nachgefragten Ein- und Zweifamilienhäuser.

Bei der Ausweisung dieser neuen Baugebiete ist noch mehr als bisher auf ökologische Gesichtspunkte wie Versickerungsfähigkeit, Nutzung von regenerativer Energie, Regenwassernutzung etc. zu achten.

Gleichzeitig sind auch grünordnerische Kriterien verstärkt in die Planung mit einzubeziehen. Wirtschaftliche Zwänge, aber auch Überlegungen, den Flächenverbrauch bei der Ausweisung von neuen Baugebieten zu reduzieren, führen zu immer kleineren Grundstücken und damit auch zu reduzierten privaten Grün- und Gartenflächen. Öffentliche Straßen- und Platzflächen in den neuen Baugebieten werden damit als Aufenthalts- und Freiflächen immer wichtiger. Die Stadt sollte daher bei der Ausweisung neuer Baugebiete auch verstärkt Festsetzungen für die Gestaltung z. B. in Form von Regelquerschnitten und Materialfestsetzungen dieser Straßen- und Platzräume treffen. Besonders gilt dies für Flächen, die nicht von der Stadt, sondern von Investoren auf der Basis von städtebaulichen Verträgen beplant und erschlossen werden.

Auch wenn derzeit die Nachfrage besonders nach Ein- und Zweifamilienhäusern besteht und die im ländlichen Raum immer noch vergleichbar moderaten Grundstückspreise diesen Trend verstärken, sollte die Stadt versuchen, auch die Nachfrage nach verdichtetem Wohnungsbau anzuregen.



Um diese städtebaulich wünschenswerte Zielvorstellung zu verwirklichen, könnte die Stadt bei der Aufstellung von Bebauungsplänen Planungskonzepte für verdichtete Bauformen entwickeln (lassen), um z. B. anhand von Grundrisskonzepten den potenziellen Bauherrn zu verdeutlichen, dass auch bei dichter Bauweise gut durchdachte Grundrisse mit gut nutzbaren und die Privatsphäre schützenden Freibereichen möglich sind.

Zusätzlich wäre auch eine evtl. Subventionierung der Grundstückskosten durch die Stadt denkbar. Die Stadt könnte dabei eigene Grundstücke, die sich für eine verdichtete Bauweise eignen, zu günstigeren Konditionen an Bauherren verkaufen. Die Grundstückskosten werden dadurch und durch die bei verdichteter Bauweise kleineren Grundstücke entsprechend niedriger und können damit Anreize für verdichtete Bauformen schaffen.

INNERSTÄDTISCHES WOHNEN

Vor der Ausweisung von neuen Baugebieten sollte die Stadt jedoch die derzeit in der Innenstadt noch vorhandenen Potenziale nutzen.

Präventive Maßnahmen

Grundsätzlich besteht die Gefahr, dass durch weiteren Wegzug in die neuen Wohngebiete zukünftig Wohnraum in der Altstadt / Innenstadt leer stehen wird.

Um diesen nicht nur in Kemnath festzustellenden Trend umzukehren und präventiv einzugreifen, müssen auch in der Innenstadt attraktive Wohnungen mit zugehörigem Grün- und Freibereich für junge Familien angeboten werden.

Zur Aufwertung des Wohnungsstandards sind dabei die

- Beseitigung von baulich-konstruktiven Mängel (Wärmebrücken, Baufeuchte etc.)
- Verbesserung des Wohnungszuschnittes (Grundrissorganisation)
- Gestaltung / Fassaden bzw. Innenmaterialien
- technische Ausstattung (Heizung, Warmwasser etc.)

besonders wichtig.

Um noch stärker als bisher modernen Wohnraum in der Altstadt zu schaffen und Modernisierungstau abzubauen, sollten die Grundstückseigentümer gezielt über Förder- und Abschreibungsmöglichkeiten informiert werden.

Neben den allgemein gültigen Förder- und Abschreibungsmöglichkeiten sollten speziell auf die

- erhöhte Abschreibungsmöglichkeit bei denkmalgeschützten Gebäuden nach § 7i EStG und bei Gebäuden im förmlich festgelegten Sanierungsgebiet nach § 7h EStG und auf
- die Fördermöglichkeit im Rahmen der Städtebauförderung

hingewiesen werden.

Bei den Abschreibungsmöglichkeiten fallen dabei für die Stadt – mit Ausnahme von Kosten für die Beratung der Bauherrn bzw. für städtische Verwaltungskosten – keine Kosten



an. Beim Einsatz von Städtebauförderungsmitteln beteiligt sich die Stadt mit ihrem städtischen Eigenanteil.

Mit den o. a. Finanzierungs- und Abschreibungsmöglichkeiten bestehen damit gute Chance durch Umbau und Sanierung der vorhandenen Gebäude modernen Wohnraum in der Altstadt schaffen zu können.

Leerstehende Gebäude

Vorrangig sollten jedoch leerstehende Wohngebäude wieder einer Wohnnutzung zugeführt werden. Dazu könnte z. B. eine Leerstandsborse / Leerstandsprogramm initiiert werden. Die Stadt beantragt dafür eine Förderung durch Städtebauförderungsmittel bei der Bezirksregierung. Damit können dann Exposés zu den jeweiligen Gebäuden in Auftrag gegeben und gefördert werden.

In den Exposés werden dann Aussagen zu

- Sanierbarkeit des Gebäudes,
- Grobkosten,
- Nutzungsmöglichkeiten,
- Fördermöglichkeiten,

getroffen.

Dem Eigentümer wird damit Hilfestellung für die Sanierung bzw. für einen evtl. Verkauf gegeben. In beiden Fällen soll damit eine zeitnahe erneute Nutzung des Gebäudes / der Wohnung erreicht werden und ein längerer Leerstand, der in der Regel auch die angrenzenden Gebäude beeinträchtigt, vermieden werden.

Umnutzungen

Neben der Aktivierung von leerstehenden Gebäuden könnten aber auch bisher ursprünglich anders genutzte und jetzt leerstehende Gebäude zu Wohnungen umgebaut werden.

So könnten z. B. die ortsbildprägenden Gebäude der Scheunenviertel (z. B. „Am Langen Steg“) zu Wohnungen umgenutzt werden (vgl. 4.3.1.).

Dazu wird vorgeschlagen, die Machbarkeit anhand eines Quartierkonzeptes noch näher auch unter Berücksichtigung evtl. anderer Nutzungen zu klären (vgl. Impulsprojekt 3)

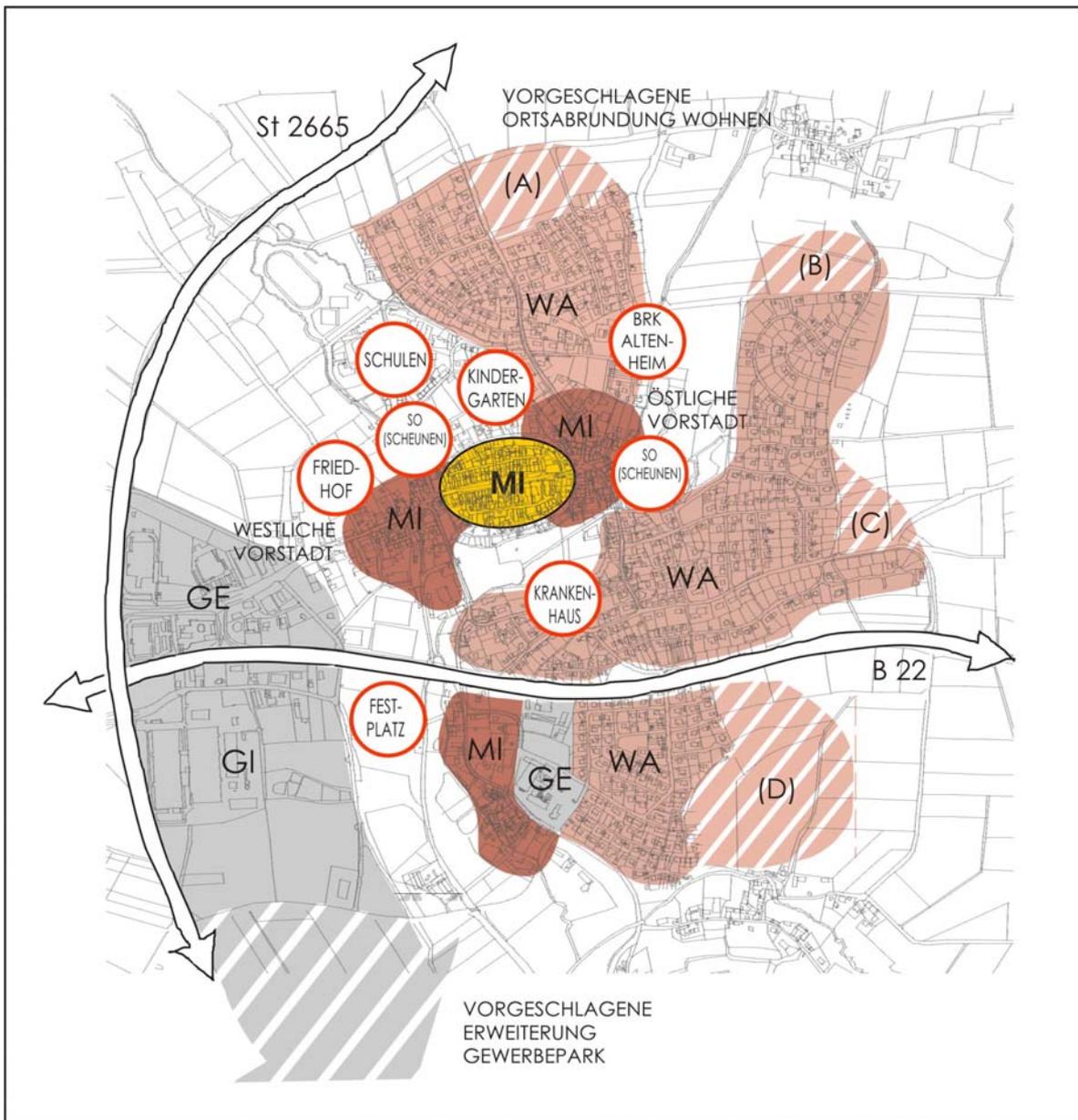
Neue Wohnnutzung

Zusätzlich sind auch in der Innenstadt noch Flächen für den Neubau von Wohnungen vorhanden.

In Verbindung mit der Neuordnung des ehemaligen Ponnath-Betriebs-Geländes und z. B. der vorgeschlagenen Neubebauung entlang der Bayreuther Straße ist auch eine Mischnutzung der Gebäude (mit Wohnnutzung in den Obergeschossen) gut möglich.



Karte 29 Nutzungskonzept



Quelle: RSP

4.4 Stadtgestalt

Stadtbild und Stadtgestalt stellen wesentliche Wiedererkennungsmerkmale und Imagefaktoren für Kemnath dar.

Gleichzeitig tragen sie zur Identifikation des Bürgers mit seiner Stadt bei.

Dabei trägt nicht nur die historische Altstadt zum Stadtbild bei, vielmehr prägen alle Bereiche, also auch die gewerblichen und Wohnbauflächen und deren Gestaltung das Ortsbild.

Um die Stadtgestalt noch weiter zu verbessern, wird dazu die Erarbeitung einer Gestaltungsfibel (Impulsprojekt 4) vorgeschlagen, in der die Qualitäten des Stadtbildes und die dieses Stadtbild wesentlich bestimmenden Elemente einschließlich der negativen, das Ortsbild beeinträchtigenden Faktoren herausgestellt und plakativ verdeutlicht werden. Dem Bürger / Grundstückseigentümer kann damit gezeigt werden, dass er mit jeder Maßnahme an seinem Anwesen auch – ob unbewusst oder bewusst – das Stadtbild mitgestaltet bzw. mitgestalten kann.

Ziel ist es damit, den Einzelnen stärker in die Gestaltung des Ortsbildes mit einzubinden und so langfristig ein insgesamt stimmiges Gesamterscheinungsbild zu erreichen.

Durch die Auslobung eines Fassadenwettbewerb (Impulsprojekt 5) kann außerdem das Engagement der Grundstückseigentümer bei besonders gelungenen Gestaltungen ausgezeichnet werden.

Insgesamt wird das Stadtbild durch eine Vielzahl von Einflussfaktoren geprägt. Auch die in den o. a. Teilkonzepten (Verkehr, Grün- und Freiflächen, Nutzung) bereits beschriebenen Maßnahmen werden das Stadtbild nachhaltig beeinflussen.

Um Wiederholungen zu vermeiden, sollen daher nachfolgend nur noch die wesentlichen Maßnahmen und ihre Bedeutung für die Stadtgestalt zusammengefasst erläutert werden.

STADTGRUNDRISS

Die kleinteilige Parzellenstruktur in der Altstadt ist zu erhalten. Großflächige Nutzungen sind nicht typisch und sollten daher unterbleiben. Das Zusammenfassen von Grundstücken zu größeren Grundstücken sollte daher vermieden werden.

Die städtebauliche Prägnanz des Altstadtkerns mit seiner klaren Hierarchie der Straßen- und Platzräume, seinen Raumkanten, den Blockstrukturen und der die Grundform des Stadtgrundrisses bestimmenden Stadt-/Zwingermauer ist zu erhalten.

RAUMKANTEN

Neben den wichtigen stadtbildprägenden Raumkanten des Stadtkerns, die ohnehin durch den Ensembleschutz nach Denkmalschutzgesetz in ihrem Bestand gesichert sind, sind jedoch auch die Raumkanten der Straßen- und Platzräume außerhalb des denkmalpflegerischen Ensembles bedeutsam.

Bei den bisher vorgeschlagenen Maßnahmen wurde daher bereits darauf geachtet, dass durch die sich aus der baulichen Konzeption der einzelnen Projekte ergebenden Raumkanten die Straßen- und Platzräume eindeutig definiert und gefasst werden.

Im Einzelnen sind dies:

- Durch die Baustruktur westlich der Amberger Straße zwischen Primianusplatz und dem Kreuzungsbereich Amberger Straße / Werner-von-Siemens-Straße werden die derzeit zum Teil fehlenden Raumkanten ergänzt und der Straßenraum nach Westen neu gefasst.



- Die baulichen Ergänzungen westlich des Krankenhauses schaffen eine räumliche Begrenzung des Seeleitenparks.
- Durch die Neubauten nördlich und südlich der Bayreuther Straße wird in Verbindung mit Baumpflanzungen (Allee) die räumliche Wirkung des Straßenzuges ergänzt. Der Straßenabschnitt soll damit unter Bewahrung des sensiblen Kirchengrundstückes (Friedhof) eine angemessene Gestaltung der Baukörper erhalten und gleichzeitig vom breiten Straßenraum im Bereich des Gewerbegebietes zum engeren Straßenraum der östlichen Bayreuther Straße überleiten.
- Die vorgeschlagenen neuen Gebäude anstelle des bisherigen Betriebsgebäude der Fa. Ponnath definieren den dann breiteren Straßenraum der Wunsiedler Straße in Richtung Westen neu.

STADTEINGÄNGE

Sämtliche Stadteingänge (Wunsiedler Straße, Werner-von-Siemens-Straße, Bayreuther Straße) sollen attraktiver gestaltet werden. Besonders die wichtigste Stadtzufahrt die Bayreuther Straße soll ein neues Gesicht erhalten. Neben gestalterischen Aspekten soll hier auch ein städtebauliches Ordnungsprinzip erkennbar werden.

Mit dem Aufbau von Baumachsen bestehend aus mittelkronigen, heimischen Bäumen beidseitig der Bayreuther Straße in Verbindung mit einer homogenen Gestaltung der Vorzonen der Gewerbebetriebe und der Einzelhandelsunternehmen und der Festsetzung von zukünftigen Baulinien wird der Stadteingang eine entscheidende Attraktivitätssteigerung erhalten (vgl. auch Kapitel VIII 4.1.2.3 und Kapitel 4.3.1).

STRASSENRAUMGESTALTUNG / STADTBODEN

Die im gesamten Stadtgrundriss Kemnaths ablesbare hierarchische Struktur mit der Altstadt als Mittelpunkt und städtebaulich bedeutsamstem Stadtbereich soll sich auch in der Gestaltung des Stadtbodens widerspiegeln.

Die Wertigkeit der verwendeten Materialien soll – entsprechend dieser Gestaltungshierarchie – vom Stadtkern zu den Stadträndern hin abnehmen.

Daher sollen

- bei der Gestaltung des Cammerloherplatzes als Auftakt zur Altstadt die bereits im Altstadtzentrum verwendeten Materialien und Gestaltungsprinzipien fortgeführt werden,
- die außerhalb der Stadtmauer liegenden und untergeordneten Straßenzüge des Schützengrabens, des Weihergrabens sowie die Friedrichstraße mit weniger hochwertigen Materialien ausgeführt werden. (z. B. Fahrbereiche in Asphalt mit heller Beimischung, Seitenbereich und die direkt anschließenden einsehbaren privaten Grundstücksflächen mit Natursteinpflaster),
- die Straßenräume der Bayreuther Straße, Werner-von-Siemens-Straße, Wunsiedler Straße und die Straßenzüge der Stadtumfahrung, bei denen neben dem gestal-

terischen Aspekt vor allem verkehrliche Gesichtspunkte im Vordergrund stehen, mit Asphaltbelägen und die angrenzenden Gehsteigbereiche mit Betonsteinpflaster ausgeführt werden (vgl. bereits ausgeführte Schulstraße).

GEBÄUDE

Sanierung von Gebäuden

Die Altstadt von Kemnath hat seine historische Gebäudestruktur und sein Erscheinungsbild weitgehend erhalten können.

Jedoch sind an einigen bestehenden Gebäuden wegen fehlender Nutzung bzw. unterbliebender Bauunterhaltung empfindliche Störungen im Stadtbild entstanden (vgl. Plan „Städtebauliche Missstände“).

Bei den im Neuordnungskonzept gekennzeichneten Gebäuden mit Sanierungspriorität handelt es sich in der Regel um ortsbildprägende Gebäude durch deren Sanierung das Erscheinungsbild der Straßenräume erheblich aufgewertet werden kann. Bei diesen Gebäuden ist eine Gesamtsanierung erforderlich, da es sich hier überwiegend um substantielle Mängel handelt.

Folgende Gebäude werden mit Sanierungspriorität gekennzeichnet:

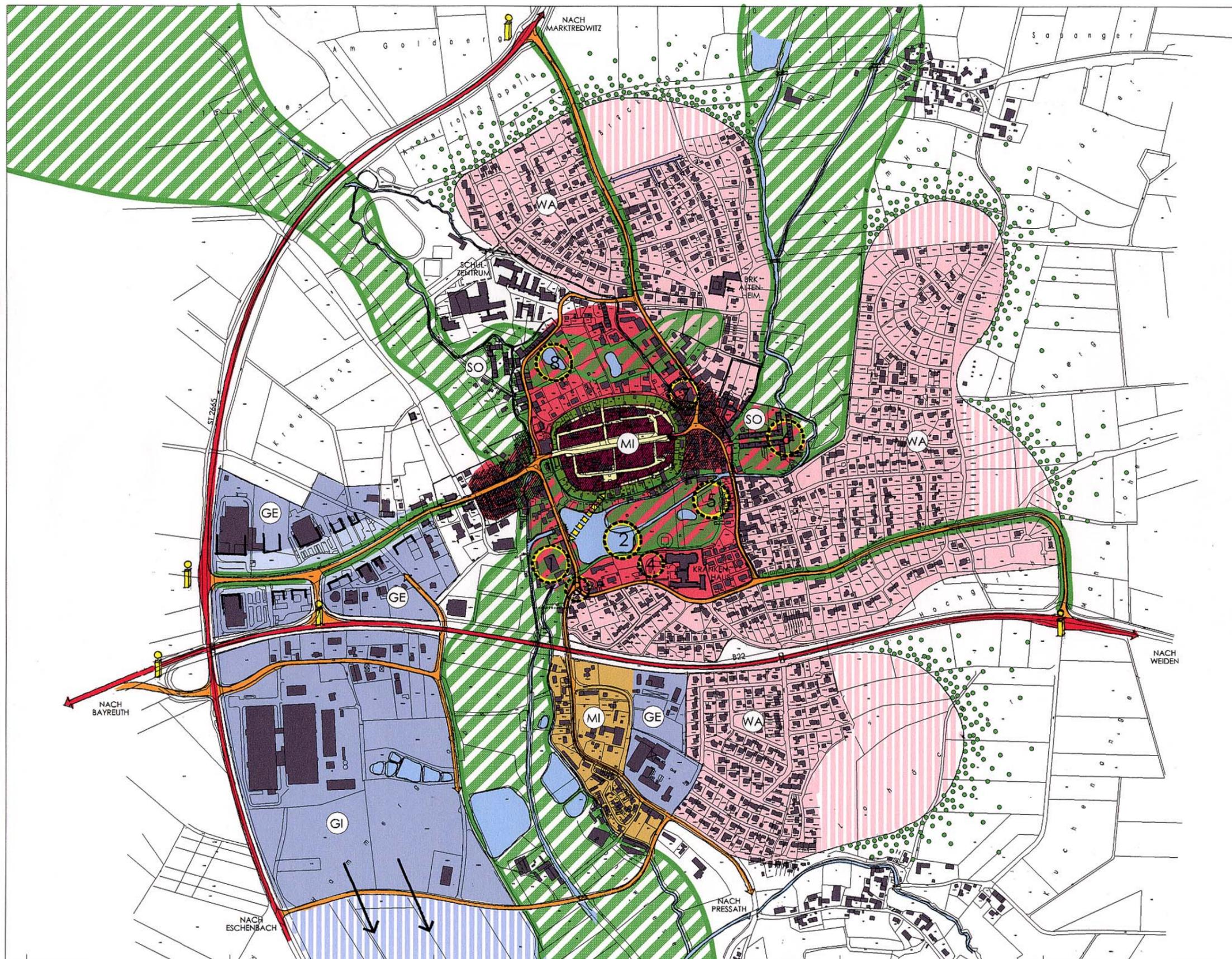
- Ehemaliges Weißbrauhaus, Trautenbergstraße 8/10
- Rückgebäude, Trautenbergstraße Flur-Nr. 84
- Ehemaliges Kino, Trautenbergstraße 16
- Wohnhaus, Schmidtstraße 15
- Wohn- und Geschäftsgebäude, Stadtplatz 3
- Wohn- und Geschäftsgebäude, Cammerloherplatz 4, 5, 9 und 11

Anhaltspunkte für die Sanierung und Gestaltung dieser Gebäude können dabei von den Bürgern und den Planern aus der bereits oben erwähnten Gestaltungsfibel entnommen werden.

Integration von Neubauten

Bei einem Ersatz eines Gebäudes bzw. der Ergänzung einer Baulücke durch einen Neubau ist darauf zu achten, dass der neue Baukörper die ortstypischen Proportionen, Fassadengestaltungen und Materialien aufnimmt bzw. durchaus in eine moderne Formensprache umsetzt und sich somit in den historisch gewachsenen Straßenraum einfügt.





STADTENTWICKLUNGSKONZEPT KEMNATH

RAHMENPLAN

- ÜBERÖRTLICHES STRASSENNETZ
- ÖRTLICHE HAUPTERSCHLIESSUNGS- BZW. HAUPTSAMMELSTRASSE
- VORGESCHLAGENE ÖRTLICHE ERSCHLIESSUNGS- BZW. SAMMELSTRASSE
- INNENSTADTBEREICH
- ENTWICKLUNG INNENSTADTBEREICH
 1. Erlebnisinkauf an der Amberger Str.
 2. Freizeit- und Erholungsbereich Stadtwaiher/ Seeleitenpark
 3. Verkehrsknotenpunkt Amberger Str./ Werner-von-Siemens-Str
 4. Schwerpunkt Gesundheit
 5. Entlastungsparkplatz "Seeleitenpark"
 6. Scheunenviertel "Am langen Steg"
 7. Umnutzung ehem. Ponnath-Gelände
 8. Entlastungsparkplatz "Am Eisweiher"
- HISTORISCHE ALTSTADT
- ÖSTLICHE UND WESTLICHE VORSTADT
- GEWERBE
- ENTWICKLUNG GEWERBE
- GEWERBEGEBIET
- INDUSTRIEGEBIET
- WOHNEN
- ENTWICKLUNG WOHNEN
- ALLGEMEINES WOHNUNGEBIET
- MISCHGEBIET
- SONDERGEBIET
- ENTWICKLUNG GRÜNZUG
- ORTSRANDEINGRÜNUNG
- GRÜNGÜRTEL UM DIE STADTMAUER
- ENTWICKLUNG GRÜNACHSEN
- BACHLAUF/ WEIHER
- INFORMATIONSPUNKTE AN ZENTRALEN ZUFAHRTSSTELLEN
- NEUE RAUMBEGRENZUNG IN VERBINDUNG MIT EINHEITLICH GESTALTETEN VORZONEN
- VORGESCHLAGENE VERKNÜPFUNG
- ABGRENZUNG DES FÖRMLICH FESTGELEGTEN SANIERUNGSGEBIETES "ALTSTADT KEMNATH"
- VORSCHLAG ZUR ERWEITERUNG DES FÖRMLICH FESTGELEGTEN SANIERUNGSGEBIETES

KARTENHINWEISE:
DIGITALE FLURKARTE VOM VERMESSUNGSAMT ESCHENBACH / GfV.

STADTENTWICKLUNGSKONZEPT KEMNATH
KARTE 31 RAHMENPLAN

JUNI 2004

RESCH + STIEFLER + PARTNER GbR
ARCHITEKTEN UND STADTPLANER
WÄNDELSTRASSE 3 95444 BAYREUTH T. 0921-764500

Karte 31 Rahmenplan Innenstadtbereich



STADTENTWICKLUNGSKONZEPT KEMNATH

RAHMENPLAN

- ENTWICKLUNG INNERÖRTLICHE STADTUMFAHRUNG
- HAUPTGESCHÄFTSBEBIECH ALTSTADT
- SONSTIGE VERKEHRSFLÄCHEN
- RAD- UND FUSSWEGE
- ENTLASTUNGSPARKPLATZ
- VORRANGIGE BAULICHE, GESTALTERISCHE UND FUNKTIONALE ENTWICKLUNG
- GEBÄUDE MIT BESONDERER NUTZUNG
- BRUNNEN/ DENKMAL
- ÜBERGEORDNETER GRÜNZUG ENTLANG DER BACHLÄUFE
- GRÜNGÜRTEL UM DIE ALTSTADT
- SONSTIGE GRÜN- UND FREIFLÄCHEN
- ABGRENZUNG DES FÖRMLICH FESTGELEGTE SANIERUNGSGEBIETES "ALTSTADT KEMNATH"
- VORSCHLAG ZUR ERWEITERUNG DES FÖRMLICH FESTGELEGTE SANIERUNGSGEBIETES

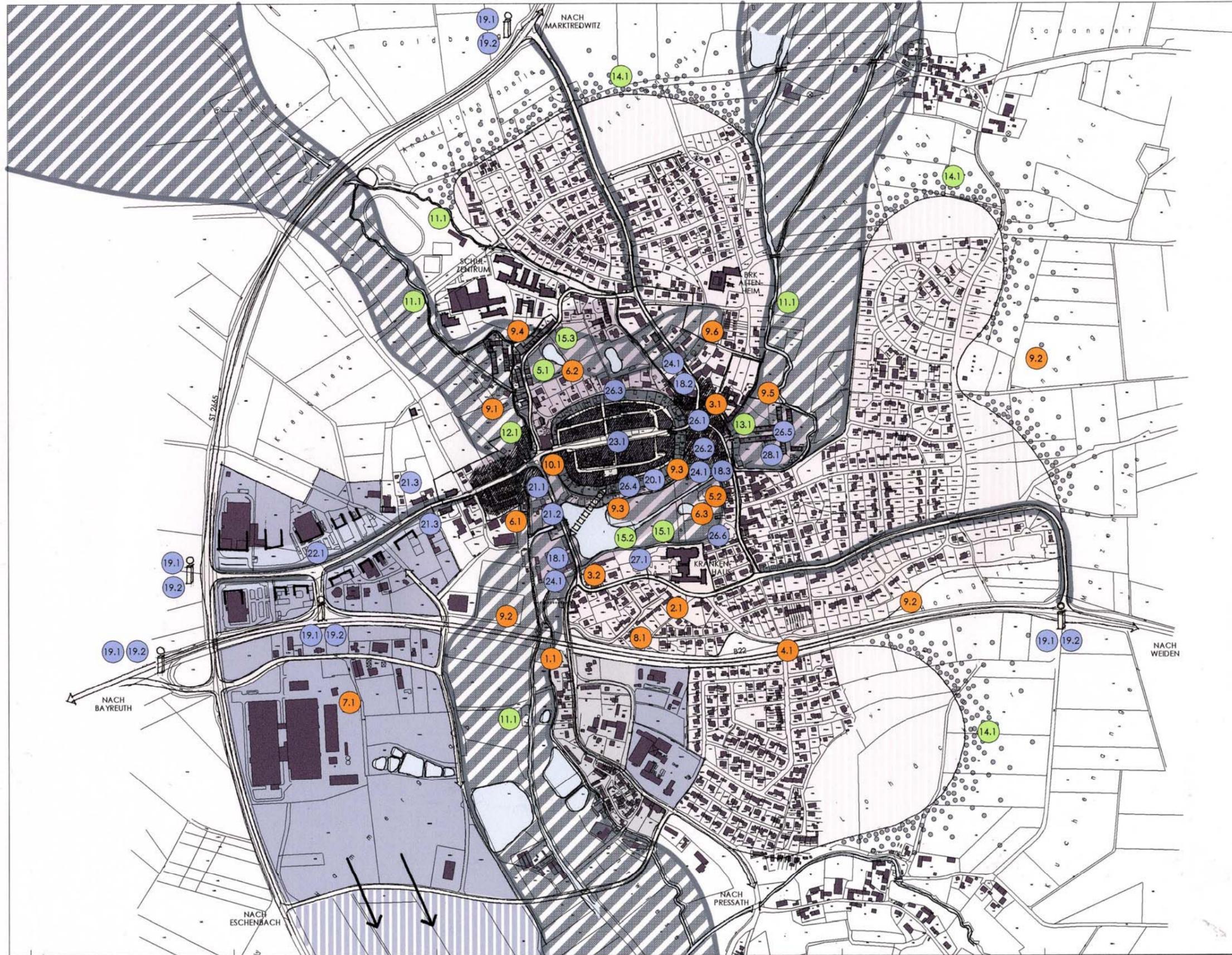
KARTENGRUNDLAGE: DIGITALE FLURKARTE VOM VERMESSUNGSAMT ESCHENBACH / OPF.

STADTENTWICKLUNGSKONZEPT KEMNATH
KARTE 32 RAHMENPLAN

JUNI 2004

RESCH + STIEFLER + PARTNER GbR
ARCHitekten und Stadtplaner
WAHNFRIEDSTRASSE 3 95444 BAYREUTH T. 0921-764500

Karte 32 Maßnahmenplan



STADTENTWICKLUNGSKONZEPT
KEMNATH

MASSNAHMENPLAN

I VERKEHR

- 1.1 Weitere zentrale Anschließstelle an die Bundesstr. B22
- 2.1 Verkehrs- und funktionsgerechte Neugestaltung der süd. Stadumfahrung Werner-von-Siemens-Str.
- 3.1 Neugestaltung Dammleherplatz (siehe Pkt. 26.1)
- 3.2 Anlegen eines Kreisverkehrs im Bereich des Verkehrsknotens Amberger Straße/Werner-von-Siemens-Straße
- 4.1 "Überdeckung" B 22
- 5.1 Anlegen eines Entlastungsparkplatzes "Am Eiseweher" (siehe auch Pkt. 15.3)
- 5.2 Anlegen eines Entlastungsparkplatzes an der "Seelstele"
- 6.1 Anlegen von Stellplätzen westlich vom Fallbach auf Flur-Nr. 1162 in Verbindung mit Quatergerwegen
- 6.2 Errichten von Quatergerwegen im Bereich "Am Eiseweher" auf Flur-Nr. 2484
- 6.3 Errichten von Quatergerwegen in Verbindung mit dem Entlastungsparkplatz an der "Seelstele"
- 7.1 Nachweis von Kunden- und Mitarbeiterstellplätzen auf Privatgrund: gestalterische Verbesserung der Stellplätze
- 8.1 Verbesserung der Fuß- und Radewegeverbindungen von Ost nach West durch eine schräge Beschließung, Infos, usw.
- 9.1 Fußweg von der Schulstraße (Grabenkapelle) in Richtung Westen zum Friedhof
- 9.2 Fußweg von der Rotenstraße in Richtung Osten entlang der Bundesstrasse B22
- 9.3 Fußwegeverbindung im Bereich des Stadtwahrs in Richtung Altstadt über Mittelbach, Spitalgraben und Wehgraben sowie Fußverbindung zur Frontstraße
- 9.4 Wünschenswerte Fußwegeverbindung von der Schulstraße in Richtung Norden
- 9.5 Fußweg von der Erbendorfer Straße in Richtung Norden, entlang des ehemaligen Klosters und weiter in Richtung Eisendörfel
- 9.6 Fußweg von der Wunseder Str. in Richtung BRK Altenheim
- 10.1 Schaffung eines bedarfsgerechten öffentlichen Personennahverkehrs, Optimierung des ÖPNV (Zellen, Umsteigeverbindg.)

II GRÜN- UND FREIRÄUMEN

- 11.1 Ökologischer Ausbau der natürlichen Uferbereiche
- 12.1 Beseitigung von ortsbildstörenden Nebengebäuden, die im Grünzug liegen, sowie Pflanzen von heimischen Bäumen und Sträuchern
- 13.1 Wiederlegen des Ritzbaches nach Abbruch von Gebäuden bzw. Nebengebäuden
- 14.1 Herstellen einer Ortsrandbegrenzung mit standorttypischen Gehölzen
- 15.1 Grünarchitektonische Verbesserungen im Bereich des Stadtwahrs/ Seelsteleparkes
- 15.2 Errichtung einer Seebühne mit textiler Überdeckung
- 15.3 Abrück- und Umgestaltung des Eisewehrs zu einem Auen- und Verweilbereich
- 16.1 Entwickeln von grünarchitektonischen Gestaltungsrichtlinien in Form einer Gestaltungsfibel (s. Punkt 17.1)

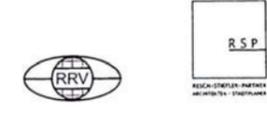
III STADTGESTALTUNG IN VERBINDUNG MIT NUTZUNG

- 17.1 Erstellen einer "Kemnather Gestaltungsfibel" (Altstadt Wohnen/Gewerbe)
- 18.1 Bereich ehem. Brauhaus "Kemnath": Freimachen des Grundstockes, Abrucharbeiten, Umnutzung
- 18.2 Bereich ehem. Betriebsgebäude Fa. Pirmath: Freimachen des Baugrundstückes, Abrucharbeiten, Umnutzung
- 18.3 Bereich Seelstele: Grunderwerb, Freimachen des Grundstockes, Neugestaltung eines Entlastungsparkplatzes
- 19.1 1. Stufe: Entwicklung eines Beschließungssystems
- 19.2 2. Stufe: Errichtung von elektronischen Info-Terminals an zentralen Standorten
- 20.1 Beseitigung von ortsbildstörenden Anbauten bzw. Überbauungen zur Wiederherstellung der Stadtmauer bzw. Verdeckung des historischen Stadtmauerbaus als Bodentextur, Begrünung
- 21.1 Neue bauliche Raumkarte zum Pirmathplatz auf Flur-Nr. 633 (Pirmath)
- 21.2 Raumkartenerlassung durch neue Gebäude zwischen Anwesen Amberger Str. 8 u. 14/ Nutzung z. B. Dienstleistung
- 21.3 Bauliche Raumkarte entlang der Bayreuther Str. zwischen Feuerwehrturm und Friedhofkirche/ Nutzung z. B. soziales Dienstleistungszentrum
- 22.1 Einzelfache Festlegung der Gestaltung (Homogenität) von Stellplätzen, Begrünungen, gemeinsame Zufahrt
- 23.1 Ökologische Umbau- und Sanierungsmaßnahmen innerhalb der Altstadt:
Schmidstraße 15
Stadtplatz 3
Trautenbergstraße 8+10 (ehem. Weißbrauhaus)
Trautenbergstr. 18 (ehem. Kino)
Trautenbergstr. Fl.-Nr. 94
Dammleherplatz 4,5,9,11
- 24.1 Abruch von Stadtbildstörenden (s. Pkt. 18.1 bis 18.3)
- 25.1 Wiederherstellung von Raumkarten (s. Pkt. 21.1 bis 21.3)
- 26.1 Neugestaltung des Dammleherplatzes
- 26.2 Neugestaltung der Friedhofstraße
- 26.3 Neugestaltung Schulzengraben
- 26.4 Neugestaltung Wehgraben
- 26.5 Neugestaltung Am Langen Rieg
- 26.6 Neugestaltung Seelstele (nur Straßensraum)
- 27.1 Neubau von Reha-Einrichtungen, Praxisklinik etc. als Ergänzung zum Krankenhaus
- 28.1 Umnutzung Scheunenviertel, Quartiersstudie

KARTENGRUNDLAGE:
DIGITALE FLURKARTE VOM VERMESSUNGSAMT ESCHENBACH / ÖPNV
STADTENTWICKLUNGSKONZEPT KEMNATH
KARTE 33 MASSNAHMENPLAN

JUNI 2004

RESCH + STIEFLER + PARTNER GmbH
ARCHITECTEN UND STADTPLANER
WAHNFRIEDSTRASSE 3 95444 BAYREUTH T. 0921-764500



5. Strategien für eine gesamtstädtische nachhaltige Einzelhandelsentwicklung

Angesichts der Leitbilder der Stadtentwicklung (s. Kap. VII) und dem Wunsch, eine für die Gesamtstadt wirtschaftlich und städtebaulich sinnvolle Entwicklung voranzubringen, ergeben sich **drei Strategien für Kemnath**:

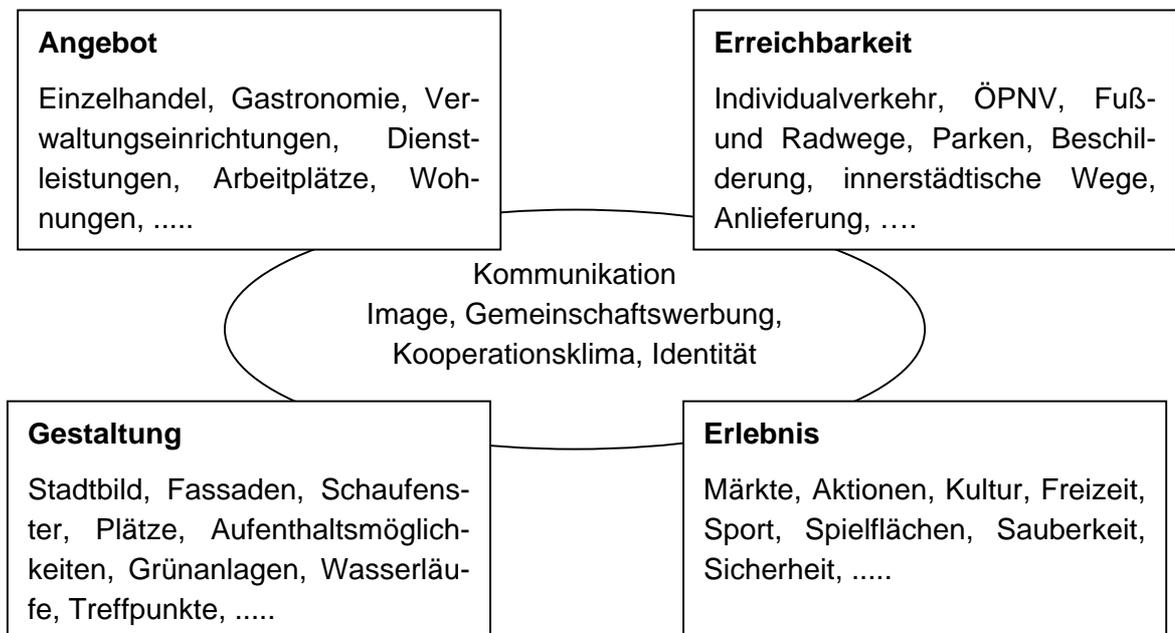
- Steigerung der Attraktivität der Innenstadt,
- Entwicklung bzw. Erhalt einer zweipoligen Einkaufslandschaft und
- Schaffen von Verbindungen zwischen den Einzelhandelsbereichen sowie zwischen Wohngebieten und Innenstadt.

Diese werden nachfolgend erläutert und mittels konkreter Projektvorschläge auch Umsetzungswege aufgezeigt. Die wichtigsten Projekte werden im abschließenden Aktionsprogramm bzw. im Maßnahmenkatalog (Kap. IX) im Detail vorgestellt und mit möglichen Trägern, Finanzierungswegen, Prioritäten und Referenzbeispielen im Sinne von Machbarkeits-Studien konkretisiert.

5.1 Steigerung der Attraktivität der Innenstadt

Verschiedene Faktoren tragen dazu bei, die Attraktivität einer Innenstadt zu erhöhen. Sie lassen sich in **vier Teilbereiche** untergliedern (s. Abb. 111). Mit dem Oberziel das Image der Stadt zu verbessern, sofern die Kommunikation und die Kooperation zwischen den Akteuren entsprechend funktioniert.

Abb. 111 Faktoren für eine attraktive Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung, angelehnt an CIMA-Stadtmarketing GmbH, München 1999

5.1.1 Angebotsverbesserung innerhalb der Innenstadt

Im abgegrenzten Innenstadtbereich von Kemnath (s. Kap. VIII 3) lässt sich eine Konzentration der **Einzelhandelsgeschäfte** auf den historischen Stadtplatz festhalten. Auch Angebote aus der **Gastronomie** und des **bevölkerungsnahen Dienstleistungsbereiches** sind hier recht häufig ansässig. Der Cammerloher Platz mit seinen abzweigenden Seitenstraßen weist noch eine gewisse **Angebotsdichte** auf. Insgesamt fallen die Seitenstraße als Einkaufsorte jedoch deutlich ab und auch in einzelnen Sortimentsbereichen (s. Kap. VIII 2.3) besteht Entwicklungsbedarf.

Um die regionale Mittelpunktfunktion der Stadt Kemnath (Stichwort Kemnather Land und Mittelzentrum) zu stärken, sollte der Einzelhandel am Stadtplatz und in seinem Umfeld möglichst die Funktion eines „Schaufensters für die Region“ übernehmen, in dem Neues, Modisches und Besonderes gezeigt und geboten wird. Das **Ziel der Angebotsstruktur** in der Innenstadt sollte es darum sein, die „Arbeitsteilung“, die sich aus dem sog. „zweipoligen Konzept“ (s. Kap. VII 5.2) ergibt, widerzuspiegeln. Dabei kommt dem Stadtplatz als **„Einkaufsmeile“ die Funktion der Unverwechselbarkeit**, der kleinteiligen Angebots- und Infrastrukturmischung sowie des Erlebnisraumes zu. Wie die konkrete Vor-Ort-Analyse zeigt, bestehen einige Ansätze einer attraktiven Einzelhandelslandschaft in der Innenstadt. Durch den niedrigen Filialisierungsgrad und die sich hier befindenden alteingesessenen Geschäfte ist eine gewisse Unverwechselbarkeit gegeben. Jedoch zeigt sich in Kemnath auch die Gefahr einer Verengung des Warenspektrums auf Güter des kurzfristigen Bedarfes mit höherer Qualität (Konditorei, Naturkost) und Bekleidung mittlerer Qualität. Außerdem ist ein Mangel in einzelnen Branchen, wie z.B. Spielwaren, CDs/Bücher, Kleidung für bestimmte Gruppen, Schuhe/Lederwaren, Optik/Schmuck, die zu einem **ansprechenden innerstädtischen Branchenmix** dazugehören, zu verzeichnen.

Die Grundlage einer zukunftsfähigen gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur sollte ein Sortimentsleitbild als Orientierung sein. Ansiedlungen in den erwünschten Sortimentsbereichen gilt es anzuregen, zu fördern. Dies wäre z.B. eine Aufgabe der Stelle für Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing (**Regionalmanager „Kemnather Land“** s. Projekt 2). U.a. sollte hierfür ein **„Leerstands- bzw. Flächenmanagement“** (s. Projekt 6) erarbeitet werden. Alle vorhandenen bzw. neu hinzukommenden Brachflächen bzw. Leerstände sind auf ihre Eignung für verschiedene Ansiedlungen zu prüfen und aktiv zu vermarkten. Neben Standorten für den Handel sind in einer solchen Leerstands- und Flächenaufnahme auch Flächen für Gewerbeansiedlungen aufzunehmen.

Zur Angebotsverbesserung der Kemnather Innenstadt sind aber **v.a. auch die ansässigen Händler aufgefordert**. Die Aspekte Einzelhandel und Freizeit als Entscheidungsfaktoren, den Stadtplatz und seine Seitenbereiche zu besuchen, müssen dringend von allen Akteuren gestärkt werden. Im Zentrum aller Bemühungen von Seiten der Händler zur Angebotssteigerung sollte die **Verbesserung der Kundenorientierung** (s. Projekt 14 „Maßnahmen zur Kundenbindung“) stehen, damit eine enge **Kundenbindung** der innerstädtischen Geschäfte erreicht bzw. erhalten werden kann. Durch „Zusatzdienstleistungen“ gilt es, die **Stammkundschaft** weiter an sich zu binden und auch **neue Kunden** nach Kemnath zu locken. Mit verschiedenen Aktionen kann und sollte die Stadt bzw. das Stadtmar-



keting die Einzelhandelsbetriebe unterstützen und so zur Schaffung eines lebendigen Image als attraktive Einkaufsstadt beitragen (s. Projekt 16). Die Realisierung von Maßnahmen zur Kundenbindung (z.B. Kundenkarten, Öffnungszeiten) ist in **Zusammenarbeit der Einzelhändler** im ganzen Kemnather Land, beispielsweise unter dem Dach vom „KEM Gewerbeverband“ oder auch einer neuen Stadtmarketingorganisation am besten zu erreichen. Hier sollte durch eine umfassende Zusammenarbeit aller Akteure zum Wohl der ganzen Händlergemeinschaft deutlich werden, dass die Händler in der Innenstadt und im Gewerbegebiet zwar teilweise grundsätzlich Konkurrenten sind, jedoch auch gegenseitig vom Kundenpotenzial profitieren können.

Die **Attraktivität des Angebots einer Innenstadt** macht aber nicht nur der Handel aus, sondern auch **andere Funktionen neben dem Versorgen** sollten in der Innenstadt realisiert werden können. Die Innenstadt muss als Wohn-, Arbeits-, Freizeit- und Bildungsstandort attraktiv sein. Auf die Aufwertung als Freizeitstandort wird im nachfolgenden Kapitel eingegangen. Die **Innenstadt als Arbeitsort** zu stärken, bedeutet neben den Arbeitsplätzen im Handel und der Gastronomie v.a. auch An- oder Umsiedlungen aus dem Dienstleistungsbereich auf den Innenbereich zu konzentrieren. Arbeitnehmer wie Besucher dieser Einrichtungen werden auch zu Kunden des Handels. So wäre es z.B. denkbar, im Sinne des Leitgedankens der **Gesundheitsregion** (s. Projekt 15) ein Ärztezentrum oder auch eine Reha-Einrichtung im Bereich zwischen Krankenhaus und Stadtplatz zu etablieren und mit den Beratungsstellen von Krankenkassen zu verbinden. Darüber hinaus sind auch **Maßnahmen zur Stärkung des innerstädtischen Wohnens** eine Handlungsrichtung für die Attraktivierung der Innenstadt. Um den historischen Stadtkern aber als Wohnraum attraktiv zu halten, sollte v.a. die **Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs am Stadtplatz** möglich sein. Neben Metzgereien, Bäckereien und Natur-/Feinkostläden bedeutet dies aber auch, eine günstige Einkaufsmöglichkeit wie den „nah und gut“ möglichst am Standort zu erhalten.

Neben einer Erlebnis- und Einkaufsmeile im historischen Stadtkern bis in die Vorstädte sollte ein weiterer **Einkaufsschwerpunkt auf dem Brauereigelände** (Gelände des ehemaligen Brauhauses Kemnath) **am Stadtweiher** entwickelt werden (Projekt 13 und 19). Die Anforderungen moderner Handelsbetriebe an Verkaufsfläche und Erreichbarkeit mit dem PKW sind in engen historischen Innenstädten nur bedingt zu erfüllen. Jedoch kann Kemnath mit dem Brauereigelände einen **attraktiven innerstädtischen Standort für die Einzelhandelsentwicklung** anbieten. Bei der Entwicklung sollte hier aber auf eine Konzeption geachtet werden, die zur Aufwertung des Stadtweihers (siehe Impulsprojekt 2 und Kap. VIII 4.2.4, Abb. 103) passt. Eine qualitativ hochwertige **multifunktionale Nutzung** mit Handel und Freizeiteinrichtungen, eventuell auch Büronutzung sind einer reinen Einzelhandelsagglomeration insbesondere aus dem Discountbereich eindeutig vorzuziehen. Zusammen mit dem Immobilieneigentümer sollte diese Fläche bei entsprechenden Investoren (über das Internet oder Immobilienzeitungen) angeboten werden.

5.1.2 Erlebnisaufwertung

Erlebnisse und Emotionen werden für das Image einer Innenstadt als Einkaufsbereich immer bedeutender. Die einheitlichen Angebote von Filialisten machen Innenstädte je-



doch austauschbar. Neben der historischen Bausubstanz, die in Kemnath zu einer Unverwechselbarkeit beiträgt, und den Kemnather Fachgeschäften gilt es, Erlebnisse mit dem Stadtplatz zu verbinden und so das **Bewusstsein für den Einkaufsbereich Innenstadt** bei den eigenen Bürgern und den Bürgern aus dem Umland zu erhöhen.

Der Bereich Erlebnisaufwertung bzw. **freizeitorientierte Dienstleistungen zur Generierung von Erlebnissen** ist ein äußerst breites und heterogenes Feld, die Akteure sind hier neben den Einzelhändlern die Gastronomen und auch die Vereine, die Künstler der Stadt und der Region und viele mehr. Im folgenden soll deshalb eine Unterteilung in die Bereiche **Handel bzw. Händler und Stadtmarketing, Kultur und Freizeit sowie Gastronomie** vorgenommen werden.

HÄNDLER BZW. HÄNDLERGEMEINSCHAFT ODER STADTMANAGER „KEMNATHER LAND“

Einzelne Händler, die **Veranstaltungen in bzw. vor den Einzelhandelsgeschäften** durchführen oder die Geschäftsinhaber eines ganzen Straßenzugs sind heute als Erlebnisakteure gefordert. Kundenbindung und Werbung läuft zwar häufig über Rabatte, dies ist aber insbesondere für selbständige Fachhändler nur bis zu einer bestimmten Grenze möglich. Daher ist das **Ansprechen von Emotionen** eine weitere Möglichkeit, sich Stammkundschaft zu schaffen. Für den räumlich größer gefassten Umfang eines Straßenzuges könnten **themenspezifische Veranstaltungen** im Mittelpunkt stehen, die sich entweder an der Historie von Kemnath orientieren oder besondere Ereignisse originell in Szene setzen (Projekte 14, 16 und 17). Bei der Realisierung dieses attraktiven Zusatzangebotes müsste neben einer professionellen Vermarktungsstrategie v.a. auch auf eine hohe Qualität und eine breite Angebotspalette Wert gelegt werden. Neben den Händlern sind hier auch weitere Akteure wie Gastronomen und Dienstleister mit in der Verantwortung.

Insbesondere für die Erlebnisaufwertung der Innenstadt sowie des „Kemnather Landes“ mit Kemnath als Mittelpunkt von zentraler Bedeutung ist die **organisatorische Maßnahme der Einrichtung eines Stadtmanagements**. Für eine erfolgsversprechende zukünftige Entwicklung sowohl der Innenstadt Kemnaths als auch der gesamten Idee, Kemnath als Mittelpunkt des „Kemnather Landes“ für eine nachhaltige Entwicklung der Region zwischen den Oberzentren Bayreuth, Marktredwitz/Wunsiedel und Weiden aufzuwerten und zu etablieren, ist es unbedingt notwendig, dass alle Beteiligten und Betroffenen an einem Strang ziehen. Diesbezüglich müssen die Partikularinteressen zurückgestellt und **gemeinsame Vorstellungen, Forderungen sowie eigene Lösungsansätze kommuniziert werden**. Für ein **koordiniertes Vorgehen** unter Einbindung der für die Entwicklung relevanten (öffentlichen) Stellen bei allen Gemeinden der Modellstadt „Kemnather Land“ bedarf es eines Koordinators bzw. Moderators des Prozesses. Ein Stadt- oder Regionalmanagement lebt von der Beteiligung aller interessierten Gruppen aber auch von der Person, die die **Koordination und Kommunikation** sowie die **Betreuung der Umsetzung** der Ideen übernimmt. Für die Stadt Kemnath ist dieser Gedanke im Rahmen eines Stadtmarketings bereits in den 1990er Jahren mit der Idee „Kemnath aktiv“ aufgegriffen worden und nun mit den KEMNATH InitiAktiv-Teams wieder aufgelebt. Jedoch sollte der **Stadt-**



marketing- bzw. -managementgedanke, um zukunftsfähig zu sein, fester verankert und regional ausgeweitet werden (s. Projekt 2 Regionalmanager „Kemnather Land“).

KULTURSCHAFFENDE, VEREINE, U.Ä.

Die Kultur war neben dem Einzelhandel schon immer eine der prägenden Innenstadtnutzungen und sollte sich, wenn man das Interesse einer Stärkung der Innenstadt verfolgt, **schwerpunktmäßig in diesem historischen Stadtgefüge** abspielen.⁷² Wobei unter Kultur sowohl der sog. institutionalisierte Teil, wie Theater, Museen und Galerien, als auch die von Bürgern, Vereinen und Künstlern ausgehenden Aktivitäten, Events sowie „alternative“ kulturelle Veranstaltungen, wie Kleinkunstveranstaltungen, Szene-Events, Konzerte städtischer und regionaler Gruppen usw. zu verstehen sind. Erst durch eine **vielfältige Mischung** der verschiedensten Stilrichtungen und Formen erreicht eine Stadt wie Kemnath ein wirkliches Flair. Insbesondere der Bereich der alternativen kulturellen Veranstaltungen bietet einen großen Spielraum und kann sich bei entsprechender Originalität zu einem das Image der Stadt prägenden Faktor entwickeln. Aber auch durch die Tradition im Passionsspiel und die religiösen Bräuche können sich Ansatzpunkte ergeben.

Mit einem „Tag des Denkmals“ oder einer „Museumsnacht“ sollen mancherorts einer **breiten Bevölkerungsschicht kulturelle Besonderheiten erschlossen** werden. Derartige Veranstaltungen, die eine Besonderheit und Seltenheit darstellen, besitzen ebenso wie **verkaufsoffene Sonntage** eine große Anziehungskraft und könnten beispielsweise **mit entsprechendem Gastronomieangebot** gekoppelt werden. Insgesamt sollte sich auch die sog. „Hochkultur“ einem breiteren Publikum öffnen, was dadurch erreicht werden könnte, dass z.B. Theatergruppen in der **Innenstadt** im Rahmen sog. Theaterfestivals auftreten oder ein Orchester am **Stadtweiher** aufspielt (s. hierzu Projekte 13 und 19 sowie städtebauliche Maßnahmen rund um den Stadtweiher). Auch einige **Ideen aus den KEMNATH InitiAktiv – Teams** gehen in diese Richtung und sollten weiterverfolgt werden. Beispielsweise könnte die Bücherei im Alten Rathaus in Kemnath mit geringem Aufwand für Ausstellungen regionaler Künstler genutzt werden. Die Attraktivität und der Bekanntheitsgrad der Bücherei wird erhöht und neue Personenkreise in den Stadtkern gelockt. Darüber hinaus sollte der Ansatz, alte Bräuche zu erforschen, die für Kemnath typisch sind, weiterverfolgt und daraus Themenwochen entwickelt werden. Im Rahmen von Volkskunsttagen wäre es denkbar, neben der Passion den Laienspielgruppen aus Kemnath und Umgebung Raum für ihre Kunst zu bieten.

Zur Kultur im weiteren Sinne zählen auch **Marktveranstaltungen**, wie der Wochenmarkt oder sog. „**Themenmärkte**“, wie Bauernmärkte, (Kunst-)Handwerkmärkte o.ä.. Gerade in einer Stadt mit Ernährungsindustrie ergeben sich hier Ansatzpunkte für imageträchtige Veranstaltungen. Märkte haben zwar eine geringe unmittelbare wirtschaftliche Bedeutung, jedoch nehmen sie im Bewusstsein der Öffentlichkeit einen **hohen Stellenwert** für eine **erlebnisorientierte Innenstadt** ein. Neben den Firmen Ponnath und der Käserei Bayreuth könnten sich an einem „Kemnather Spezialitätenmarkt“ auch Teich- und Landwirte

⁷² vgl. Meyer, B. „Stadtfeste und kommunaler Kulturauftrag: Widerspruch oder Chance für eine gemeinsame Entwicklung“ (1999) in: der städtetag 5/1999, S. 27 f.

aus der Region beteiligen (s. Projekte 16 und 19). Auch die Idee und die Bemühungen des KEMNATH InitiAktiv – Teams Kultur bzgl. der Veranstaltung einer „Kemnather Weihnacht“ ist hier eine gute Maßnahme.

Neben dem eher punktuellen Einsatz von Kultur und Freizeit als Magneten für die Innenstadt sind auch **kultur- bzw. freizeitbezogene Verknüpfungsmöglichkeiten** eine Strategie, die in Kemnath eingesetzt werden könnte. **Wege** zwischen verschiedenen Standorten werden als **kürzer empfunden und besser angenommen**, bieten sie Abwechslung in den Baustruktur, schöne Sichtbeziehungen und interessante Punkte, die zum kurzen Verweilen einladen. Ferner können so Besucher auch **in Stadtteile gelenkt** werden, die Interessantes bieten aber abseits der Hauptverbindungsstrecken liegen. Beispiele für freizeit- bzw. kulturbezogene Verknüpfungsansätze findet man inzwischen in verschiedenen Städten. Informationswege oder Freizeitpfade bedürfen i.d.R. geringer Investitionen und können auch gut über Sponsoring mitfinanziert werden. Skulpturen und Kunstobjekte im Straßenraum oder auch gut aufbereitete Informationen zur Stadtgeschichte prägen in nicht zu vernachlässigender Art und Weise das Flair einer Innenstadt und laden zum Bummeln und Flanieren ein (s. auch im Rahmenplan Kap. VIII 4.1.3, Karte 28 und Kap. 5.3.).

Die **gesamte Innenstadt** und nicht nur einzelne Standorte **werden, auch über längere Zeiträume**, in einigen Städten durch Inszenierungen auf mehreren „Bühnen“ belebt, wie z.B. durch den „Oldenburger Kultursommer“ mit kostenlosen **Musikveranstaltungen** in der Innenstadt an 20 Tagen im Jahr oder den „Bonner-Sommer“, wo man eine regelrechte „Arbeitsteilung“ bezüglich der Funktion einzelner Gassen und Plätze als Veranstaltungsbühne vorfindet. In einer kleineren Dimension ist eine **Musiknacht** auch in einer Stadt wie Kemnath in Zusammenarbeit mit den Vereinen und Bands der Region umsetzbar. Interessante Standorte an den Weihern oder im Stadtkern sind hierfür in Kemnath problemlos zu finden.

Auch **sportliche Veranstaltungen** wie der „Weltkulturerbelauf“ in Bamberg oder die „night-runnig“ Veranstaltungen in den oberfränkischen Oberzentren tragen viel zur Bekanntheit einer Stadt bei und locken Gäste an, die zum Einkaufen evtl. noch mal wiederkommen. Neben den schon in Kemnath angesprochenen (Oldtimer-)Motorsportfans sind weitere Sportfreunde denkbare Zielgruppen. In Verbindung mit dem religiösen Brauchtum könnten die Pferdesportfreunde Sternritte veranstalten oder auch Radsportveranstaltungen sind derzeit Besuchermagnete für Fitnessfreunde verschiedenster Leistungsklassen.

GASTRONOMIE

Die **innenstadtprägende Wirkung von Gastronomieeinrichtungen** erkennt man daran, dass manche Städte reine Gastronomieviertel besitzen.⁷³ So gehört auch in Kemnath zu einer attraktiven und vitalen Innenstadt eine abwechslungsreiche Gastronomie. Unter Gastronomie sind sämtliche Einrichtungen zu verstehen, die Speisen und/oder Getränke an Kunden zum Verzehr innerhalb von Räumlichkeiten oder im Vorfeld der Einrichtung

⁷³ Als äußerst attraktive Beispiele können neben der Kölner und Düsseldorfer Altstadt diesbezüglich das „Kiepenkerl- und das Kuhviertel“ in Münster oder das „Fischerviertel“ in Ulm angeführt werden.

(Garten, Straßencafé) anbieten. In Kemnath sind am Stadtplatz mehrere gastronomische Einrichtungen und Händler mit hochwertigen Nahrungsmitteln ansässig, denen mehr Raum gegeben werden könnte bzw. **die stärker nach Außen auf den Straßenraum treten** sollten.

Ferner fehlen für bestimmte Zielgruppen in Kemnath (Szene-)Kneipen und hochwertigere Gastronomieeinrichtungen. Insbesondere für den Stadtkern und den Stadtweiher sollte dabei auch der Aspekt der Erlebnisgastronomie stärker mit in Betracht gezogen werden. Die **Aufstellung eines Hotel- und Gastronomiekonzeptes** für die Stadt und das ganze Kemnather Land (Projekt 22 Hotel- und Gastronomiekonzept Kemnather Land) wird als eine zielführende Maßnahme angesehen. Das Konzept sollte **verschiedene Zielgruppen in verschiedenen Bereichen** gezielt ansprechen (s. hierzu Projekte 13, 16 und 19 sowie städtebauliche Maßnahmen rund um den Stadtweiher und das Brauereigelände).

5.1.3 Gestaltung

Wie bereits dargelegt, stellen **Stadtbild und Stadtgestalt** die wesentlichen **Wiedererkennungsmarkte und Imagefaktoren für eine Stadt** dar. Neben dem Angebot der Fachgeschäfte sind für die Attraktivität als Einkaufsstadt also auch Häuserfassaden, Schaufenster, Plätze und vieles mehr von Bedeutung. Eine angenehme Einkaufsatmosphäre entsteht u.a. durch hohe Aufenthaltsqualität, die zum Verweilen einlädt. Beispielsweise erzeugen Sitzmöglichkeiten, Straßengrün und Wasserläufe ein positives Umfeld.

Der historische Stadtplatz und seine Seitenstraßen in Kemnath weisen hierfür ein gutes Potenzial auf. Jedoch sollten auch die Bereiche um den Stadtkern (Grüngürtel) und die Stadteinfahrten einladend gestaltet sein. Im Rahmenplan wurden bereits für verschiedene thematische Aspekte wie die Grünflächen und die Stadtgestalt Verbesserungsvorschläge vorgenommen (s. insbesondere Kap. VIII 4.2.3, 4.2.4 und 4.2.5 sowie 4.4), auf die hier nicht nochmal eingegangen werden soll. Wichtige **Ansatzpunkte** liefern auch die **Impulsprojekte 4 „Kemnather Gestaltungsfibel“ und 5 „Fassadenwettbewerb“**.

Gerade in Kemnath besteht der Reiz des Stadtkerns u.a. auch durch die Unterschiede in der Gestaltung verschiedener Stadtbereiche, die nach dem **Leitbild „Arbeiten im Grünen“ - „Steinerne Stadt“ – „Wohnen im Grünen“** entsprechend weiterentwickelt werden soll:

ALTSTADT

Die gewachsene Gestalt der Altstadt sollte in ihrer unverwechselbaren Eigenart erhalten, verbessert und weiterentwickelt werden. Dabei sind insbesondere **prägende Gestaltungsmerkmale** hinsichtlich

- Grundrissformen / Proportionen,
- Anzahl der Geschosse,
- Baufluchten / Raumkanten,
- Dachausbildung,



- typische Fassadengliederungen,
- Fensterkonstruktion,
- Vorgärten und Einfriedungen und
- Materialien

in das historische Stadtbild harmonisch einzufügen.

GEWERBEGEBIET

Die häufigsten Sünden, die in der Vergangenheit bei der Planung und Ausführung von Gewerbegebieten begangen worden sind, sind die zu hohe **Bodenversiegelungen** und die **landschaftliche Verunstaltung** durch die Industrie- und Gewerbebauten. Auch sind die meisten Parkplätze auf den Grundstücksflächen nur unzureichend in die Landschaft eingebunden.

Folgende **Gestaltungsmerkmale** sollten im modernen Gewerbe zukünftig beachtet werden:

- Eingliederung in die bestehende Landschaft in Verbindung mit einer Ortsrandeingrünung,
- flächensparende Erschließung und Bauweise,
- städtebaulicher / architektonischer Qualitätsanspruch aller Bauten z. B. durch gut proportionierte Bauten,
- Grünvernetzung; bestehende Grünzüge und Freiräume miteinander verknüpfen,
- vorhandene Wasserflächen mit einbeziehen.

WOHNGBIET

Bereits mit der Anordnung der Gebäude und der Erschließung innerhalb eines Wohngebietes erhalten diese ihren typischen Charakter. Daher sollten folgende **städtebaulichen Grundzüge** beachtet werden:

- Aufnahme der ortstypischen Siedlungsstruktur,
- Stellung der Gebäude zueinander,
- Baumassen und die Höhenentwicklung,
- Dachmaterial und Dachneigung,
- Art der Erschließung,
- Begrünung.

Neben der **Raumbildung** ist vor allem auch die **Gestaltung der Wohngebäude** entscheiden. So können z. B. Fenster und Türen, Balkone und Terrassen, Wintergärten, Eingangsbereiche, Gebäudevor- und -rücksprünge, Dachformen und Ortgänge zur gestalterischen Vielfalt des Wohnumfeldes beitragen.



Um all diese Elemente miteinander abzustimmen sowie die **typische, regionale Bauweise** der Oberpfalz zu erhalten, sollten Maßnahmen der öffentlichen Hand, z. B. durch kommunale Förderprogramme zur Wohnumfeldverbesserung, Beratungsangebote zur Gestaltung der Gebäude und zur **Wohnumfeldverbesserung** sowie **Öffentlichkeitsarbeit** vor Ort eingerichtet werden.

Die o. a. generellen Kriterien sind dabei bei den jeweils vorgeschlagenen Maßnahmen im städtebaulichen Rahmenplan sowohl textlich als auch zeichnerisch berücksichtigt.

5.1.4 Erreichbarkeit

Die **Erreichbarkeit und die Attraktivität einer Innenstadt** bedingen sich gegenseitig. Gerade in Klein- und Mittelstädten im ländlichen Raum spielt hier der motorisierte Individualverkehr eine wichtige Rolle. Dies zeigt sich häufig in heftigen Diskussionen bei der Planung von verkehrsberuhigten Zonen oder gar Fußgängerzonen.

Auch in Kemnath ist und war die Zahl und die **Bewirtschaftungsart der Parkplätze** am Stadtplatz eine Thema. Insgesamt gesehen ist die Stadt selbst und v.a. der Stadtkern für motorisierte Kunden gut erreichbar, der Parkraum abgesehen von Konflikten zwischen verschiedenen Nutzergruppen ausreichend. Mit den im Rahmenplan (Kap. VIII 4.1.2) angesprochen Planungen werden bestehende Engpässe entschärft. Die Erreichbarkeit für Nutzer des **öffentlichen Personennahverkehrs** sowie für **Fußgänger** und **Radfahrer** hingegen sollte noch verbessert werden. Für die Wegeverbindungen wurden im Rahmenplan (Kap. VIII 4.1.3) bzw. werden nachfolgend unter 5.3 Maßnahmen und Strategien vorgeschlagen.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die großzügige Auslegung des überörtlichen Straßennetzes durch die Bundesstraße B 22 und die Staatsstraße die bisherige Stadtentwicklung begünstigt hat. Maßgebend waren dabei die **Entlastung der Altstadt von Durchgangsverkehr** und die Erreichbarkeit aller Wohngebiete von Außen her. Darauf aufbauend und im Hinblick auf ein mögliches Mittelzentrum wird der Stadt Kemnath vorgeschlagen, folgende **weitere Aspekte** zu verfolgen bzw. weiterzuentwickeln:

- gute Erreichbarkeit von Krankenhaus, Schulen, Mehrzweckhalle etc.,
- optimaler Anschluss an den Gewerbepark,
- gute Innenstadtführung,
- gute Erreichbarkeit der Entlastungsparkplätze,
- Intensivierung des überregionalen und regionalen Fuß- und Radwegenetzes,
- Stärkung des öffentlichen Personennahverkehrs.

Langfristig gesehen ist das **örtliche Straßennetz den unterschiedlichen Anforderungsprofilen anzupassen** sowie für den ruhenden Verkehr ausreichende Angebote zu schaffen. Ebenso sollte jede sich bietende Chance wahrgenommen werden, den derzeitigen hohen Verkehrsanteil über umweltverträgliche Verkehrsarten – öffentlicher Personennahverkehr, Radverkehr, Fußgängerverkehr – abzuwickeln. Dazu wird auch auf den

städtebaulichen Rahmenplan verwiesen, in dem eine Vielzahl von Maßnahmen benannt und detailliert beschrieben sind.

5.2 Entwicklung einer zweipoligen Einkaufslandschaft

In Kemnath zeigt sich, wie heute eigentlich in allen Städten, eine **Aufteilung der Einzelhandelslandschaft** nach Einkaufsart bei den Nachfragern einerseits und andererseits nach Betriebsform bei den Anbietern. In der Innenstadt sind die kleineren Fachgeschäfte (ortsansässige Händler sowie Filialen bundesdeutscher Ketten) für den aperiodischen Einkauf vertreten, der gerne mit „Erlebnissen“ verbunden wird und in Gewerbegebieten die großflächigen Einzelhandelsformen für den Versorgungseinkauf. In Kemnath konzentrieren sich die entsprechenden Anbieter auf **zwei Hauptstandorte** - das Gewerbegebiet Kemnath-West/Bayreuther Straße und den Stadtplatz mit den Vorstädten. Um eine gezielte zukunftsfähige Stadtentwicklung mit einer konkurrenzfähigen und attraktiven Innenstadt zu realisieren, ist auch in einer kleineren Stadt ein städtebauliches Leitbild in Form eines sogenannten „**Zentrenkonzeptes**“ nötig.

Ein derartiges Konzept bedeutet eine mittelfristige Festlegung der öffentlichen Planungs- und Entwicklungsabsichten und gewährt dadurch eine gewisse Planungssicherheit für private Standortentscheidungen und Investitionsabsichten. Angesichts der Trends im Handelssektor und auch des Nachfrageverhaltens gilt es in Kemnath, die **Zweipoligkeit zu erhalten bzw. noch stärker auszubauen**. So können die verschiedenen Standortbereiche gegenseitig vom jeweils spezifischen Kundenpotenzial profitieren und stehen damit nicht in direkter Konkurrenz (s. „hybrider Konsument“). Für die zukünftige wünschenswerte Einzelhandelsentwicklung in Kemnath bedeutet dies unter der Berücksichtigung der landesplanerisch zulässigen Flächen, der ermittelten Bedarfe und der zu beachtenden Ziele der Landesentwicklung zwei Leitlinien:

1. In der **Innenstadt – Einkaufen, Erleben und Kommunikation** oder anders ausgedrückt, die Potenziale Tradition und Fortschritt für ein Wohlgefühl in der Einkaufsstadt Kemnath nutzen. Hierfür gilt es:
 - Die Attraktivität des Stadtplatzes als „Einkaufs- und Erlebnismeile“ im Zusammenspiel von Händlern, Gastronomen und der Stadt zu steigern (s. Kap. 5.1),
 - die Service- und Kundenorientierung fördern und das Sortimentsangebot abrunden,
 - durch Vermittlungen zwischen Immobilienbesitzern und potenziellen Gründern im Fachhandel bzw. Händlern aus der Region mit Um- oder Neuansiedlungsgedanken Leerstände füllen,
 - zusammen mit dem Eigentümer und potenziellen Investoren für die Schaffung eines weiteren innenstädtischen, modernen Einkaufsbereichs auf dem Gelände des ehemaligen Brauhauses Kemnath sorgen,
 - die Erreichbarkeit des Stadtplatzes und die Verbindungen innerhalb der abgegrenzten Innenstadt verbessern, und



- mit Attraktionen auf Kemnath als Mittelpunkt des „Kemnather Landes“ und Einkaufsort aufmerksam machen.
2. Im **Gewerbegebiet – Schneller Versorgungseinkauf**, der jedoch auch zu einem Bummel in der Innenstadt anregen soll:
- Die vorhandenen Handelseinrichtungen mit ihrer Verkaufsfläche in Kemnath halten, ggf. Umsiedlungswünsche mit Vergrößerungen der Verkaufsfläche nur innerhalb des Gewerbegebietes forcieren,
 - Bereitstellen von Flächen für Umsiedlungen von Handelseinrichtungen, die durch ihre Gestaltung die Eingangssituation zur Stadt Kemnath beeinträchtigen (insb. Kfz-Betriebe für ein gemeinsames Zentrum gewinnen),
 - im Zuge von Um- oder Neuansiedlungen Grünordnungskonzepte für die Parkräume erstellen und langfristig eine „einheitliche Linie“ erreichen,
 - Schaffen von attraktiven Verbindungen und Sichtbeziehungen in Richtung Innenstadt, die eine Kopplung von Versorgungseinkauf und Innenstadtbesuch fördern, und
 - mittels gemeinsamer Werbung für die gesamte Einkaufsstadt, gemeinsame Rabattsysteme und einheitliche Öffnungszeiten neugierig auf alle Einkaufsbereiche machen.

5.3 Schaffen von Verbindungen zwischen Einzelhandelsbereichen und zwischen Wohngebieten und Innenstadt

Damit die unterschiedlichen Nutzungsschwerpunkte innerhalb des Stadtgefüges untereinander **Wechselwirkungen** entfalten können und sich gegenseitig in ihrer Funktion unterstützen, sind Verbindungen zwischen diesen Bereichen besonders wichtig.

Ziel ist es, die **unterschiedlichen Bereiche miteinander zu verknüpfen**. Dies ist auf vielfältige Weise möglich wie z. B. durch

- ÖPNV-Verbindungen
- Verbindungsachsen für den motorisierten Individualverkehr
- fußläufige Verbindungen
- durch funktionale Verknüpfung

um nur die wichtigsten aufzuführen.

ÖPNV

ÖPNV-Linien haben in kleineren Städten wie Kemnath in der Regel keine größere Bedeutung für innerstädtische Verbindungen. Obwohl das ÖPNV-Netz in der nördlichen Oberpfalz zwar schlecht ist, ist Kemnath in einer Hinsicht jedoch auch begünstigt, denn die **zentrale innerstädtische Bushaltestelle** am Primianusplatz liegt ideal genau in der Mitte



zwischen den beiden Nutzungsschwerpunkten Altstadt und Brauhausgelände, beide Bereich sind von der Haltestelle in ca. 50 m bzw. 100 m auf kürzestem Weg zu erreichen. Damit stellt in Kemnath nicht eine ÖPNV-Linie sondern die Haltestelle selbst die Verbindung zwischen den beiden o. a. Schwerpunkte dar.

VERBINDUNGSACHSEN FÜR DEN MOTORISIERTEN INDIVIDUALVERKEHR

Kemnath besitzt ein in der Regel leistungsfähiges und für die Verkehrsmengen ausreichend dimensioniertes Verkehrssystem. Durch die radial auf den **Stadtkern zuführenden Hapterschließungsstraßen** und die Stadtumfahrung sind die verschiedenen Wohn-, Einzelhandels- und Innenstadtbereiche gut miteinander verknüpft. Die Straßenverbindungen sind jedoch noch verbesserungsfähig. Dazu sind die in Kapitel 4.1 genannten Maßnahmen besonders im Bereich der Amberger Straße / Werner-von-Siemens-Straße (Kreisverkehr, Verbesserung der Regelbreite) vorrangig umzusetzen.

FUSSLÄUFIGE VERBINDUNGEN

In den Erläuterungen zum städtebaulichen Rahmenplan (Kapitel VIII 4.1.3) ist bereits der Aufbau eines schlüssigen und vollständigen innerstädtischen Fußwegenetzes, das die verschiedenen Nutzungsbereiche miteinander verbindet, ausführlich erläutert wurden. Für die **Vernetzung der innerstädtischen Schwerpunkte Altstadt, „Brauhausgelände“, Freizeitareal, Stadtweiher / Seeleite** sind dabei vor allem die Durchgänge vom Stadtplatz in Richtung Süden bedeutsam.

FUNKTIONALE VERBINDUNGEN

Um eine Verknüpfung der unterschiedlichen Bereiche miteinander zu erreichen, sind Verkehrsverbindungen wie ÖPNV-Verbindungen, fußläufige Verbindung und Verbindungen für den Kfz-Verkehr alleine nicht ausreichend. Die o.a. **Verbindungen sind vielmehr zusätzlich mit Funktionen zu überlagern**. Für Kemnath bedeutet dies, dass entlang der Fußwege **attraktive ergänzende Nutzungen** angelegt werden bzw. dass Fußwege so geführt werden, dass die Fußwege zwischen den Hauptgeschäftsbereichen bzw. zwischen Geschäftsbereichen und Wohngebieten an vorhandenen wichtigen Funktionen und Nutzungen vorbeiführen.

Speziell die beiden Bereiche **Altstadt und Brauhausgelände** werden durch die vorgeschlagenen Fußwege, die am Stadtweiher und am Weißbrauhaus bzw. an der Stadtbibliothek vorbeiführen, sehr gut sowohl fußläufig als auch funktional miteinander verknüpft. Die Verbindungen können zusätzlich **thematisch und gestalterisch** überhöht werden (s. a. Projekte 17 und 21). So können z. B. die unterschiedlichen Verbindungen Themenschwerpunkte erhalten.

Der Fußweg von der **Altstadt in Richtung zum Schul-Schwerpunkt im Norden** des Stadtkerns und weiter nach Alten-Kemnath, dem ursprünglichen Siedlungskern Kemnaths könnte als „**Geschichtspfad**“ entwickelt werden (Beispiel: Geschichtspfad der Stadt Kronach, im Rahmen der Landesgartenschau entstanden). Zwischen Altstadt und Brauhaus-



Gelände könnte z. B. ein „Kulturpfad“ mit Skulpturen entlang der fußläufigen Verbindungen ausgebildet werden.

Auch durch **gestalterische Elemente** können die Verbindungen zusätzlich verdeutlicht werden. So könnten z. B. durch ein **Beleuchtungskonzept** die wichtigsten Verbindungen auch nachts zusätzlich betont werden. Dazu wären „Lichtachsen“ in Form von Unterflur-Lichtschienen oder in Reihe verlegten Unterflur-Strahler (Lichtpunkte) in den Fußwegen denkbar (s.a. Projekt 16).





IX. AKTIONSPROGRAMM UND MASSNAHMENKATALOG



Im voranstehenden Kapitel lag der Schwerpunkt der Strategien eindeutig auf dem Fragenkreis inwieweit die aktuellen Trends im Einzelhandel für Kemnath positiv umgesetzt werden können und welche städtebaulichen Maßnahmen zur Unterstützung einer für die Gesamtstadt und den Stadtkern positiven Einzelhandelsentwicklung nötig sind. Jedoch dürfen Überlegungen über die zukünftige Entwicklung im Einzelhandel gerade in kleineren Gemeinden nicht allein betrachtet werden, vielmehr wurde deutlich, dass **Leitlinien für die gesamte Stadtentwicklungspolitik** erarbeitet werden sollten. Hierfür werden nun im Aktionsprogramm **Projekte zur Umsetzung** vorgestellt. Darüber hinaus werden alle städtebaulich wichtig erachteten **Maßnahmen** in einem Katalog zusammengefasst. Im Sinne des integrativen Ansatzes werden z.T. auch Projektideen aus den **KEMNATH- InitiAktiv Teams** miteinbezogen, sofern sie nicht schon in ihrer Umsetzung weit vorangetrieben wurden.

Im Kapitel zum SEEK wurden einige Projekte v.a. für die Bereiche Einzelhandel und Städtebau bereits kurz vorgestellt, das nachfolgende **Aktionsprogramm für eine gesamtwirtschaftliche Stadtentwicklung** wird diese nun noch konkretisieren und mit Projekten für die weiteren Wirtschaftsbereiche abrunden. Neben einer **Beschreibung** der Projektideen werden dabei jeweils – soweit vorhanden und/oder nötig – funktionierende Vorbilder, sog. „**good practices**“ im Sinne des Benchmarking vorgestellt, an denen sich die Realisierung in der Stadt Kemnath ggf. mit Modifikationen orientieren kann. Ferner werden verschiedene **organisatorische Fragen** der Realisierung z.B. Finanzierung, Rechtsform bzw. Trägerschaft, Personalbedarf sowie ggf. mögliche Standorte, im Sinn einer Machbarkeit erörtert. Diese Angaben sollen dabei als Vorschläge und denkbare Handlungsoptionen verstanden werden, keineswegs als einzig mögliche (politische) Lösung.

Im **städtebaulichem Maßnahmenkatalog** sind die zur Umsetzung aus städtebaulicher Sicht erforderlichen Maßnahmen zusammengefasst. Gleichzeitig wurden fünf Projekte, die vorrangig in Angriff genommen werden sollten als **Impulsprojekte** ausgewählt.

Die fünf Impulsprojekte sind:

- Der Aufbau eines Info- und Beschilderungssystems,
- die Umnutzung des Brauereigebäudes
- die Umnutzung des Scheunenviertels
- die Erstellung einer „Kemnather Gestaltungsfibel“ und
- ein Fassadenwettbewerb



1. Aktionsprogramm für eine gesamtwirtschaftliche Stadtentwicklung

Die Projekte des nachfolgenden Aktionsprogramms sind in vier Handlungsbereiche, die sich an den gemeinsam herausgearbeiteten Leitbildern orientieren, unterteilt. Neben einem **übergeordneten Handlungsfeld** für die wichtige Positionierung der Stadt Kemnath als Mittelpunkt der „Kemnather Landes“ und die entsprechende Außendarstellung werden die Projekte in **drei Bereiche der Wirtschaftsentwicklung** unterteilt.

Die nachfolgende Aktionsprogramm-Übersicht zeigt alle vorgeschlagenen Projekte, sortiert nach den vier Handlungsfeldern auf. Die Projekte sind mit den **Prioritäten** 1 bis 3 für kurz- bis langfristig versehen. Eine höhere Priorität (1) drückt aus, dass dieses Projekt für eine gedeihliche Weiterentwicklung der Stadt von hoher Dringlichkeit und/oder die Umsetzung schon recht weit vorangeschritten ist. Darüber hinaus wird in Hinblick auf den **Kostenrahmen** zwischen einfach und aufwändiger zu finanzierenden Projekten unterschieden. T steht für teure bzw. länger zu finanzierende Projekte, M für einen mittlern (zumeist einmaligen) Kostenaufwand und G für günstige Projekte, die häufig auch mit viel Idealismus oder dem Einbringen von Eigenleistungen o.ä. sowie freiwilligen Spenden umsetzbar sind.

ÜBERGEORDNETES HANDLUNGSFELD:

KEMNATH - MITTELPUNKT DES „KEMNATHER LANDES“ UND SEINE PROFILIERUNG

Nr.	Projektideen	Priorität	Kosten
1	Umsetzung des Modells „Kemnather Land“ und Bemühung um Einstufung als Mittelzentrum	2	M
2	Regionalmanager „Stadt Kemnath und Kemnather Land“ Koordination der Aufgaben des Stadtmarketings, der Wirtschafts- und Fremdenverkehrsförderung sowie der gemeindeübergreifenden Aktionen	1	T
3	Aufwertung der „Stadt Tore“, Informations- und Hinweisschilder (s. a. Impulsprojekt 1)	1	M
4	Zentraler Infopavillon mit 24 Stunden-Infos am Stadteingang sowie weiteren elektronischen Info-Terminals an zentralen Standorten	2-3	T
5	Zielgruppengerechter Internetauftritt mit z.B. Online-Buchung und Verbesserungen bei der Informationspolitik	1	G - M
6	Aufbau eines Standortmarketings für das produzierende Gewerbe und den Einzelhandel mittels eines Leerstands- bzw. Flächenmanagements	1	M

HANDLUNGSFELD: „GEWERBE, INDUSTRIE UND HANDWERK“

Nr.	Projektideen	Priorität	Kosten
7	Ausrichtung des Standortmarketings auf die Entwicklung eines Lebensmittel-Clusters und als Standort von Medizin- bzw. Biotech-Unternehmen	1	G
8	Förderung von Kooperationen im Handwerk in der Region und grenzüberschreitend (in Richtung neuer EU-Beitrittsländer)	1	G
9	Schaffung eines Gründerklimas und Nutzung des Potenzials der Scheunen als „Handwerker-Gründer-Scheunen“ (s. a. Impulsprojekt 3)	3	M - T
10	Schaffen von Flächen für An- und Umsiedlungen (z.B. für ein Kfz-Zentrum) durch Ausweisung eines gemeindeübergreifenden Gewerbegebiets	2	M
11	Aufbau eines landschaftsbezogenen Gewerbeparks für zukunftsweisende Betriebe (z.B. aus dem Medizin- bzw. Biotech-Bereich) als Art „Biocubator“	2	M
12	Errichtung eines Biomasse-Kraftwerks zur Energieversorgung im Gewerbegebiet bzw. für öffentliche Einrichtungen sowie Bildung einer landwirtschaftlichen Holzlieferungsgenossenschaft	1	M

HANDLUNGSFELD: „EINZELHANDEL UND DIENSTLEISTUNGEN“

Nr.	Projektideen	Priorität	Kosten
13	Konzeption für einen Einkaufs- und Freizeitbereich „Alte Brauerei“ (Gelände des ehemaligen Brauhauses Kemnath) in Verbindung mit der Aufwertung des Stadtweihers (s. a. Impulsprojekt 2)	1	T
14	Maßnahmen zur Kundenbindung von Seiten der Kemnather Händler	1	G
15	Positionierung der Stadt in der Gesundheitsregion Oberfranken und Sicherung des Krankenhausstandortes durch Spezialisierung und Ausbau der Einrichtungen	2	M
16	Belebung des Stadtkerns vor und nach Feierabend durch gemeinsame Aktionen und Märkte sowie Verbesserungen bzgl. Aufenthaltsqualität am Stadtplatz sowie des historischen Flairs zur Stärkung der „Einkaufsmeile“ (s. a. Impulsprojekte 4, 5 und Kap. VIII 4.)	1-2	G-T
17	Aufwertung der Durchgänge und Verbindungen vom Stadtplatz zu den Weihern (s. a. Impulsprojekt 4 und 5, sowie Kap. VIII 4.)	2	M
18	Förderung landwirtschaftlicher Direktvermarkter und Einrichtung einer Verkaufsstelle am Stadtplatz	3	G

HANDLUNGSFELD: „FREIZEIT, TOURISMUS, NAHERHOLUNG UND KULTUR“

Nr.	Projektideen	Priorität	Kosten
19	Feste am Stadtweiher (Schlemmer-Fest, See-Fest mit Theater, Musikveranstaltungen, auch mit Partnerstädten) bis hin zum Bau einer See-Bühne (s. a. Impulsprojekt 2)	1-3	G-T
20	Aktivitäten im internationalen Netzwerk Passion mit gegenseitigen Besuchen und Lerneffekten	2	G
21	Auf- und Ausbau eines Rad- und Reitwegekonzeptes im Kemnather Land und Lückenschluss bei den Rad- und Fußwegen innerhalb der Stadt Kemnath (siehe Kap. VIII 4.)	1-2	M-T
22	Erarbeitung einer Hotel- und Gastronomiekonzeption für Kemnath und das Kemnather Land	2	G
23	Aufbau eines soziales Dienstleistungs- und Kulturzentrums und Zentrums „Generationsdialog im Kemnather Land“ auf den Flächen am Stadteingang Bayreuther Straße (neben Friedhof)	1	Bau M Betrieb G

Neben den Projekten des Aktionsprogramms, die sich im Laufe der gutachterlichen Tätigkeit in Kemnath für die Stadt abgezeichnet haben, wurden auch die **Projektideen der KEMNATH- InitiAktiv Teams** in Augenschein genommen. Viele sind ebenfalls voll im Sinne dieses Stadtentwicklungskonzeptes. Einige sind bereits durch die engagierten Arbeitskreisteilnehmer und Vertreter der Stadt schon **sehr weit vorangetrieben**, z.B. etwa die Bemühungen um ein Corporate Identity mittels neuem Stadt-Logo. Auf solche Projekte soll hier **nicht weiter eingegangen** werden.

Einige andere Projektideen der Arbeitskreise lassen sich in die nachfolgenden Projekte einbinden. Die hier vorgestellten Umsetzungsvorschläge sind als mögliche Weiterentwicklungen zu verstehen, die **von den Arbeitskreismitgliedern und den Vertretern der Stadt zu diskutieren** wären. Bei einigen der nachfolgenden Projekte werden darüber hinaus konkrete Umsetzungsideen im städtebaulichen Maßnahmenkatalog aufgegriffen, so dass diese Projekte im Aktionsprogramm nur allgemein angesprochen werden.

Die **Projekte** bauen zum Teil aufeinander auf bzw. **stehen im engen Zusammenhang** miteinander (s. die jeweiligen Verweise auf Projekte oder Impulsprojekte), sie sind aber auch einzeln umzusetzen. Ein **zentrales Projekt**, welches zur Umsetzung vieler anderer Projekte jedoch unabdingbar erscheint, ist **Projekt 2** (Regionalmanager „Stadt Kemnath und Kemnather Land“), das Schaffen einer **Koordinationsstelle**. Damit aufs engste verbunden ist v.a. die Umsetzung des Leitgedankens „Stärkung der Mittelpunktfunktion und regionale Zusammenarbeit des Kemnather Landes“ (Projekt 1).

1.1 Übergeordnetes Handlungsfeld – Kemnath - Mittelpunkt des „Kemnather Landes“ und seine Außendarstellung

Die Projekte, die diesem übergeordneten Handlungsfeld zugerechnet wurden, sind alle darauf ausgerichtet die **Position der Stadt Kemnath im Kemnather Land bzw. zwischen den Oberzentren Bayreuth, Marktredwitz/Wunsiedel und Weiden zu stärken**, die Idee des Modells „Kemnather Land“ in der Region zu verankern und voranzubringen sowie die **Information innerhalb der Stadt bzw. Region zu verbessern und/oder nach Außen zu tragen**.

Nr.	Projektideen
1	Umsetzung des Modells „Kemnather Land“ und Bemühung um Einstufung als Mittelzentrum
2	Regionalmanager „Stadt Kemnath und Kemnather Land“ Koordination der Aufgaben des Stadtmarketings, der Wirtschafts- und Fremdenverkehrsförderung sowie der gemeindeübergreifenden Aktionen
3	Aufwertung der „Stadttore“, Informations- und Hinweisschilder (s. a. Impulsprojekt 1)
4	Zentraler Infopavillon mit 24 Stunden-Infos am Stadteingang sowie weiteren elektronischen Info-Terminals an zentralen Standorten
5	Zielgruppengerechter Internetauftritt mit z.B. Online-Buchung und Verbesserungen bei der Informationspolitik
6	Aufbau eines Standortmarketings für das produzierende Gewerbe und den Einzelhandel mittels eines Leerstands- bzw. Flächenmanagements

Projekt 1: Umsetzung des Modells „Kemnather Land“ und Bemühung um Einstufung als Mittelzentrum

Gewinnen von Mitstreitern für die Idee des Mittelzentrums „Kemnather Land“, Bewertung der Ausgangsbedingungen für eine gemeinsame Aufstufung zum Mittelzentrum.

KURZBESCHREIBUNG:

Angesichts der aktuellen Finanzlage von Kommunen, der demographischen Entwicklung in Deutschland und des zunehmenden Wettbewerbs zwischen den Regionen um Arbeitsplätze usw. sind gerade kleinere Kommunen in ländlichen Räumen gut **beraten, sich gemeinsam den Herausforderungen zu stellen**. Durch gegenseitige Ergänzung bei der Wahrnehmung der Funktionen und das Einbringen der jeweiligen Stärken können Schwächen ausgeglichen werden. Nur durch die Bereitschaft, „gemeinsam an einen Strang zu ziehen“, können ländliche Räume ihre Stärken gegenüber den größeren Städten ausspielen.

Kemnath und die umliegenden Gemeinden zwischen den Oberzentren Bayreuth, Marktredwitz/Wunsiedel und Weiden liegen an der B 22 sehr verkehrsgünstig und sind als Wohn- und Erholungsraum recht attraktiv. Aber auch als Arbeitsort sind viele der Gemeinden (z.B. Kemnath, Trabitze und Speichersdorf) derzeit gut positioniert. Der Einzelhandelsbereich hingegen weist Schwächen auf und die Kaufkraft der Region fließt insbesondere bei Waren jenseits des täglichen Bedarfs in die Oberzentren ab. Auch die kulturellen Einrichtungen und Veranstaltungen sowie die Gastronomie haben, obwohl konkurrenzfähig, Imageprobleme.

So gilt es, **bei den eigenen Bürgern der Stadt Kemnath und den Bürgern in der Region das Bewusstsein für die regionalen Stärken** zu schaffen und damit die Konkurrenz mit den Oberzentren anzunehmen (siehe auch Ausführungen in Kap. VII, Abb. 82 und Karte 19). Dieser Gedanke – in Kemnath durch die Leitbilder dieses Gutachten und die Diskussionen inzwischen verinnerlicht – sollte nun auch **in den anderen Gemeinden Fürsprecher finden**. Gespräche zwischen den politischen Vertretern aber auch zwischen den Akteuren aus der Gastronomie oder der Kultur sind ein **erster Schritt**.

In einem **zweiten Schritt** sind mögliche **Wege der Zusammenarbeit zu diskutieren**. Die Idee sollte nicht auf der Ebene von gelegentlichen Absprachen stehen bleiben, eine formale Institutionalisierung ist anzustreben. Ein Zusammenschluss selbständiger Gemeinden zu einer regionalen Initiative als Verein wäre hierfür eine der Möglichkeiten. Gemeinsame Leitbilder und Ziele sind zu beschließen. Der **dritte Schritt** ist dann die Umsetzung der Idee, **sich gemeinsam als Mittelzentrum zu positionieren**. Ausgehend von der Aufstellung der mittelzentralen Einrichtungen, die die Stadt Kemnath bereits erfüllt (Tab. 23) sind solche Aufstellungen für alle Gemeinden zu erarbeiten und im Vergleich zu anerkannten Mittelzentren zu stellen.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Gegenseitige Unterstützung zw. den Gemeinden, vermeiden von schwächender Konkurrenz gegenüber den größeren Konkurrenten,
- verstärkte Zusammenarbeit und stärkeres Zusammengehörigkeitsgefühl in der Stadt sowie in der Region,
- Sensibilisierung der Bevölkerung für die Stärken der Stadt und der Region,



- Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Stadt Kemnath, des Kemnather Landes und der ansässigen Unternehmen,
- Demonstration der Stärken des Kemnather Landes und der Vielfalt der Angebote,
- Image- und Identitätsförderung der Stadt Kemnath und der Region Kemnather Land als vielfältiger Lebens- und Arbeitsraum.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Die ersten Schritte in Form von Gesprächen mit den Bürgermeister*innen der Nachbarkommunen und mit der Öffentlichkeit sind bereits gemacht bzw. sollten unverzüglich unternommen werden. Eine **Identifizierung mit dem Gedanken einer Zusammenarbeit** und der Stärkung der mittelzentralen Funktionen sollte in der Region **schnellstmöglich** erreicht werden. Die **Verantwortung liegt bei den Vertretern der Stadt Kemnath** und auch beim Regionalmanagement des Landkreises Tirschenreuth, da hier die Überlegungen bestehen, die drei Teilregionen „Stiftland“, „Steinwald“ und „Kemnather Land“ unter der Dachmarke

„Oberpfälzer Wald“ zu positionieren.

Für eine Institutionalisierung der Zusammenarbeit gilt es dann auch die rechtlichen und finanziellen Möglichkeiten abzuklären. Für ein Regionalmanagement gibt es **verschiedene Verankerungsmöglichkeiten**, jedoch sollte auf jeden Fall ein „Regionalmanager Kemnather Land“ (s. Projekt 2) als Ansprechpartner für alle Beteiligten sowie als Mittler zwischen den Kommunen und den übergeordneten Ebenen vorhanden sein. Rechtsformen, Finanzrahmen und Finanzierungsmöglichkeit werden bei Projekt 2 erörtert.

Um die **Aufstufung zum gemeinsamen Mittelzentrum** als ein wichtiges **mittelfristiges Anliegen** eines solchen Zusammenschlusses zu erreichen, sind umfassende Analysen nötig. Eventuell müssen bei der einen oder anderen Funktion auch noch Verbesserungen erreicht werden. Die Kosten hier für sind aktuell noch nicht abzuschätzen. Die vorbereitenden Untersuchungen könnte z.B. der „Regionalmanager Kemnather Land“ übernehmen oder in Form einer gutachtlichen Stellungnahme eingeholt werden.

REFERENZBEISPIEL:

Als Beispiel ist hier die **gelungene Höherstufung des Marktes Hirschaid** im Landkreis Bamberg anzuführen. Das Ziel im aktuellen LEP als mögliches Mittelzentrum eingestuft zu sein, erreichten die Gemeindevertreter von Hirschaid u.a. durch eine gutachterliche Stellungnahme der RRV-GmbH. Eine ausführliche Überprüfung des Erfüllungsgrades aller Kriterien für die Einstufung und der Vergleich mit anderen Gemeinden, die bereits eine Einstufung als Mittelzentrum erreicht haben, lieferten die nötigen Argumentationshilfen. Der Markt Hirschaid kann sich heute als mögliches Mittelzentrum besser zwischen dem mittelfränkischen Verdichtungsraum und dem Oberzentrum Bamberg behaupten.

Als Umsetzungsbeispiele für **regionale Zusammenarbeit** können verschiedenste Regionalmanagements angeführt werden. Das in unmittelbarer Nähe gelegene Städtedreieck Pressath-Grafenwöhr-Eschenbach stellt einen eher losen Zusammenschluss dar. Häufig wird eine Vereins- oder Gesellschaftslösung gewählt, hier sind beispielhaft für kleinere Zusammenschlüsse die Regionale Entwicklungsgesellschaft **„Rund um die Neubürg – Fränkische Schweiz“** (www.neubuerg.de) oder auch das thüringisch-fränkische Modellprojekt der **„Initiative Rodachtal“** zu nennen (www.initiative-rodachtal.de).



Projekt 2: Regionalmanager „Stadt Kemnath und Kemnather Land“

Schaffen einer zentralen Anlaufstelle zur Koordination der Projekte im Rahmen des Stadtmarketingprozesses und für die Wirtschafts- und Fremdenverkehrsförderung, Umsetzung gemeindeübergreifender Aktionen sowie Übernahme von Aufgaben eines Regionalmanagements für das „Kemnather Land“

KURZBESCHREIBUNG:

Für die Vielzahl von Maßnahmen dieses Aktionsprogramms, die häufig in Zusammenarbeit mehrerer Partner umzusetzen sind, sollte **ein zentraler Ansprechpartner für die Arbeitskreismitglieder und alle interessierten Bürger in der Verwaltung der Stadt** zur Verfügung stehen. Nur so ist eine effektive Umsetzung der guten Ideen des Stadtmarketingprozesses sowie eine professionelle Wirtschafts- und Fremdenverkehrsförderung zu gewährleisten.

Neben der Koordination des weiteren **Prozesses** mit Hilfe eines sog. „Meilensteinplans“ (klare Ziel- und Zeitvorgaben, klare Aufgabendefinition) ist eine wichtige Aufgabe der zentralen Ansprechperson bzw. des „Stadtmarketingbeauftragten“ die **Öffentlichkeitsarbeit**. Sicherlich ist es auch die Aufgabe des 1. Bürgermeisters, den Stadtmarketingprozess in Zukunft weiter voranzutreiben, jedoch sollten die vorbereitenden und koordinierenden Arbeiten angesichts der sonstigen Aufgabenfülle eines Bürgermeisters delegiert werden.

Fürs erste ist die Verstärkung der Bürgerinformation um eine Halbtagskraft, die sich v.a. um die **Wirtschaftsförderung** (Standortmarketing, An- und Umsiedlungen) und die Aufgaben im Bereich **Tourismus und Naherholung** bemüht, angeraten. Ein anderer Weg wäre es, durch Umstrukturierung in der Verwaltung einen Mitarbeiter als „Stadtmarketingbeauftragten“ für die Umsetzung des Stadtmarketingprozesses und die Wirtschaftsförderung verantwortlich einzusetzen. Langfristig ist die derzeit gewählte Lösung über die 15 Stunden pro Woche Anstellung eines aktiven Arbeitskreismitglieds aber nicht ausreichend.

Allgemein ist der Erfolg eines Stadtmarketings neben der guten Zusammenarbeit aller Beteiligten v.a. von der **Person dieses koordinierenden „Stadtmanagers“** abhängig, daher gilt es bei der Besetzung der Stelle dies zu beachten. Neben dem fachlichen Können sind die Persönlichkeit und die „**soft skills**“ des „**Managers**“ ausschlaggebend, besonders wichtig ist es, die Beteiligten zu motivieren, Konflikte zu vermeiden bzw. zu entschärfen. Das Initiieren von Entwicklungsimpulsen, die Erarbeitung von Entwicklungsstrategien, das Bündeln verschiedenartiger Ressourcen, um Synergien zu erzeugen, die Mobilisierung von Ideen und das Nutzen von Erfahrungen Anderer bedürfen eines Weitblicks, der Aufgeschlossenheit für Neues und des geistigen Austausches. Ferner erscheint es für die Kontinuität der Entwicklung wichtig, mit einer Person **längerfristig** zusammenzuarbeiten.

In einer zweiten Phase ist eine **Ausweitung des Aufgabenbereichs bis hin zu einem Regionalmanagement** für die Teilregion „Kemnather Land“ unter dem Dach des Regionalmanagements des Landkreises Tirschenreuth denkbar. Hier bestehen die Überlegungen, die drei Teilregionen „Stiftland“, „Steinwald“ und „Kemnather Land“ als sog. Mikroregionen unter der Dachmarke „Oberpfälzer Wald“ zu positionieren, was sich mit den Überlegungen von Projekt 1 deckt.



Der Ansatz sollte in jeden Fall:

- langfristig orientiert sein,
- einen Rahmen für die Partnerschaft öffentlicher und privater Akteure darstellen,
- sich an den lokalen Bedürfnissen und Potenzialen orientieren,
- die Kooperation und Kommunikation zwischen den Beteiligten fördern,
- eine klare Definition der Aufgaben enthalten und so eine Umsetzungseffizienz garantieren,
- genügend Flexibilität und Unabhängigkeit von Interessensgruppen besitzen und im Idealfall zur Konsensbildung bei der Stadt- und Regionalentwicklung führen.

Zu den **Hauptaufgaben** eines solchen Stadt- bzw. Regionalmarketings und -managements im allgemeinen zählen vornehmlich:

- Entwicklung und Kommunikation eines Leitbildes unter Hinzuziehung bzw. Berücksichtigung möglichst vieler Interessierter und Betroffener,
- Erhöhung der Attraktivität der Stadt bzw. Region mittels eigener Maßnahmen und der organisatorischen Unterstützung und Koordinierung sonstiger Events,
- Förderung der Kooperation öffentlicher und privater Akteure und damit die Übernahme der Funktion eines Moderators,
- Funktion als Sprachrohr der Bürger, Vereine und Institutionen wahrzunehmen bzw. gegenüber der Stadtverwaltung, den Einzelhändlern und verschiedenen (öffentlichen) Institutionen zu vermitteln,
- Beitrag zur Profilierung der Stadt bzw. Region zu leisten.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Professionelle und effiziente Umsetzung der Projekte zur Erreichung der Leitbilder,
- Ansprechpartner für öffentliche und nicht-öffentliche Akteure,
- Umsetzung der in den Arbeitskreisen erarbeiteten Zielvorstellungen und Leitbilder,
- Steuerung des Entwicklungsprozesses,
- Imagewerbung und Außendarstellung für die Stadt Kemnath und des Kemnather Landes,
- Verbesserung des Informationsflusses innerhalb der Stadt und der Region,
- Image- und Identitätsförderung,
- Kontinuität und Effizienz bei der Projektumsetzung,
- kontinuierliche Erfolgs- und Kostenkontrolle,
- professionelle Öffentlichkeitsarbeit für Kemnath und das Kemnather Land.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Generell gibt es unterschiedliche Ansätze, wie eine Gemeinde **ein kontinuierliches Stadtmarketing in die Entscheidungs- und Organisationsstrukturen einer Stadt wie Kemnath einbinden** kann. Die wichtigsten und gebräuchlichsten Rechtsformen sind:



- **Loser Arbeitskreis**

In Form eines Lenkungsausschusses nimmt **ein loser Arbeitskreis** organisatorisch die Aufgaben des Stadtmarketings wahr. Dieser koordiniert und unterstützt als Bindeglied zwischen den städtischen Gremien und dem Stadtmarketing die Arbeit der thematischen Arbeitskreise. Der Beitritt neuer engagierter Bürger ist problemlos, es besteht eine hohe **Flexibilität** und durch die **ehrenamtliche Tätigkeit** sind nur **wenig finanzielle Zuwendungen** nötig. Jedoch sind solche losen Zusammenschlüsse durch ihre Unverbindlichkeit **häufig von geringem zeitlichen Bestand**. Die Beschlüsse eines solchen Gremiums haben kein Gewicht und der nicht formalisierte Entscheidungsprozess bietet immer wieder Angriffspunkte. Lose Strukturen haben nur bei sehr engagierten und breit akzeptierten Personen an der Spitze Erfolg. Ferner ist eine regelmäßige Erfolgskontrolle durch externe Berater und/oder ein starkes Engagement des Bürgermeisters im Stadtmarketing wichtig. Dies **entspricht der aktuellen Lösung in Kemnath** mit den verschiedenen KEMNATH-InitiAktiv Teams und den kontinuierlichen Treffen der Teamleiter.

- **Eingetragener Verein**

Eine v.a. auch in Städten der Größe von Kemnath häufig gewählte Organisationsform, welche die Nachteile des losen Zusammenschlusses, die sich aus der Unverbindlichkeit ergeben, mindert, ist die Gründung eines Stadtmarketing-Vereins. Die **Satzung** und Organisation kann bei anderen Städten angelehnt werden und die Gemeinnützigkeit birgt steuerliche Vorteile. Finanzmittel für das Stadtmarketing können aufgrund **geringer Verwaltungskosten** somit für Projekte verwandt werden. Der Vorstand eines solchen Vereins sollte aus Gemeindevertretern und engagierten Arbeitskreismitgliedern aus den verschiedenen Wirtschafts- und Lebensbereichen bestehen, da so eine **gute Kommunikation** zwischen den städtischen Gremien und dem Stadtmarketing gewährleistet werden kann. Die Arbeit in den Arbeitskreisen sollte nicht zwingend an eine Mitgliedschaft im Verein gebunden werden, um die Offenheit für alle Ideen zu signalisieren.

- **Projektleitung bzw. Geschäftsstelle in Form einer GmbH**

Hohe Kontinuität und klare Verantwortung erreicht man durch eine Stadtmarketinggesellschaft mit einem Geschäftsführer, sie ist **in größeren Städten** eine häufig gewählte Form. Sie gewährleistet eine hohe Eigenständigkeit mit nur beschränkter Haftung, jedoch sind durch das nötige Stammkapital sowie Bilanzierungs- und Prüfungspflicht auch **hohe Kosten** vorprogrammiert, die nicht direkt der Aufgabe des Stadtmarketings zugute kommen. Ein Stadtmarketingbeauftragter in Zusammenarbeit mit den engagierten Bürgern der Arbeitskreise kann sehr effektiv und auch an den Besonderheiten der Stadt ausgerichtet arbeiten, für Kemnath erscheint diese Lösung aber etwas überdimensioniert.

Die aktuelle lose Zusammenarbeit der Arbeitskreise, die nun durch die Anstellung des aktiven Arbeitskreisleiters Herrn Klante für 15 Stunden pro Woche eine Art Koordinator erhalten hat, ist zunächst ein positiver erster Schritt. Langfristig erscheint dies aber nicht effizient genug. Ohne formale Strukturen und einen Geschäftsführer besteht immer die Gefahr, dass auch sehr engagierte Arbeitskreise bei auftretenden Problemen schnell „das Handtuch schmeißen“ (s. auch die Erfahrungen beim ersten Stadtmarketingansatz in

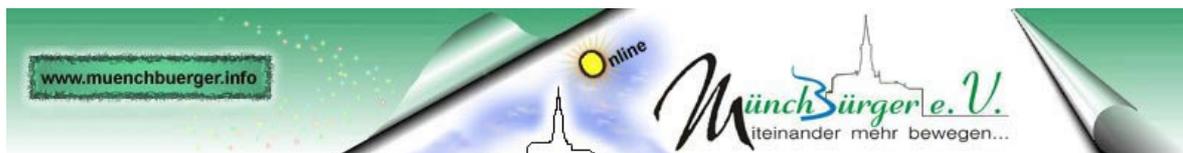
Kemnath). Insbesondere, da es für Kemnath empfehlenswert erscheint, dass ein solcher Stadtmarketingbeauftragter neben der Koordination der Aktivitäten der Arbeitskreise auch weitere Aufgaben der Wirtschafts- und Fremdenverkehrsförderung mit übernimmt, sollte neben einer langfristigen Institutionalisierung des Stadtmarketings ergänzend ein **Mitarbeiter bei der Verwaltung** für die Koordination der Aktivitäten verantwortlich sein. Langfristig ist mindestens eine Halbtageskraft oder eine langfristige Personalabstellung aus der Verwaltung für diese Aufgaben einzuplanen. Dabei sollte viel Wert auf die Auswahl der Person gelegt werden.

Die **Federführungen** sollte wie bei Projekt 1 bei der **Stadt Kemnath** liegen, in Zusammenarbeit mit Vereinen, Verbänden, Gewerbetreibenden u.ä. sowie bei einer Ausdehnung des Managements auf das Kemnather Land auch in Zusammenarbeit mit den beteiligten Gemeinden und dem Landkreis Tirschenreuth. Die **Kostenbeteiligung** der Vereine, Unternehmer u.a. ist z.B. über Mitgliederbeiträge zu organisieren und der Anteil aller Kommunen sollte über einen Einwohnerschlüssel berechnet werden. Alle Beteiligten sollten sich jedoch von Anfang an einig sein, dass das finanzielle Engagement langfristig und an die hohen Anforderungen, denen ein solcher Regionalmanager genügen sollte, angepasst sein muss.

REFERENZBEISPIEL:

Auch Kleinstädte setzen zur besseren Positionierung ihrer Qualitäten heute verstärkt auf Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung. Jedoch sind hier GmbH-Lösungen zumeist nicht finanzierbar, so dass zumeist auf Vereinslösungen oder engagierte Personen aus der Verwaltung, die diese Aufgabe mit übernehmen, zurückgegriffen wird. Auch als Halbtagslösungen (z.B. besetzt von Wiedereinsteigerinnen aus dem Erziehungsurlaub) sind zu finden.

Die Vereinslösung wählt z.B. die Stadt Münchberg mit dem Verein "Münchbürger e.V." (www.muenchbuenger.info), ein weiteres Beispiel aus dem näheren Umfeld ist Grafenwöhr mit einer Halbtageskraft, die u.a. mit Stadtmarketingaufgaben betraut ist oder der Wirtschaftsförderer der Stadt Selb (<http://selb.de/html/cms/bauen/wifoe/index.html>).



Referenzbeispiele für Regionalmanagement auf der Ebene von Gemeinden, also unterhalb der Landkreisebene wurden bei Projekt 1 bereits vorgestellt. Gerade in Landkreisen bzw. Regionen mit unterschiedlichen Strukturen und Problemlagen sind diese kleinräumigen Lösungen empfehlenswert. Gemeinsame Ziele und ein Zusammengehörigkeitsgefühl, das historisch gewachsen ist, sollten bei der Abgrenzung einer Region im Vordergrund stehen und nicht administrative Grenzen. Dies erschwert zwar manchmal die Zusammenarbeit mit den übergeordneten Ebenen, wird von den Bürgern aber besser angenommen und mitgetragen.

Projekt 3: Aufwertung der „Stadt Tore“, Informations- und Hinweisschilder (siehe auch Impulsprojekt 2)

Attraktivere Gestaltung der Stadteingänge, Orientierungshilfe für Ortsfremde, detaillierte Information über Infrastruktur und Angebote in Kemnath an den Ortseingängen, Hinweistafeln im Vorfeld der Stadt

KURZBESCHREIBUNG:

Die Einfahrt in eine Stadt als erster Eindruck ist für das Image der Stadt prägend. Die beiden Abfahrten von der B 22 nach Kemnath sowie die Zufahrt von der Wunsiedler Straße bedürfen alle einer optischen Aufwertung. **Neue „Stadt Tore“** sollten hier die Einfahrt in eine vielseitige Stadt verdeutlichen (zur baulichen Gestaltung und den Umsetzungsschritten siehe auch Impulsprojekt 2). Die B 22 und die St 2665 sind bereits heute und werden zukünftig noch mehr wichtige Verkehrsachsen für den Ost-West-Verkehr sein. Besucher der Region und Durchreisende sollen künftig an **zentralen Zufahrtspunkten eine attraktive Stadteinfahrt** vorfinden und sich über die vorhandene Infrastruktur sowie Angebote von Industrie und Gewerbe der Stadt und ihres Umlandes informieren können. Auch Informationsmöglichkeiten in den Stadtteilen bzw. in den anderen Gemeinden des Kemnather Landes sind unbedingt wünschenswert.

Im Bereich dieser neuen Stadteingänge sollen mittels graphisch anschaulicher Tafeln und/oder elektronischer Info-Points (s. Projekt 4) **Informationen zur Stadt Kemnath und dem Kemnather Land rund um die Uhr** zur Verfügung stehen. Dieser Service kommt v.a. Reisenden zugute, die außerhalb der Öffnungszeiten der Information im Rathaus ankommen. Zwei Zielgruppen sind die Hauptnutzer solcher Informationsmöglichkeiten, Geschäftsreisende auf der Suche nach ihrem genauen Ziel im Kemnather Land und Naherholer bzw. Touristen auf der Suche nach Übernachtungsmöglichkeiten, Gaststätten oder Freizeitangeboten. So sollten diese Tafeln neben dem Stadtplan v.a. Informationen für diese Zielgruppen gut aufbereitet darstellen.



Die vorhandenen Informationspunkte sind von ihrem **Standort** her nicht ideal und ihre Gestaltung spiegelt nicht die agile Stadt wider.

Die „neuen Stadt Tore“ und die Informationstafeln sollten ein einheitliches Layout haben und klar die Alleinstellungsmerkmale der modernen Industriestadt Kemnath (z.B. Lebensmittelstandort, Medizintechnik) widerspiegeln. An allen Standorten gilt es darauf zu achten, dass die Tafeln als Informationshilfen auch rechtzeitig erkannt werden und

dass sichere Haltemöglichkeiten gegeben sind.

Eine Positionierung solcher Informationsmöglichkeiten bereits im **Vorfeld der Abfahrten von der B 22** ist zu empfehlen. So können (Durch-)Reisende auf die Stadt neugierig gemacht werden. Schon entlang der wichtigen regionalen Verkehrsadern wie auch an den

Abfahrten der überregionalen Strecken (A 9 und A 93) sollten Reisende auf die Stadt aufmerksam gemacht werden, neben klassischen Hinweistafeln könnten auch überdimensionale Installationen ähnlich der von Tankstellen diskutiert werden.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Information der Besucher und Erleichterung für Ortsfremde,
- Werben für Betriebe und Infrastruktur,
- ansprechende Begrüßung der Besucher der Region,
- Verbesserung der Informationsmöglichkeiten für Naherholer und Touristen,
- umfassenden Überblick über Infrastruktur, Industrie und Gewerbe für Auswärtige,
- rechtzeitige Möglichkeit zum „Entdecken“ der agilen Stadt Kemnath,
- Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Stadt Kemnath und ihrer Unternehmen,
- Image- und Identitätsförderung als moderne Industriestadt und attraktiver Freizeitraum.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Die **Trägerschaft** einer solchen Maßnahme liegt bei der **Stadtverwaltung**, sie sollte hierfür aber **Sponsoren** gewinnen. Die Kosten für die Informationstafeln an allen Ortseingängen sind abhängig von den Materialien, wobei aber auf Wetterbeständigkeit und Originalität zu geachtet werden sollte. Ein **Graphikbüro oder Künstler aus der Region** sollte den Entwurf übernehmen, das neue Logo ist dabei einzubinden und eine Einpassung in die Umgestaltung der Stadteinfahrten ist zu bedenken. Auf die Möglichkeit, einzelne Informationen austauschen zu können, ist ebenso wie auf eine klare Struktur der Inhalte zu achten. Bei guter Konzeption fallen hier einmalig Kosten an, die mit den beteiligten Unternehmen geteilt werden sollten (zu den Kosten, der Ausführung und dem Zeitrahmen der Umgestaltung der Stadteingänge z.B. Straßenführung, Begrünungen siehe Impulsprojekt 2). Die zeitgemäße Aufbereitung von Informationsmöglichkeiten und eine einladende Gestaltung der Stadteinfahrten hat **hohe Priorität**.

REFERENZBEISPIEL:

Attraktive Stadttore, die Reisende auf die Stadt neugierig machen und die **Besonderheiten der Gemeinde widerspiegeln**, findet man häufig in Tourismusregionen in Österreich oder auch in Norditalien. Als Beispiel sei hier nur das Gailtal in Kärnten mit der Stadt Hermagor oder der Kreisverkehr am neuen Badezentrum in Bad Radkersburg in der südöstlichen Steiermark genannt.

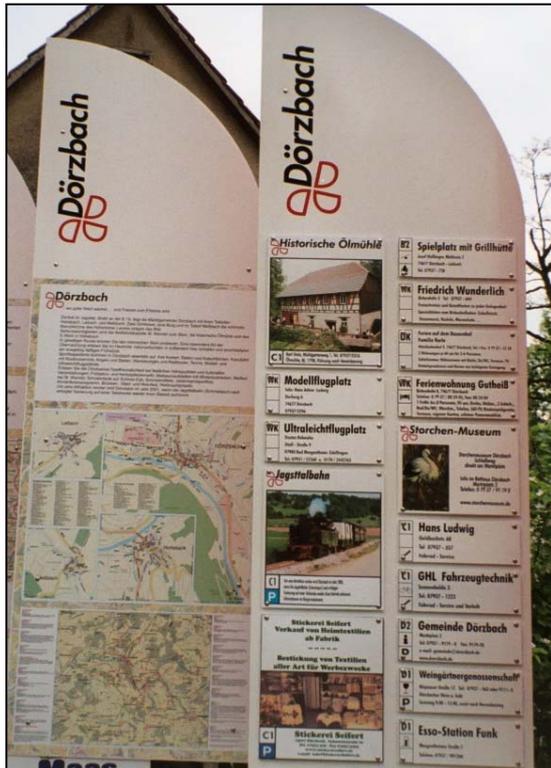


Auf moderne Materialien und auf die Industrietradition hingegen setzt die größte Stadt im Rhein-Sieg-Kreis, Troisdorf (www.heidenau.de/troisdorf.html). Troisdorf hat sich von einem traditionellen Stahlstandort zu einem blühenden Zentrum für mittelständische Unternehmen entwickelt und drückt mittels **moderner Stadttore** aus Stahl, Wasser, Licht und Kunststoff Transparenz, Offenheit und Toleranz für das Neue aus.



Beispiele für **Informationstafel** findet man in vielen Städten und deren Gestaltung sind so vielfältig wie der Geschmack und der Zeitgeist zum Zeitpunkt der Errichtung war. Wichtig ist v.a. eine **klare Darstellung und Struktur der Informationen** so wie eine Wetterbeständigkeit. Ferner sollte das Besondere der Stadt deutlich herausgearbeitet werden.

Ein gutes Beispiel, wie die Inhalte aufbereitet und durch einzelne Tafeln auch Veränderungen ohne Probleme vorgenommen werden können, findet man in Baden-Württemberg im Landkreis Hohenlohekreis in der Gemeinde Dörzbach im Jagsttal.



(www.doerzbach.de, www.hohenlohekreis.de)

Projekt 4: Zentraler Infopavillon mit 24 Stunden-Infos am Stadteingang sowie weitere elektronische Info-Terminals an zentralen Standorten (siehe auch Impulsprojekt 2)

Einrichtung eines Infopavillons als „Schaufenster der Region“, ausgestattet mit öffentlichem elektronischen Info-Terminal, Ausstellung von Produkten aus der Stadt bzw. Region

KURZBESCHREIBUNG:

In der heutigen Zeit müssen **Informationsangebote stets aktuell** und für die Nachfrager **leicht verfügbar** sein, sollen sie Akzeptanz finden. Gerade in der Grenzregion erscheint es wichtig, einem zunehmenden West-Ost Verkehr Rechnung zu tragen und Besuchern oder Geschäftsreisenden aus der bzw. in die Tschechischen Republik die Orientierung so leicht wie möglich zu machen. Das Vorhalten von Informationsmaterial in gedruckter Form etwa in Verwaltungen und Fremdenverkehrsbüros hat dabei den entscheidenden Nachteil, an die Öffnungszeiten der jeweiligen Einrichtung gebunden zu sein. Daher soll als Ergänzung die Einrichtung von **automatischen Informationsmöglichkeiten** gerade in Kemnath mit seiner verkehrsgünstigen Lage angegangen werden.

Bei den Info-Points oder -Terminals handelt es sich um Computer, die mit einem Server in der Stadt oder einer anderen Einrichtung, welche die **Aktualisierung** des Informationsangebots übernimmt, verbunden ist. Je nach Auslegung gebührenfrei oder mittels Kreditkarte oder Münzen erhält der Benutzer Zugriff auf frei definierbare Inhalte. Um den Komfort für die Benutzer zu erhöhen, sollten die Terminals jedoch vor Witterungseinflüssen geschützt in Glas- oder Kunststoffpavillons o.ä. untergebracht werden, deren Edelstahl-Gehäuse und Panzerglasscheiben auch Vandalismus ausschließt. Eine kostengünstigere Alternative sind Infosäulen der Firma Siemens, die jedoch ohne Pavillon sind und daher dem Gast keinen wetterfesten Unterstand bieten.

Das elektronische Info-Terminal sollte in einem **Infopavillon** nahe der B 22 errichtet werden. Der Infopavillon sollte als „**Schaufenster der Region**“ für **Produkte und Angebote der Stadt Kemnath sowie der Region** werben. Dabei sollen v.a. die Produkte der ansässigen Lebensmittelindustrie präsentiert werden, jedoch auch Werbeflächen für andere Branchen, so z.B. Bauern (Direktvermarkter) und Gewerbetreibenden zur Verfügung stehen. Ein Standort im **Kreuzungsbereich der B 22 und der ST 2665** ermöglicht die Ansprache von Reisenden, die auf die Stadt und das Kemnather Land aufmerksam gemacht werden sollen. Dieser Pavillon, der an allen Seiten die Produkte der Region vorstellt und Informationen über die Einkaufs- und Freizeitmöglichkeiten gibt, bildet dann den Witterschutz für das Terminal.

Weitere Info-Terminals könnten in der historischen Innenstadt oder am neuen Anziehungspunkt, dem Stadtweiher aufgestellt werden. Bei einem Zusammenschluss der Gemeinden des Kemnather Lands (s. Projekt 1) sind **auch Standorte in den anderen Gemeinden** zu planen. Neben der Festlegung der Anzahl und konkreten Standorte gilt es, in der Konzeptionsphase die zu vermittelnden Inhalte zu bestimmen und die Präsentation (evtl. von einem externen Büro) zu erarbeiten. Auch die angedachte neue Präsentation der Stadt im Internet (s. Projekt 5) sollte hier mit eingebunden werden. Darüber hinaus ist eine **Einbindung in eine Informationskonzeption des gesamten Landkreises** anzudenken. Empfehlenswert wäre es, solche Informationspunkte für die drei sich abzeichnenden Teilregionen Stiftland, Steinwald und Kemnather Land zu erstellen.



Da nicht alle Gäste und Besucher mit dieser Technologie vertraut sind oder nur eine schnelle Information über einen konkreten Standort brauchen, sollen die Informationspunkte durch graphisch anschauliche Tafeln samt Stadtplan (Projekt 3) ergänzt werden. Ferner werden Konzeption, Planung und Umsetzung einer neuen Gestaltung der Stadteinfahrten einiges an Zeit bedürfen und auch wird die Finanzierung auf mehrere Jahre verteilt werden müssen. Umso wichtiger ist eine schnelle Umsetzung des Projekts 3, der Pavillon und elektronische Info-Points sollten jedoch langfristig das Ziel sein. Unerlässlich ist ein **mehrsprachiges Angebot**, zumindest in Deutsch, Englisch und Tschechisch, was mit entsprechender Software ohne Schwierigkeiten technisch realisierbar ist. Das Angebot ist insgesamt in Breite und Tiefe auf die **Informationsbedürfnisse der Zielgruppen** (deutsche bzw. tschechische) „Touristen“, „Geschäftsreisende“ und ggf. weitere Gruppen abzustimmen.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Attraktivität Kemnaths als Arbeits- und Lebensort für Reisende, Naherholer und Bürger sichtbar machen,
- Demonstration des „Wer sind wir“ über die Vielfalt und hohe Qualität der Produkte aus der Stadt bzw. der Region,
- verstärkte Zusammenarbeit in der Stadt sowie in der Region,
- Sensibilisierung der Bevölkerung für die Stärken der Stadt bzw. Region,
- Verbesserung der Informationsmöglichkeiten für Naherholer und Touristen,
- Aktivierung des Besucherpotenzials von Durchreisenden,
- umfassender Überblick über Infrastruktur, Industrie und Gewerbe für Auswärtige,
- Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Stadt Kemnath und ihrer Unternehmen,
- Herstellung einer Informationstransparenz über die Region,
- Steigerung des Wissens um Produkte und Angebote der Region,
- Image- und Identitätsförderung als moderne Industriestadt mit hochwertigen, industriell gefertigten Lebensmitteln und High-Tech-Produkten.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Die Trägerschaft liegt bei **der Stadt Kemnath in Partnerschaft mit den ansässigen Unternehmen, Sparkassen und Banken** sowie in Kooperation mit Kommunen im Umland und dem Landkreis. Für die Finanzierung erscheint es ferner möglich, durch Einbeziehung der landwirtschaftlichen Direktvermarkter und ihrer Produkte Mittel aus dem Bereich Landwirtschaft zu erhalten. Mittel von der Direktion für ländliche Entwicklung (DLE) hingegen sind nur in Zusammenhang mit einem förmlichen Verfahren (Dorferneuerung, Flurbereinigung) abzurufen. Inwieweit der Standort eines solchen Pavillons im Zuge eines solchen Verfahrens integrierbar ist, gilt es für konkrete Standorte abzuklären. Da eine umfassendere Konzeption von Informationspunkten für alle drei Regionen des Landkreises Tirschenreuths empfehlenswert erscheint, sollte das Regionalmanagement frühzeitig eingebunden werden.

Der **Finanzbedarf** für einen Info-Pavillon mit Terminal liegt bei ca. 30.000.- € für die Anschaffung und baulichen Vorbereitungen sowie 2.000.- € p.a. für den Unterhalt (Reinigung, Wartung). (Überdachte) Infosäulen als günstigere Alternative haben einen Grund-



preis von ca. 10.000.- €- ggf. zuzüglich verschiedener Optionen, wie z.B. Bondrucker, Telefon mit Wählkarte, ISDN-Router oder Kiosk-Client-Lizenz. Auch sollte langfristig ein Wartungsvertrag abgeschlossen werden, denn von ausgefallenen Infosäulen wird das Image beeinträchtigt.

Die Erarbeitung entsprechender Informationsseiten haben im Rahmen von Projekt 5 hohe **Priorität**, der Einsatz von Info-Points und der Bau eines zentralen Info-Pavillons jedoch sollte **im Zuge einer Umgestaltung des Eingangsbereiches Bayreuther Straße** erfolgen.

REFERENZBEISPIEL:

In Landshut besteht seit Juni 2001 ein Info-Pavillon am innenstadtnahen Parkplatz Grieserwiese. Er wurde von einem **ortsansässigen jungen IT Unternehmen** realisiert. Die Finanzierung erfolgte in einer Gemeinschaftsaktion des Fremdenverkehrsvereins und der Sparkasse Landshut.

Im Info-Pavillon können die Bürger von Landshut und Besucher Informationen über die Stadt und speziell die Ereignisse bei der „Landshuter Hochzeit“ abrufen. Daneben wird die Glaswand per Beamer-Projektion als Werbefläche genutzt. Der Pavillon besteht überwiegend aus Edelstahl und Glas und bietet somit neben einer attraktiven Optik und guter Einsehbarkeit optimalen **Wetterschutz** für die Benutzer sowie **Sicherheit gegen Vandalismus**. Ähnlich stabil ist das Edelstahlgehäuse der Terminals selbst, das neben dem Monitor mit einem Lautsprechersystem, Tastatur und Trackball ausgestattet ist.



Die kostengünstigere Alternative der **Infosäulen** wurden beispielsweise im **Fränkischen Seenland** realisiert, hier über einen Leasingvertrag. Die monatliche Leasingrate beträgt monatlich ca. 1000.- € zuzüglich einmaliger Bereitstellungskosten von ca. 8.000,- € und eventuell Erschließungskosten eines schattigen Standorts mit Strom- und Telefonanschluß.

Projekt 5: Zielgruppengerechter Internetauftritt mit z.B. Online-Buchung und Verbesserungen bei der Informationspolitik

Verbesserungen in der Öffentlichkeitsarbeit im Internet sowie über Druckmedien

KURZBESCHREIBUNG:

Einige bereits weit vorangeschrittene Bemühungen der **KEMNATH- InitiAktiv Teams** haben sich dem Ziel einer modernen Öffentlichkeitsarbeit verschrieben. Die Entwicklung eines neuen Logos, die Neugestaltung des Veranstaltungskalenders und die Erarbeitung von verschiedenen Führern sind in Arbeit.

Alle Veröffentlichungen sollten entsprechend den Leitbildern und den Diskussionen der Arbeitskreise **Tradition – Fortschritt - Wohlfühl** widerspiegeln. So ist in einem ersten Schritt ein einheitliches Layout und ein Logo (Vorentscheidung ist abgeschlossen) entwickelt worden und in einem zweiten Schritt sollen die wichtigsten Inhalte auf **verschiedene Zielgruppen abgestimmt** werden. Generell ist immer an zwei Zielgruppen zu denken: Bürger vor Ort sowie in der Region und Auswärtige. Ferner sind unterschiedliche Themen auch für die Zielgruppe passend zu präsentieren – ein Unternehmer, der sich für den Standort Kemnath interessiert, ist anders anzusprechen als ein Tourist oder eine Bauherr auf der Suche nach einem Bauplatz.

Die Überlegungen der Arbeitskreise einen allgemeinen „**Image-Umschlag**“ zu gestalten und verschiedene Einzelprospekte in gleichem Design für verschiedene Themen und/oder Zielgruppen zu entwerfen, ist zu unterstützen, da die „**Einlagen**“ so günstig und aktuell gestaltet werden könnten. Da das Thema Öffentlichkeitsarbeit in verschiedenen Teams angegangen wurde, sollte darauf geachtet werden, dass man sich bei der Zahl von Broschüren, Führen und Flyern nicht übernimmt oder doppelte Arbeit macht. Z.B. könnten die Überlegungen bzgl. eines Einkaufs- und eines Gastronomieführers, wie ja auch schon in den Arbeitskreisen selbst angesprochen, zusammengefasst werden. Alle Werbemedien sollten für die Bürger die Stärken des gesamten Kemnather Landes und des Mittelpunktes Kemnath hervorheben, um eine Image- und Identitätsförderung zu erreichen.

Neben den Druckmedien sollte ein Schwerpunkt der Öffentlichkeitsarbeit aber auf einer **modernen und zielgruppenspezifischen Präsentation der Stadt und der Region im Internet** liegen. Viele der Inhalte und auch des Layouts können und sollten mit den Broschüren übereinstimmen. Im Vordergrund der Neugestaltung steht die Leichtigkeit der Bedienung und das schnelle Auffinden der gesuchten Information. Die Seiten sollten nicht zu sehr textlastig sein und viel mit Bildern arbeiten, weitergehende Informationen sollten sich erst hinter weiterführenden Verlinkungen befinden. Ferner ist auf **Übersichtlichkeit** und eine Suchfunktion innerhalb der Seiten zu achten sowie an die Auffindbarkeit anhand einiger zentraler Schlüsselworte (z.B. „Passion“, „gesunde Lebensmittel“) in den gängigen Suchmaschinen zu denken. Für Interessierte sollte auch ein Auswahl- und Buchungssystem für Unterkünfte zur Verfügung stehen. Wichtig beim Aufbau der Seiten ist, dass eine dezentrale Pflege ermöglicht wird, da nur so eine ständige **Aktualisierung** gewährleistet werden kann. Die Ersterstellung der Homepage sollte von einem Profi übernommen werden, um ein gutes Layout und eine technische Funktionstüchtigkeit zu erreichen.

Der Stadt Kemnath sollte v.a. auch die **Präsentation der Stadt/Region als Unternehmensstandort** am Herzen liegen. Hier bedarf es anderer Botschaften als für Touristen.



Gerade die Einbindung von Unternehmen, die über die Regionsseite zu erreichen sind, erscheint für eine ganzheitliche Weiterentwicklung der regionalen Wirtschaftsstruktur wichtig. Im Gegenzug sollten die Unternehmen Links zu den Regionsseiten anbieten, um den Gemeinschaftsgedanken zu vermitteln. Für ein modernes Standortmarketing, welches Gewerbeinvestoren für eine Region gewinnen soll, ist vor allem ein **Internet-Standortkatalog** und die Möglichkeit, Ansprechpartner im Netz zu kontaktieren, wichtig (s. Projekt 6).

Ein weiteres Informationsmedium, das im Rahmen der Zusammenarbeit der Gutachter mit der Stadt entstanden ist, – die **StadtEntwicklungsZeitung Kemnath** – um eine breite Öffentlichkeit für die Vision Kemnath 2018 und die Leitbilder zu gewinnen, sollte sich etablieren. Nur bei einer breiten Akzeptanz der Ideen ist die weitere Arbeit für eine positive Stadtentwicklung im Sinn der KEMNATH-InitiAktiv Teams, der Gutachter und natürlich der Vertreter der Stadt effektiv zu erreichen. Die SEZ Kemnath kann hier als unregelmäßiges, aber den gesamten Entwicklungsprozess begleitendes Organ dienen.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Koordinierte Information über die Aktionen von Vereinen, Geschäften u.a. in der Stadt,
- optimale Information der Gäste und Bevölkerung mittels Text, Bild und Film
- Herausstellung der Besonderheiten der Region und Darstellung der Vielfalt,
- Imagewerbung für die Stadt Kemnath,
- Identitätsförderung bei interessierten Bürgern,
- Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Region Kemnather Land, national und international,
- Einsatz aller Akteure aus der Region für die Region,
- verbesserte Information aller interessierten Bürger,
- Zusammenfassung des Angebotes im Bereich Freizeit, Erholung, Urlaub wie auch Wirtschafts- und Wohnstandort an einem virtuellen Suchort,
- mehrsprachige Präsentation für alle potentiellen Besuchergruppen,
- Einrichtung eines aktuellen Unterkunftsverzeichnisses mit Buchungssystem,
- bessere Akzeptanz von Angeboten und damit auch Arbeitsplatzsicherung.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Im Hinblick auf die 1000 Jahr-Feier der Stadt sollte die Erarbeitung neuer Informationsmaterialien und einer modernen Internetpräsentation eine **hohe Priorität** haben. Jedoch ist hier Aktionismus mit schnellkonzipierten Broschüren o.ä. fehl am Platz. **Schrittweise** ist zuerst ein breit akzeptiertes Erscheinungsbild der Stadt und der Region zu erarbeiten (derzeit mit Logo-Diskussion und Diskussion der Leitbilder dieses Gutachtens voll im Gange). Parallel bzw. als 2. Schritt sind Inhalte und Zielgruppen genau zu definieren und Mitstreiter auch aus dem Kemnather Land sollten gefunden werden. Erst danach sind die verschiedenen Informationsbroschüren und Führer im Detail zu erarbeiten.

Die **Federführung** sollte die **Stadt Kemnath** bzw. der „Regionalmanager Kemnather Land“ übernehmen. Bei der Finanzierung sind alle Akteure wie Vereine, Verbände, Gewerbetreibende mit einzubeziehen.



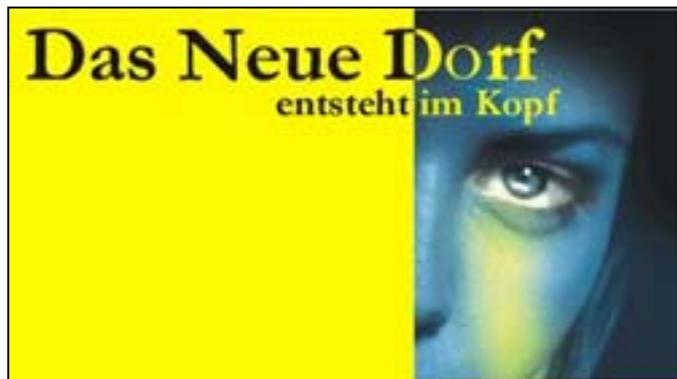
Die **Kosten** für die verschiedenen Druckmedien sind von der Gestaltung und der Auflage abhängig (von einer Spanne von 10.000 bis 50.000 € ist auszugehen). Die Lösung mit einem aufwändigeren und breit einsetzbaren Umschlag sowie günstigeren Einlagebroschüren, die dann auch einfach gestaltet sein können, erscheint empfehlenswert und auf längere Sicht günstiger.

Bei der **Internetgestaltung** sollte nicht am falschen Ende gespart werden, eine Zusammenarbeit mit einem Profi, der entweder die ständige Aktualisierung übernimmt oder sie so „einfach“ gestaltet, dass die Beteiligten später Änderungen jederzeit selbst vornehmen können, ist einer „Heimwerker-Lösung“ vorzuziehen. Wobei sicher ein ortsansässiger Profi oder auch der Betreuer der Internetseiten eines der ansässigen Unternehmen für diese Aufgabe zu gewinnen ist. Für eine **Anfangskonzeption** sollten ca. 2.500,- € veranschlagt werden, später fällt eine stundenweise oder eine pauschale Abrechnung für die **Betreuung** an.

REFERENZBEISPIEL:

Zur Gestaltung der Werbebroschüren wie auch des Internetauftrittes haben die Arbeitskreise bereits verschiedene Recherchen angegangen. Anregungen und Informationen über Umsetzung und Kosten sollten breit eingeholt werden und dann eine für Kemnath passende Lösung gewählt werden.

Eine **gute und ständige Aktualisierung von Internetseiten** ist v.a. abhängig von der einfachen Handhabbarkeit der Internetseiten bzw. dem Administrator, gute Beispiele sind im Netz zu finden. Gute Beispiele stellen die ausgezeichneten Seiten des Wettbewerbes InternetDorf in Baden-Württemberg (<http://www.internetdorf.de/>) dar. Die so ausgezeichneten Internetauftritte können als Anregungen herangezogen werden, aber auch andere Städte sind gut im Netz präsent. Der Wettbewerb "InternetDorf 2003" ist Teil des Projekts "Das Neue Dorf" des Ministeriums Ländlicher Raum Baden-Württemberg.



Als wichtige **Auswahlkriterien für ein gutes Internetangebot**, und damit bei der Erstellung eines Auftrittes auch zu beachten, gelten: das Screendesign, das Service-/Informationsangebot, die Möglichkeit der Bürgerbeteiligung und die Vermittlung kommunalpolitischer Entwicklungen und Prozesse sowie Aktualität, Benutzerfreundlichkeit, Gestaltung, Navigation, Interaktivität, Qualität der Bürgerdienste, Bürgerbeteiligung sowie Einbindung von Handel, Gewerbe und Vereinen. Ansprechende Internetauftritte sind zielgruppenorientiert und bieten z.B. für die Bürger andere Informationen als für Interessenten von außerhalb.

Projekt 6: Aufbau eines Standortmarketings für das produzierende Gewerbe und den Einzelhandel mittels eines Leerstands- bzw. Flächenmanagements

Positionierung als attraktiver Gewerbestandort, Vermarktung von Flächen und Gebäuden

KURZBESCHREIBUNG:

Die Rahmenbedingungen mit dem Industrie- und Gewerbegebiet „Kemnath-West“ und die Möglichkeiten für weitere Gewerbeflächenausweisungen in der verkehrsgünstigen Lage an der B 22 und ST 2665, um sich noch besser als moderner Industriestandort mit langer Tradition zu positionieren, sind für die Industriestadt Kemnath sehr gut. Die verkehrsgünstige Lage, das vollerschlossene Industrie- und Gewerbegebiet und das vorhandene, industrieerfahrene Arbeitskräftepotenzial bieten gute Chancen für weitere Ansiedlungen aus dem industriellen und gewerblichen Sektor. Jedoch können solche Voraussetzungen viele Standorte aufweisen, so dass die Stadt **gezielter potentielle Ansiedlungskandidaten auswählen und konkret ansprechen** sollte, anstatt nur allgemein mit der Fläche zu werben.

Für die zukünftige Entwicklung ist in einem ersten Schritt eine **klare Definition der Zielrichtungen** (s. auch Projekt 7) vorzunehmen. Darauf aufbauend muss eine zielgruppenspezifische Ansprache zur Vermarktung der Flächenpotenziale und evtl. eine Neuausweisung von Gewerbeflächen für einen landschaftsbezogenen Gewerbepark o.ä. (s. auch Projekte des Handlungsfeldes Industrie und Gewerbe) erarbeitet werden.

Für eine zielgruppengerechte Ansprache ist in einem ersten Schritt klar zu definieren, in welche Richtung sich die gewerbliche Wirtschaft der Stadt weiterentwickeln will und kann. Entsprechende Gespräche wurden und werden **zwischen der ansässigen Wirtschaft und der Politik** geführt. In Zukunft gilt es diese Ziele z.B. im Rahmen von Gesprächen am „Unternehmerstammtisch“ immer wieder zu überprüfen und ggf. neu festzulegen. Neben der Frage nach der **Art von Neuansiedlungen** sollte auch geklärt werden, welche ausgewiesenen oder auch noch neu auszuweisenden Flächen für welche Ansiedlungen angeboten werden sollen. Im Rahmen eines **Gewerbeflächenmanagements** sind hier eindeutige Zuordnungen zu treffen und der Bedarf weiterer Ausweisungen abzuschätzen.

Entsprechend der angedachten Wirtschaftsausrichtung und mit den bereits ansässigen Firmen sind anzusprechende Firmen („Welche Unternehmen bzw. Unternehmer könnten sich angesichts der vorhandenen Struktur, der Lage für den Standort Kemnath interessieren?“) zu ermitteln. Diese sollten dann gezielt beworben werden, so sind große Streuverluste zu vermeiden und die Kommunikationspolitik an die Anforderungen der potentiellen Ansiedlungskandidaten anzupassen. Verschiedene **Strategien der Vermarktung und mediale Maßnahmen** wurden in den KEMNATH-InitiAktiv Teams bereits angesprochen. Neben einer konsequenten Öffentlichkeitsarbeit, um den Industriestandort Kemnath besser bekannt zumachen, erscheint der Weg über Fachmessen eine Möglichkeit. Aber auch die direkte Ansprache in Frage kommender Unternehmen per Direktmailing ist zu empfehlen. Ein wichtiger Bestandteil einer wirtschaftsfördernden Außendarstellung einer Stadt stellt ein professioneller Internetauftritt der Stadt, der die Gewerbeflächen im Detail präsentiert, dar (s. Projekt 5).

Neben der Standortwerbung für die Stärkung des produzierenden Gewerbes sollte aber in Kemnath v.a. auch **die Stärkung der mittelzentralen Einzelhandelsstruktur** eine Auf-



gabe des Standortmarketings sein. Um aktuell und zukünftig die Einzelhandelsentwicklung der Gesamtstadt und insbesondere der Innenstadt optimal steuern zu können, sollte die Stadt immer eine aktuelle Liste von Leerständen und Brachflächen griffbereit haben. Sowohl für Anfragen von Investoren großflächiger Einzelhandelsprojekte wie auch für Einzelhändler oder Dienstleister auf der Suche nach einem geeigneten Standort sollten verschiedene Objekte mit wichtigen Informationen dazu den Interessenten vorgestellt werden können.

Alle **vorhandenen und sich neu ergebenden Leerstände sind zu erfassen**, die Aufzeichnungen zu den einzelnen Objekten sollten den Grundriss, die Eigentumsverhältnisse, die Umfeldnutzungen o.ä. beinhalten. Die Liste der aktuellen Leerstände sollte halbjährlich in einer Diskussionsrunde aus Verwaltung, Händlern, Immobilienbesitzern und weiterer engagierter Bürger visionär betrachtet werden. Die Umsetzung der hier entwickelten Ideen zur Wiedernutzung sollte dann aktiv angegangen werden. Insbesondere ist eine derartige **aktuelle Zusammenstellung** auch in das Informationsportal des Landkreises einzustellen. Eine erfolgsversprechende Möglichkeit, Flächen im Internet zu vermarkten, ist der Eintrag in regionale oder auch in bundesweite Gewerbeflächen-Kontakt-Systeme (wie der Gewerbeimmobilienbörse des Tirschenreuth Online Portal Wirtschaft, www.top-tir.de in Zusammenarbeit mit SISBY (STANDORT-INFORMATION-SYSTEM BAYERN) oder beispielsweise in www.standortpool.de). Im Immobiliensystem des Landkreises sind bereits einige Objekte aufgenommen, jedoch sollte hier immer auf **Vollständigkeit und Aktualität** geachtet werden.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Aktives Gewerbeflächenmanagement und Standortmarketing,
- Ansiedlung neuer Firmen bzw. Zweigniederlassungen,
- Basis für einen „runden Tisch“: Wirtschaft-Politik-Verwaltung,
- Stärkung von Verflechtungsbeziehungen im Gewerbe vor Ort,
- Sichern und Schaffen von Arbeitsplätzen,
- ständige Erfassung von Entwicklungspotenzialen,
- Kreativität bei Stadtverwaltung und potentiellen Existenzgründern anregen,
- Verringerung der Leerstände im Innenbereich,
- aktuelle Informationsmöglichkeit für Investoren,
- optimale Nutzung von Flächen im gesamten Stadtgebiet,
- proaktives Verhalten gegenüber potentiellen Investoren (Verhandlungssicherheit),
- schnelle Wiedernutzung von Brachflächen und -gebäuden,
- Erhöhung der Gewerbesteuerereinnahmen,
- Imageförderung für die Stadt Kemnath.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Träger dieses Projektes ist eindeutig die **Stadtverwaltung**. Standortmarketing gehört zu den originären Aufgaben der Stadt. Die Erfassung und Vermarktung von Flächen sollte eine der zentralen Aufgaben des „Regionalmanagers Kemnather Land“ (Projekt 2) sein. Aber auch allen **Stadträten** und **Unternehmern** sind Werbemittel an die Hand zu geben, so dass sie, immer wenn sich die Möglichkeit ergibt, im Sinne eines „Botschafters für



Kemnath“, für den Standort werben können. Zusätzliche finanzielle Mittel für Recherchen und diverse Marketingaktionen wie Werbebroschüren o.ä. über Gewerbeflächen und Standortvorteile der Stadt und Direktmailing liegen bei 10.000 bis 20.000 €).

Bei Aufnahmen in einen Gewerbeflächen-Pool fallen i.d.R. Aufnahmegebühren an. Die Kosten bei standortpool.de beispielsweise belaufen sich je nach dem gewählten Umfang auf ca. 9.000 €/a pro Jahr (Stand 2000). Das erscheint im Vergleich mit der professionellen Erstellung und Wartung eines eigenen Standortkatalogs angemessen. Ein Inserat in einer Tageszeitung mit nationaler Verbreitung (3-spaltig, ca. 100 mm hoch, einmalig) kostet ca. 2.000 – 2.500 Euro und die Gemeinde erreicht bei den Lesern einer Tageszeitung Unternehmer nur zufällig. Eine Aufnahme im Standortpool hingegen kostet umgerechnet auf einen Tag ca. 25,00 Euro und richtet sich klar an die Zielgruppe Investoren.

REFERENZBEISPIEL:

Die Notwendigkeit, aktiv Wirtschaftsförderung zu betreiben bzw. ein effektives Standortmarketing aufzubauen, wurde vielen Städten angesichts von Krisen bewusst. Beispielhaft ist der schon 1992 entstandene und ständig **aktualisierte Standortkatalog der Stadt und des Landkreises Schweinfurt**. Vor dem Hintergrund des Strukturwandels in der Wälzlagerindustrie wurde in Form eines Ringbuchordners der Standortkatalog „Neue Freiräume für Innovationen und Unternehmen“ aufgelegt. Die Ringbuchform ermöglicht es, einzelne Einlageblätter jeder Zeit kostengünstig zu aktualisieren. Neben einer Gesamtaufzählung aller zur Verfügung stehenden Flächen mit einer kartographischen Darstellung werden die einzelnen Flächen detailliert vorgestellt. Wichtige Informationen sind u.a. die verkehrliche Anbindung, Erschließungssituation, Eigentumsverhältnisse, Planungsfestsetzungen, Boden- und Geländebeschaffenheit, Kosten für Erwerb und ggf. Erschließung. Ergänzt wird die Standortbeschreibung durch allgemeine Informationen, wie Wirtschaftsstruktur, Verkehrsinfrastruktur, u.a.. Der Standortkatalog wurde durch Inserate in Fachzeitschriften bekannt gemacht und an interessierte Unternehmen verteilt. Auch als gelungenes Beispiel für Internetvermarktung soll die **Immobilienbörse der Stadt Schweinfurt** genannt werden (<http://www.immowelt.de/stadt-schweinfurt/asp/suche.asp>). Diese bietet eine zweckmäßige Auswahlfunktion, die es einem Interessenten erlaubt, im ersten Schritt die gewünschte Nutzungsart und detaillierte Suchkriterien festzulegen. So kann ein Investor bei der Suche in Schweinfurt zwischen sieben Objektkategorien wählen.

Für kleinere Gemeinden ist aber die Aufnahme in einen **bundesweiten Standortkatalog** zu empfehlen. Die Vorteile eines solchen Katalogs liegen z.B. bei der bundesweiten Werbung im Fernsehen und in der Fachpresse für die Internetadresse, die Gewerbeflächen werden ununterbrochen bundesweit und zielgruppenorientiert angeboten und in einem solchen Pool, so wissen Unternehmer, finden sie marktorientiert denkende und handelnde Kommunen. Die Städte bekommen per Internet Adressen standortsuchender Unternehmen in das Rathaus sowie allgemeine Marktanalysen und sonstige Informationen.



1.2 Handlungsfeld Gewerbe, Industrie und Handwerk

Wie schon im übergeordneten Handlungsfeld angeklungen, müssen die Stärken der Region noch besser vor Ort bekannt gemacht und nach Außen getragen werden und dies gilt insbesondere auch im Bereich der Industrie und des Gewerbes. **Kemnath hat eine lange Industrietradition insbesondere im Lebensmittelbereich und ist als Standort von Siemens weltweit bekannt.** Diese Potenziale wollen die nachfolgenden Projekte für die weitere Entwicklung nutzen. Daneben sollten im Hinblick auf die EU-Osterweiterung v.a. Möglichkeiten zu Kooperationen und die Idee der interkommunalen Zusammenarbeit gefördert werden.

Nr.	Projektideen
7	Ausrichtung des Standortmarketings auf die Entwicklung eines Lebensmittel-Clusters und als Standort von Medizin- bzw. Biotech-Unternehmen
8	Förderung von Kooperationen im Handwerk in der Region und grenzüberschreitend (in Richtung neuer EU-Beitrittsländer)
9	Schaffung eines Gründerklimas und Nutzung des Potenzials der Scheunen als „Handwerker-Gründer-Scheunen“ (s. a. Impulsprojekt 3)
10	Schaffen von Flächen für An- und Umsiedlungen (z.B. für ein Kfz-Zentrum) durch Ausweisung eines gemeindeübergreifenden Gewerbegebiets
11	Aufbau eines landschaftsbezogenen Gewerbeparks für zukunftsweisende Betriebe (z.B. aus dem Medizin- bzw. Biotech-Bereich) als Art „Biocubator“
12	Errichtung eines Biomasse-Kraftwerks zur Energieversorgung im Gewerbegebiet bzw. für öffentliche Einrichtungen sowie Bildung einer landwirtschaftlichen Holzlieferungsgenossenschaft

Projekt 7: Ausrichtung des Standortmarketings auf die Entwicklung eines Lebensmittel-Clusters und als Standort von Medizin- bzw. Biotech-Unternehmen (s. auch Projekt 6)

Gezielte Ansprache von Investoren für die angedachten Entwicklungsbereiche, Aufbau von Netzwerken

KURZBESCHREIBUNG:

Die Notwendigkeit einer **generellen Wirtschaftsförderung** und der Vermarktung der Flächen und Leerstände ist bereits im Projekt 6 ausführlich dargelegt worden. Neben den verschiedenen Umsetzungsmöglichkeiten wie Standortkataloge, Internetpräsentationen, die vorgestellt wurden, ist auf die Notwendigkeit einer **klaren Zielgruppendefinition** hingewiesen worden. Mit dem Leitbild: „Stadt Kemnath 2018 – moderne Betriebe der Medizintechnik, der Biochemie und Biotechnologie, ein Netzwerk von Produzenten gesunder Lebensmittel und kreatives Handwerk sorgen für einen lebendigen Wirtschaftsstandort in verkehrsgünstiger Lage im Zentrum Europas“ wurden im Laufe des Gutachtens bereits **zwei erfolgsversprechenden Entwicklungsrichtungen**, die an den vorhandenen Stärken der Stadt und den Wirtschafts- bzw. Gesellschaftstrends (z.B. Wellness) ansetzen, herausgearbeitet.

Der **Grundgedanke eines Standortprofils** ist es, sich von anderen Region abheben zu können. Es gilt, ein Profil zu entwickeln, das die positiven Standorteigenheiten, die als Vorzüge der Region nach Außen hin dargestellt werden sollen, klar hervorhebt, insbesondere unter dem Aspekt, dass ein dominierender oder/und traditionsreicher Wirtschaftszweig als Vermarktungspotenzial für den Fremdenverkehr dienen kann (z.B. gesunde Lebensmittel), bietet sich eine breite Vermarktung als Region mit bestimmtem Profil an. Voraussetzung für den Erfolg eines Standortprofils ist u.a., dass ein solches **Profil von einer breiten Bevölkerung** getragen werden muss, d.h. als Eigenimage angenommen ist, um dann nach Außen wirken können. Daher sollte bei der Entwicklung eines Image sowie des Standortprofils nicht nur die ansässigen Wirtschaftsakteure, sondern auch die Bevölkerung einbezogen werden. Auch die damit verbundenen zielgruppenspezifischen Werbemedien sollten eine breite Akzeptanz haben. Ziel des Profils sollte es nicht nur sein, aktuell ansässige Industrien und Gewerbe zu vermarkten, sondern vielmehr sollte sich darauf auch eine **Ansiedlungspolitik** aufbauen.

Zusammen mit den ansässigen Betrieben (Firma Ponnath und Käserei Bayreuth) sollten Überlegungen angestellt werden, welche vor- bzw. nachgelagerten Unternehmen aber auch Dienstleistungen aus dem rechtlichen Bereich als Ergänzung im Sinne des Aufbaus eines **Lebensmittel-Clusters** sinnvoll sind und welche Unternehmer mit entsprechend aufbereitetem Informationsmaterial auf den Standort aufmerksam gemacht werden sollten. Neben nachgelagerten Betrieben, die Verpackung und Logistik übernehmen, wäre aus Gutachtersicht beispielsweise der Teigwarenbereich (z.B. Herstellung von Maultaschen oder Ravioli) bzw. beratende oder forschende Unternehmen eine Entwicklungsrichtung für eine Zusammenarbeit.

Aber auch als **Standort moderner Industrie** mit medizintechnischer Orientierung könnte sich Kemnath zusammen mit Siemens stärker profilieren. Der Standort Kemnath wird im Firmennetzwerk des Konzerns Siemens, nach aktuellem Stand der Überlegungen, zwar erhalten bleiben, dennoch muss mittel- bis langfristig mit Umstrukturierungen gerechnet



werden. Der Aufbau eines **Netzwerkes** von kleineren Betrieben mit medizintechnischer Ausrichtung sollte die Position jedoch verbessern und eine Abhängigkeit von Siemens und damit von Konzernentscheidungen fernab der Stadt Kemnath reduzieren (s. auch Projekt 11 „Biocubator“).

Der Aufbau eines Verteilerknoten ist mit dem sich nun ansiedelnden Logistikunternehmen und dem Schwerpunkt auf Medizinlogistik vorgezeichnet. Weitere Partnerschaften mit den Forschungseinrichtungen an der Universität Bayreuth (Lehrstühle Prof. Brüggemann, Prof. Baierkuhnlein, Prof. Sprinzi) sollten gesucht werden. Die Stadt sollte hier die **Verbindungen aktiv vorantreiben** und zusammen mit Vertretern von Siemens Kontakte knüpfen. Die Ansiedlungen von „jungen“ Forschungsbetrieben in einem attraktiven Standortcluster mit Siemens und anderen Zukunftsbetrieben sollte mit der **Bereithaltung eines attraktiven Standorts** gefördert werden (s. hierzu Projekt 11 „Landschaftsbezogener Gewerbepark“).

Darüber hinaus sollten die firmeneigenen Verbindungen von Siemens und auch Ponnath in den mittelfränkischen Raum als Anknüpfungsmöglichkeiten an die geplante **Metropolregion Mittelfranken** genutzt werden. Um sich als eine Metropolregion in Europa behaupten zu können, erscheint es für die Region Nürnberg-Fürth-Erlangen unter dem Blickpunkt der EU-Osterweiterung nötig, eine Ausdehnung auf Oberfranken und in die Oberpfalz anzustreben. Um als europäische Metropolregion konkurrenzfähig zu sein, sollte der mittelfränkische Verdichtungsraum auch auf Größe und Vielfalt an Lebens- und Arbeitsräumen bedacht sein.

Eine Region mit einem eindeutigen Profil sollte neben den Arbeitsplätzen in der dominanten Branche auch versuchen, diese Ausrichtungen mit entsprechenden **Bildungs- und Kompetenzzentren** zu stärken. Liegt die Profilierung im Konsumgüterbereich, sind auch attraktive **Werksverkäufe** (Outlets) zur Stützung üblich.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Einsatz aller Akteure aus der Region für die Region,
- verstärkte Zusammenarbeit von Politik und Wirtschaft
- Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen im produzierenden Gewerbe,
- Arbeits- bzw. Verbleibsmöglichkeit für höherqualifizierte Arbeitnehmer,
- Stärkung von Verflechtungsbeziehungen über die Region hinaus,
- klare Profilierung als Standort mit Produzenten von gesunden Lebensmitteln
- Aufbau eines Netzwerkes moderner Industriebranchen aus Medizintechnik, Biochemie und Biotechnologie,
- Nutzen der verkehrsgünstigen Lage,
- Erhöhung der Gewerbesteuererinnahmen,
- Imageförderung für die Stadt.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Die **Federführung** bzw. den Anstoß für ein zielgruppenscharfes Standortmarketing liegt bei der **Stadt Kemnath** bzw. dem „Regionalmanager Kemnather Land“ (Wirtschaftsförderung). Kosten entstehen über die bereits im Projekt 6 angesprochenen Werbematerialien



und das Engagement in Standortpools v.a. durch Besuche und Werbung auf entsprechenden Fachmessen bzw. Anzeigen in Fachblättern.

Die aktive Standortwerbung hat **hohe Priorität**, da sie rechtzeitig vor Fertigstellung der durchgängigen Verbindung Prag – Nürnberg– Frankfurt (angesichts der Zurückstellung der Fichtelgebirgsautobahn im Bundesverkehrswegeplan) angegangen werden muss, um die Chance zu ergreifen, sich als Oberpfälzer Drehscheibe zwischen Bayreuth, Marktredwitz/Wunsiedel, Weiden bzw. zwischen Oberfranken, Mittelfranken, der Oberpfalz und Böhmen zu präsentieren und die Position auszubauen.

REFERENZBEISPIEL:

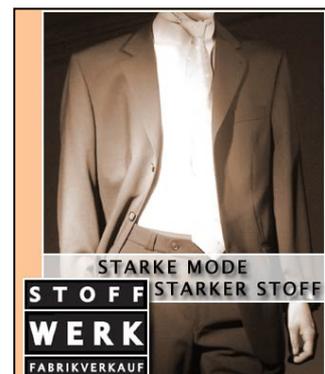
Als Beispiele können Regionen oder Städte genannt werden wie die **Korbbregion Lichtenfels** oder die **Schuhregion Pirmasens**, die **Spielzeugstädte Neustadt und Sonneberg** oder die **Porzellanstadt Selb**. Regionen werden über die Produkte bekannt gemacht oder auch Produkte über die Stadt, siehe z.B. Plauener Spitzen. Allen ist eigen, dass sie etwas Besonderes herstellen, ein Wirtschaftszweig dominiert oder besonders traditionsreich ist. Dies wird in Logos, Produktbezeichnungen o.ä. hervorgehoben und auch in ergänzenden Wirtschaftszweigen wie Handel oder Tourismus mit aufgegriffen. Häufig sind innerhalb der Regionen auch **Kompetenzzentren und Aus- und Weiterbildungseinrichtungen** und größere **Factory-Outlets** des entsprechenden Wirtschaftszweiges ansässig. Beispielsweise sind in Lichtenfels die Staatliche Berufsfachschule für Korbflechterei und das Innovations-, Technologie- und Designzentrum des Deutschen Flechthandwerks ansässig.



Attraktive Factory-Outlets, die nicht mehr an die engen Lagerverkäufe erinnern, sondern einem Facheinzelhandel in der Gestaltung ähneln, findet man inzwischen gerade in **Textil- und Porzellanregionen** häufiger (z.B. Factory-Outlet der Firma V. Fraas, Helmbrechts / Wüstenselbitz, www.fraas.com).

Z.T. findet man auch **Zusammenschlüsse von verschiedenen Unternehmen**

zu einem gemeinsamen Verkauf in zentraler Lage (z.B. **Stoffwerk Helmbrechts**, www.stoffwerk.de). Das Stoffwerk steht für Mode und Stoffe in Markenqualität von 40 verschiedenen Markenherstellern zu Fabrikverkaufspreisen. Unter dem Dach einer alten Weberei auf 1.400 qm Verkaufsfläche werden Sonderposten und Einzelteile zu stark reduzierten Preisen präsentieren. Die Palette reicht von Bekleidung für Damen, Herren und Kinder über Bademoden bis hin zu Stoffen und Wohnaccessoires.



Eine **neuere Entwicklung derartiger Spezialisierung und Clusterbildung** zeigt sich im Raum Straubing, in Verbindung mit dem Technologie- und Gründerzentrum **Straubing Sand** (s. auch Referenzbeispiel bei Projekt 11).

Projekt 8: Förderung von Kooperationen im Handwerk in der Region und grenzüberschreitend

Förderung einer Zusammenarbeit von deutschen und tschechischen Handwerksbetrieben, Verbesserung der Wettbewerbssituation der Handwerker, Förderung von Kreativität und Innovationen

KURZBESCHREIBUNG:

Die Position des Handwerks in der Region ist aktuell nicht zufriedenstellend, gerade im Handwerk bestehen große Bedenken im Zuge der EU-Osterweiterung. Durch **verstärkte Zusammenarbeit** sowohl der Betriebe vor Ort als auch über die Grenze hinweg könnte gerade bei kleinen Unternehmen die Auftragslage verbessert werden. V.a. im deutsch-tschechischen Austausch sollten in einem gemeinsamen Binnenmarkt gegenseitig Chancen gesehen werden.

Der Grundgedanke hinter verschiedensten Zusammenschlüssen von Handwerkern und sonstigen kleinen Betrieben wie gewerblichen Auftragslogistik-Zentren oder Standortgemeinschaften ist es, die **Kosten für Kundenakquisition, Dienstleistungsinfrastrukturen u.a. gering** zu halten. Für die Kunden ergeben sich aus Standortgemeinschaften und komplexen Handwerksleistungen aus einer Hand ebenfalls Vorteile, wie **geringe Abstimmungszeiten**, welche die Kundenzufriedenheit erhöhen. Während bei einem Auftragslogistik-Zentrum für dezentrale Handwerksbetriebe durch Gesellschaftervertrag o.ä. zentral Akquisition betrieben wird, steht bei der fast schon klassischen Idee des Handwerkerhofs die Standortgemeinschaft im Vordergrund (siehe auch Projekt 9).

In Kemnath sind derzeit bereits einige Handwerker aus der Holz- und Metallbranche tätig, die sowohl im (Aus-)Bau als auch für künstlerische Produkte (z.B. mit Gartenskulpturen und Gestaltung von Außenanlagen) im näheren und weiteren Umfeld bekannt sind. Dies könnte einen Ansatzpunkt für neue Wege ergeben. Ausgehend von der Stadt Kemnath sollten v.a. im Kemnather Land weitere Unternehmen gesucht und gewonnen werden. Dieser Zusammenschluss deutscher Unternehmen sollte sich dann auch tschechischen Handwerkern öffnen. Ansatzpunkte **in Kemnath** könnten auch im Lebensmittelhandwerk liegen, darüber hinaus würden Orthopädietechnik oder Möbel und Treppenhäuser für körperlich Benachteiligte in die Profilierung passen.

Auch an weitergehende Zusammenarbeit in Richtung Produktions- oder Ausbildungszentren im Handwerk könnte in einem **zweiten Schritt** gedacht werden. Der Grundgedanke solcher Zentren setzt meist an der Wiederbelebung typischer Handwerkstraditionen an, die gerne auch mit Öko- und Design-Ideen verbunden werden. Ferner sind **arbeitsmarktpolitische Überlegungen** wie Erleichterung der Rückkehr in das Erwerbsleben für Arbeitslose aus Problem-Bereichen mit diesen Ansätzen verbunden und eröffnet damit Fördermöglichkeiten. Insbesondere in kreativen Bereichen oder auch bei umweltschonenden Produkten sind solche Ansätze in strukturschwachen Regionen zu finden.

Die Idee von Produktions- oder Ausbildungszentren sollte in Kemnath insbesondere in Kombination mit dem Projekt Gründer-Scheunen (Nr. 9) und dem Ziel der Förderung von Gründungsaktivitäten gesehen werden. Arbeitslose Facharbeiter oder Meister können durch Schulungen im kaufmännischen Bereich oder in Personal- und Unternehmensführung weitergebildet werden und sich eine neue eigene Existenz aufbauen.



ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Einsatz aller Akteure aus der Region für die Region,
- verstärkte Zusammenarbeit im Handwerk,
- Abbau von Barrieren für eine deutsch-tschechische Zusammenarbeit,
- Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen im Handwerk,
- Förderung von Kreativität und Innovationen im Handwerk,
- Schaffen einer Aufbruchstimmung und eines Gründungsklimas,
- Basislegung für Kooperationen mit tschechischen Unternehmen,
- Stärkung von Verflechtungsbeziehungen über die Grenze hinweg,
- Erhöhung der Gewerbesteuererinnahmen,
- Imageförderung für die Stadt.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Als Anstoßgeber sollte die **Stadt Kemnath** zusammen mit den an Zusammenarbeit interessierten Handwerksbetrieben fungieren. Bei der Organisation von Kooperationen und gar von Aus- oder Weiterbildungszentren muss die **Handwerkskammer der Oberpfalz oder auch Oberfranken** mit eingebunden werden.

Ein Auftragslogistik-Zentrum im Handwerk trägt sich i.d.R. selbst, für die Konzeption und die Werbung für die Idee bei einzelnen Handwerkern entstehen nur geringe Kosten. Eventuell könnte die Stadt eine Räumlichkeit für das Büro günstig bereitstellen (möglichst im Bereich Handwerker-Scheunen, Projekt 9).

Für die weitergehende Idee von Ausbildungs- oder Designzentren und/oder Handwerkerhöfen sind Partner bei den Kammern und beim Landratsamt zu suchen und evtl. durch die Kooperation mit tschechischen Partnern bzw. über den Sozialfonds Gelder der EU zu aktivieren.

REFERENZBEISPIEL:

Eine gut funktionierende Umsetzung der Idee einer Zusammenarbeit im Handwerk sind die **Franchiseunternehmen „Hand-in-Hand-Werker“**. Die Idee eines gewerblichen Auftragslogistik-Zentrums wurde in Reutlingen bereits vor 25 Jahren als Franchise verankert. In Deutschland gibt es über 60 „Hand-in-Hand-Werker“, die als Franchisenehmer Erfahrungsaustausch betreiben aber jeweils eigene Ausgestaltungen der Idee einer Zusammenarbeit verschiedener Bauhandwerker anbieten. Ein seit 1991 bestehendes Beispiel ist die „Hand-in-Hand-Werker“ GmbH Kulmbach/Unterzettlitz. Es handelt sich hier um einen Zusammenschluss von sieben namhaften, alteingesessenen Handwerksbetrieben, die gleichberechtigte Gesellschafter der GmbH sind. Die Gesellschafterfirmen decken viele Gewerke des Bau- und Ausbaugewerbes vom Baubetrieb über Dachdecker bis zum Maler, Elektroinstallateur und Fliesenleger ab und haben zwischen drei und 60 Beschäftigte. Ihren Wirkungskreis haben sie im Landkreis Kulmbach und den benachbarten Landkreisen.

Die GmbH bzw. die **Geschäftsführung organisiert zentral die Leistungen der beteiligten Meisterbetriebe**, mit dem Ziel, dem Kunden ein Optimum an Qualität, handwerklicher Leistungsfähigkeit und Komfort zur Verfügung zu stellen. Die Geschäftsführerin, deren Arbeit durch eine anteilige Vermittlergebühr (5% des Auftragsvolumens) entlohnt wird, ist



Ansprechpartnerin für die Kunden und koordiniert, überwacht und steuert sämtliche Bauabläufe, die mit der Realisierung der Kundenwünsche zusammenhängen (siehe <http://www.hih-kulmbach.de>). Die angeschlossenen Firmen übernehmen derzeit noch mehr Einzelaufträge in ihrem jeweiligen Fachbereich, empfehlen aber bei Bedarf für weitere Leistungen die GmbH. Die Einzelunternehmen haben sich vertraglich verpflichtet, Hand-in-Hand-Werker Aufträge mit Vorrang zu erfüllen und nur in Ausnahmefällen mit Subunternehmern zu arbeiten, jedoch können Kunden Teile einer Baumaßnahme selbst übernehmen oder anderweitig vergeben. In Kulmbach ist die GmbH auf Initiative eines der beteiligten Unternehmen ins Leben gerufen worden, aber auch Handwerkskammern sind Initiatoren solcher Kooperationen. Die Hand-in-Hand-Werker GmbH hat sich der Sicherung regionaler Arbeitsplätze verschrieben.



Als Beispiel für ein **Branchenzentrum mit ökologischen und kreativen Ansätzen** soll die **Textilwerkstatt GmbH, Zentrum für Management, Ökoforschung und Design** (<http://www.municipia.at/fallstudien/f0000750.html>), ein regionales Projekt aus dem niederösterreichischen Groß Siegharts angeführt werden. Die strukturschwache Region Waldviertel hatte wenig Arbeitsplätze anzubieten. Die Wiederbelebung der Textilindustrie bzw. der Einsatz von alten Handwerkstechniken schafft Arbeitsplätze und belebt die Region. Das Zentrum kombiniert Vermarktung, Produktion und Aus- und Weiterbildung, wobei in jeder Phase der Einsatz von Naturfasern in den Vordergrund gestellt wird. Produziert werden Kleidungskollektionen aus umweltschonend behandelten Naturfaserstoffen, Designerkleidung und ökologisch produzierte Berufskleidung für den Gesundheitsbereich. Die zusätzliche Vermarktung weiterer regionaler Produkte durch die Vertriebs-GmbH verbreitert die Produktpalette. Durch die Kombination mit Schulungsmaßnahmen wird insbesondere Frauen die Rückkehr in das Erwerbsleben über das Projekt erleichtert.

Ökologische Innovationen im Handwerk durch Kooperation voranzutreiben, steht hinter der Idee eines Projektes in Feldkirch (Vorarlberg/Österreich). 1996 hat sich die **Tischlerkooperation Faktor8** (<http://www.faktor8.at>) zusammengefunden und innovative Produkte im Möbelbereich entwickelt. Das wichtigste Ziel der Kooperation ist die „Nachhaltigkeit“ der Produkte und der Produktion. 1994/95 besuchten zehn Tischlereiinhaber ein „Eurofit“-Seminar, unterstützt durch die Wirtschaftskammer Österreich und erwärmten sich dort für die Idee einer Kooperation für Ökologie und Ökonomie. 1996 wurde die Firma Faktor8 gegründet, der heute acht Tischlereien angehören. Zwischen diesen erfolgt ein ständiger Erfahrungsaustausch anhand von Erlebtem und der gegenseitigen Motivation „Nachhaltigkeit“ zu praktizieren. Ziel ist die Herstellung von langlebigen Möbeln und Einrichtungen mit einem Achtel an Umweltbelastung und Rohstoffverbrauch, daher die Acht im Namen.

Projekt 9: Schaffung eines Gründerklimas und Nutzung des Potenzials der Scheunen als Handwerker-Gründer-Scheunen

Aktivierung des Potenzials der Scheunen, Erreichen eines Gründerklimas, Förderung von Neugründungen und kreativen Ansätzen, Stärkung kleiner Handwerksbetriebe

KURZBESCHREIBUNG:

Während bei einem Auftragslogistik-Zentrum für dezentrale Handwerksbetriebe durch Gesellschaftervertrag o.ä. zentral Akquisition betrieben wird (s. Projekt 8), steht bei der fast schon klassischen Idee des **Handwerkerhofs und der Gründerzentren**, die Standortgemeinschaft im Vordergrund. Die hier vorgeschlagene Kombination von Handwerk und Gründungen soll kleinen und „jungen“ Handwerksbetrieben durch Bereithaltung von Räumlichkeiten sowie ergänzenden Diensten und Infrastruktur geholfen werden.

Gründungswillige und junge Unternehmen haben viele Startprobleme zu überwinden, die mit Hilfe von gebündelter Beratung, Patenschaften, Gründerzentren, Gründerstammtischen u.ä. leichter zu bewältigen sind. Gründungsberatung wie sie z.B. der Landkreis anbietet, versucht daher im Vorfeld von Gründungen die häufig verwirrenden organisatorischen Fragen gemeinsam zu klären und so dem Gründungswilligen Wege zu verkürzen. Eine weitere Maßnahme, um die Gründungsmöglichkeiten zu verbessern, sind Gründerzentren, die Idee dahinter ist es, in der Startphase der Unternehmung beispielsweise mit günstigen Mieten und Bereithaltung von Infrastrukturen sowie der Möglichkeit des Austausches mit Gleichgesinnten zu helfen. Häufig spezialisieren sich solche Zentren auf bestimmte Personengruppen oder Branchen.

In Kemnath konnte man sich bislang auf die großen Industriebetriebe als Arbeitgeber verlassen, jedoch sollte diese Abhängigkeit nicht zu sehr zementiert werden. Das nachfolgende Projekt möchte daher die **Gründungsbereitschaft fördern** und stützt sich v.a. auf einen Bereich, der in Kemnath zwar noch recht gut positioniert ist, aber durch die EU-Osterweiterung auch unter Druck gerät – das Handwerk. In Kemnath gibt es mit dem Scheunenviertel ein Entwicklungspotenzial zur Ansiedlung von kleineren Unternehmen, die einfach ausgestattete Räume suchen, in denen auch Arbeiten vorgenommen werden können, die u.a. Lärm erzeugen. Diese Gedanken zusammengebracht, fördern die Idee von Handwerker-Gründer-Scheunen.

Bei einem Handwerkerhof in einer kleinen Stadt wie Kemnath sollte ein breitgefächertes **Branchenmix kleiner und mittlerer, handwerksorientierter Existenzgründer oder bestehender Handwerksbetriebe** angestrebt werden, aber auch innovative Unternehmen aus Dienstleistung, Industrie oder aus sog. Nischenbranchen können angesprochen werden. Da jedoch ein umfassender Ausbau des Scheunen-Viertels von Seiten der Stadt nicht finanzierbar erscheint, sind die Scheunen v.a. für Handwerker interessant, die sich die Räumlichkeiten selbst herrichten können. Die typischen Vorteile eines Handwerkerhofes, wie die Zentralisierung von Dienstleistungen und gemeinsame Nutzung von teuren Maschinen und Ausrüstungen, ein nach Bedarf mietbarer Versammlungs- und Beratungsraum sowie ein für alle offener Kantinen- und Aufenthaltsbereich sollten aber – natürlich mit gewissen Abstrichen – geboten werden. Nur bei entsprechenden Zusatzleistungen, die die **Standortvorteile von Standortgemeinschaften** darstellen, werden sich für die Scheunen Interessenten finden lassen.



Das Kemnather Land ist zwar derzeit nicht die Urlaubsregion, jedoch sind viele beliebte Urlaubs- und Naherholungsregionen im Umfeld. So ist neben dem allgemeinen Handwerkerhof eine Spezialisierung auf **Kunsth Handwerk** und traditionelle Handwerke denkbar. Solche werden in Fremdenverkehrsgebieten als weitere Attraktion in Form von **Künstlerhöfen** zusammengefasst. Die Idee von Künstlerwerkstätten ist es, jungen Handwerker, Künstlern und Designern den ersten Einstieg ins Berufsleben zu geben und bei der Realisierung von Ideen zu helfen. Ferner gilt es, regionale Handwerke zu fördern und zu erhalten. Insbesondere bei traditionellen Handwerken wie Holzschnitzern, Textil-, Woll- und Leinenverarbeitung und Glasbläserei sind diese Ansätze recht erfolgreich. Nachzudenken ist bei einer Konzeption auch über arbeitsmarktpolitische Ansätze und die Förderung von benachteiligten Personengruppen.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES

- Neue Nutzungen im Scheunenviertel,
- Erhalt städtebaulich wertvollen, innerstädtischen Potenzials,
- Einsatz aller Akteure aus der Region für die Region,
- verstärkte Zusammenarbeit im Handwerk,
- Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen im Handwerk,
- Förderung von Kreativität und Innovationen im Handwerk,
- Schaffen einer Aufbruchstimmung und eines Gründungsklima,
- Basislegung für Kooperationen auch mit tschechischen Unternehmen,
- Erhöhung der Gewerbesteuererinnahmen,
- Imageförderung für die Stadt.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Das Scheunenviertel „Am langen Steg“ am Innenstadtrand stellt für Kemnath ein Entwicklungspotenzial dar, das derzeit noch schlummert. Städtebaulich attraktiv und zentral gelegen sollten hier Anstrengungen unternommen werden, das Potenzial mittel- bis langfristig zu nutzen. Die Idee eines Handwerkerhofes ist nur eine denkbare Variante, jedoch im Vergleich zu Ideen wie Jugendzentrum oder moderne Wohnungen ein Weg, der die Wirtschaftsstruktur der Stadt stärken könnte. Der **erste Schritt** für die Entwicklung dieses Potenzials sollte es also sein, **verschiedene Alternativen mit den Eigentümern und im Stadtrat zu diskutieren**. Im Impulsprojekt 3 Scheunenviertel wird beispielhaft ein Umsetzungsweg vorgestellt.

Falls die Idee von Handwerker-Gründer-Scheunen angegangen werden soll, gilt es durch den Kauf der Scheunen und der **Gründung einer Gesellschaft bzw. eines Vereins** für den Handwerkerhof oder durch einen Zusammenschluss mehrerer Scheunenbesitzer zu einer solchen Gemeinschaft ein **Vermarktungskonzept** erarbeiten zu lassen – eine Aufgabe für den „Regionalmanager Kemnather Land“ oder auch für einen externen Gutachter. Eine zentrale Scheune sollte mit einem Minimum an Gemeinschaftseinrichtungen (z.B. zentrales Büro mit Kopierer, Fax usw. und einem Besprechungsraum) ausgestattet sein und weitere Räumlichkeiten für potenzielle Mieter vorhalten. Falls sich bereits im Vorfeld am Standort interessierte Tischler, Dachdecker o.ä. finden, könnten diese durch Umbauleistungen ihre Miete reduzieren.



Vielversprechend als komplementäre Träger solcher Einrichtungen sind **Kammern, Bildungsträger** oder auch **Unternehmen** der jeweiligen Branche. Bei Künstler-Werkstätten des regionalen Handwerks wie dem Hollfelder Künstlerstadel stehen häufig auch einzelne regional engagierte Kunst- und Kulturliebhaber dahinter. Findet man in Kemnath einen entsprechenden „Vater“ für so eine Idee, dem z.B. der Erhalt der Scheunen am Herz liegt, wäre auch diese Richtung vorstellbar.

Bei einer klaren Ausrichtung auf junge Menschen, Frauen oder Langzeitarbeitslose als Gründer und in Kombination mit dem Erhalt historischer Bausubstanz ist es darüber hinaus möglich, auch Förderungen aus verschiedenen EU-Fonds zu finden. Da das **Projekt eher langfristig** angelegt ist, sollte die Förderkulisse immer wieder danach überprüft und bei einer passenden Gelegenheit das entwickelte Konzept vorgebracht werden.

REFERENZBEISPIEL:

Kommunale Handwerkerhöfe oder Gründerzentren gibt es inzwischen auch in vielen kleineren Gemeinden.

Ein Beispiel das v.a. auch auf die Aktivierung **junger Menschen** setzt, ist in der Stadt Halle zu finden. Für Handwerksmeister, Gewerbetreibende, Kunsthandwerker oder Inhaber eines kleineren, mittelständischen Unternehmens, die für ihre Unternehmung passende Gewerberäume suchen, bietet die **Stadt Halle mit dem Kommunalen Handwerkerhof** seit 2000 ein interessantes Angebot (<http://www.handwerkerhof.halle.de/>). Mit moderaten Mietpreisen in günstiger Lage und durch die Konzentration verschiedener Gewerbe sowie die Nähe zu anderen Projekten ist dies ein beispielhaftes städtisches Entwicklungsvorhaben. Der Kommunale Handwerkerhof befindet sich in unmittelbarer Nachbarschaft zu den URBAN-Projekten „Jugend- und Freizeitwerkstatt“ und „Umweltverbessernde Maßnahme / Landschaftsgestaltung“, so dass ein reger Austausch zwischen den Projekten gerade zu Förderung junger Menschen und bei ökologischen Fragen möglich ist.



Für die Ausrichtung auf das **Kunsthandwerk** gibt es ein gut funktionierendes Beispiel in einer kleinen fränkischen Gemeinde. Die Idee für den **Hollfelder Künstlerstadel** (<http://www.hollfeld.de/kunst/stadl.htm>) im Fremdenverkehrsgebiet „Fränkische Schweiz“ (zwischen Bayreuth, Bamberg und Nürnberg) stammt von einem Bauunternehmer und einem Kirchenmaler, die ein Zentrum für Kunst und ausgefallene Baugestaltung errichten wollten. 1993 konnten sie zwei gegenüberliegende Altbauten, eine Scheune und eine alte Brauerei erwerben. In Eigenleistung und mit Hilfe befreundeter Künstler wurde ein einladender Rahmen für die Herstellung und Ausstellung verschiedenster Kunstwerke geschaffen. Die Scheune dient als Ausstellungs- und Verkaufsraum, in der ehemaligen Brauerei wurden Wohn- und Arbeitsräume geschaffen. Das Konzept des Künstlerstadels steht zum einen für Abgeschlossenheit zur Förderung kreativer Ideen und zum anderen für eine Fremdenverkehrsattraktion, in der man

Kunsth Handwerkern über die Schulter schauen kann. Zwar sind die Besuchszeiten begrenzt, während der Öffnungszeiten locken die Werkstätten und Verkaufsräume jedoch viele Kunden an.

Die großzügige Freifläche vor dem Künstlerstadel bietet weiteren Raum für Ausstellungen und die Konzeption abrundende Theateraufführungen oder Sommerfeste. Im „Ideenhaus“, der ehemaligen Brauerei mit 3.500 qm Geschossfläche, haben sich ein Bildhauer, ein Keramiken- und Plastikenhersteller, ein Stahlkünstler, eine Kunstfotografin, ein Holzkünstler und ein Holzbildhauer eingemietet. Es ist damit vollständig vermietet. Ferner gibt es Übernachtungsmöglichkeiten für auswärtige Künstler. Die Vielfalt der angesiedelten Künstler erscheint für die touristische Entwicklung der Region förderlich und die Künstler profitieren durch gegenseitige Inspiration. Durch Übernahme von Ideen für Garten, Häuser und Fassaden in das Angebot des Bauunternehmers finden diese auch kommerziell eine größere Verbreitung. Das Projekt trägt sich aus den Einnahmen selbst, Förderungen wurden nicht in Anspruch genommen.



Auch speziell zur **Förderung von Unternehmensgründungen durch Frauen** in Regionen mit hoher Frauenarbeitslosigkeit gibt es einige funktionierende Beispiele, wie z.B. **„Emma“ im Tiroler Oberland oder das Gründerinnenzentrum Steiermark**. Im Rahmen des Projekts „Emma“ wurden innerhalb von Berufsorientierungsmaßnahmen und Existenzgründungsseminaren die Erschließung von Tätigkeitsfeldern für Frauen aus der Region "Tiroler Oberland" eng mit bedarfsorientierten Aus- und Weiterbildungen verknüpft. Ausbildungs- und Beschäftigungsbedürfnisse von Frauen wurden erfasst und entsprechende Maßnahmen für die jeweilige Region abgeleitet. In Zusammenarbeit mit den Betrieben hat man Aus- und Weiterbildungspläne erarbeitet, die sowohl auf den jeweiligen Betrieb zugeschnitten waren, als auch den individuellen Voraussetzungen und Zielen der Ausbildungsinteressierten entsprachen. Initiator war das Institut für berufsbezogene Information und Schulung, Westösterreich. Als wichtig für das Gelingen eines solchen Projektes wird die Einbindung frauenfördernder Betriebe und Unternehmen sowie Multiplikatorinnen angesehen. Ein weiteres Beispiel ist das Gründerinnenzentrum Steiermark, ein zweijähriges EU-Projekt, welches aus Mitteln der EU-Gemeinschaftsinitiative NOW, dem AMS Steiermark sowie der Wirtschaftsförderung Steiermark finanziert wird. Zielgruppe sind hier Frauen, die sich in den verschiedensten Branchen selbständig machen wollen. Nach Ablauf der EU-Förderung übernahmen die AMS und die Wirtschaftsförderung Steiermark sowie private Sponsoren die Finanzierung.

Projekt 10: Schaffen von Flächen für An- und Umsiedlungen (z.B. für ein Kfz-Zentrum) durch Ausweisung eines gemeindeübergreifenden Gewerbegebietes

Zusammenarbeit mit den Gemeinden des Kemnather Landes bei der Konzeption und Erschließung eines gemeindeübergreifenden Gewerbegebietes, Schaffen von Flächen zu An- und Umsiedlung von Betrieben entsprechend der Profilierung, An- und Umsiedlungen von Kfz-Betrieben, die im Gewerbegebiet Kemnath West oder im sonstigen Stadtgebiet ungünstig angesiedelt sind

KURZBESCHREIBUNG:

Eine Stadt wie Kemnath sollte ein **vorausschauendes Gewerbeflächenmanagement** betreiben. Ein Aspekt dabei ist, dass die aktuell ausgewiesenen Gewerbeflächen in Nähe der Unternehmen Ponnath und Siemens angesichts der dargelegten Profilierung (Projekt 7) v.a. für Betriebe aus den angesprochenen Branchen vorgehalten werden sollten. Eine Überlegung dabei sollte auch sein, attraktive Flächen für einen landschaftsbezogenen Gewerbepark (s. Projekt 11) bereitzustellen. Darüber hinaus sollten einige Umsiedlungen von Betrieben innerhalb Kemnaths angeregt werden. Neuausweisungen von Industrie- und Gewerbeflächen sind somit in Kemnath zu diskutieren. Dies liefert einen Ansatz für eine engere **Zusammenarbeit der Gemeinden in Kemnather Land auch im wirtschaftspolitischen Bereich**, in der das Modell „Kemnather Land“ klar Ausdruck findet. Für eine Zusammenarbeit mehrerer Gemeinden bei der Ausweisung neuer Gewerbeflächen sprechen v.a. auch die Vorstellungen der bayerischen Landesplanung, angesichts des ständig wachsenden Flächenverbrauchs nur noch mit Bedacht Gewerbegebiete neu auszuweisen

So sollte der Bedarf an weiteren Entwicklungsmöglichkeiten für Gewerbeansiedlungen zusammen mit den Nachbargemeinden ermittelt werden. Auf einer klar abgegrenzten Fläche, die angesichts der verkehrsgünstigen Lage und der sonstigen räumlichen Gegebenheiten auf dem Gebiet der Stadt Kemnath liegen sollte, könnte dann **gemeinsam ein Gewerbegebiet ausgewiesen** und erschlossen werden. Aber auch andere Standorte an der B 22 könnten diskutiert werden.

Bereits bei der Ausweisung und Erschließung der Flächen sind die Zielgruppen des Standortmarketings und deren Ansprüche an einen Standort im Auge zu behalten. Einerseits sollten Neuansiedlungen von Firmen erfolgen, die in die **Leitvorstellungen**, wie sie **im Projekt 7** beschrieben wurden, passen und andererseits sind **Umsiedlungen** von bereits in Kemnath und der Region ansässigen Firmen, die am aktuellen Standort Probleme haben bzw. die Stadtentwicklung beeinträchtigen, anzuregen. Hier wird in erster Linie an die Autohändler v.a. mit unansehnlichen Umschlagplätzen in beengter Lage oder Händler mit Standortnachteilen „in der zweiten oder dritten Reihe“ (Nebenstraßen) gedacht. Diese sollten für die Idee einer gemeinsamen Ausstellungsfläche gewonnen. Die frei werdenden Flächen im Bereich der Bayreuther Straße könnten dann Nutzungen zugeführt werden, die sich im Stadteingangsbereich besser einfügen.

Für das anzudenkende Kfz-Zentrum sind neben Flächen in einem neuen Gewerbegebiet auch die Flächen an der Röntgenstraße (gegenüber Siemens) nahe des hier bereits ansässigen Autohauses interessant. Wichtig ist die Nähe der B 22 als „Kundenlieferant“. Der Händler einer anderen Marke wird zunehmend weniger als Konkurrenz gesehen, sondern



vielmehr stehen bei Händlern die **Synergieeffekte** des gebündelten Angebots, z.B. durch gemeinsam organisierte Autoausstellungen im Vordergrund, denn Kunden nutzen solche Veranstaltungen wegen der guten Möglichkeit zur Information und zum Vergleichen im Vorfeld eines Autokaufs gern. Nach und nach könnte hier so eine Art Kfz-Kompetenzzentrum entstehen. Neben der An- und- Umsiedlung von Händlern erscheint die Ansiedlung weiterer Angebote rund um das Kfz (Zubehörhandel, Car-Finisher, Waschanlagen, moderne Tankstelle) eine günstige Ergänzung.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

1) gemeindeübergreifendes Gewerbegebiet

- Interkommunale Zusammenarbeit für eine positive Wirtschaftsentwicklung,
- Stärkung des Modells „Kemnather Land“,
- sparsamer Flächenverbrauch und aktives Gewerbeflächenmanagement,
- Einsatz aller Akteure aus der Region für die Region,
- Sichern und Schaffen von Arbeitsplätzen in Handwerk und Industrie,
- Erhöhung der Gewerbesteureinnahmen,
- Imageförderung für die Stadt.

2) Kfz-Zentrum

- Attraktive Präsentation der verschiedenen Autohändler,
- Neukundengewinnung und Kundenbindung,
- Abrundung des Angebotes für Pkw- und Lkw-Fahrer gleichermaßen,
- aktives Gewerbeflächenmanagement und Standortmarketing,
- Schaffen von innerstädtischen Entwicklungsmöglichkeiten,
- Imageförderung der Stadt,
- Sicherung und Schaffen von Arbeitsplätzen.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

1) gemeindeübergreifendes Gewerbegebiet

In der **Vorbereitung** muss die **Stadt Kemnath** hier aktiv werden, die Trägerschaft eines entsprechenden Gewerbegebietes sollte eine Wirtschaftsentwicklungs GmbH mit Vertretern aus den Gemeinden übernehmen. Üblich ist, dass die Erschließungskosten für ein entsprechendes Gewerbegebiet von den Städten gemeinsam getragen wird. Hierfür besteht die Möglichkeit im Hinblick auf den **Gedanken des sparsamen Umgangs mit Flächen und interkommunaler Zusammenarbeit**, von der Bayerischen Staatsregierung (Innenministerium) in Zusammenarbeit mit dem Landkreis Tirschenreuth Zuschüsse für ein solches **Modellprojekt** zu beantragen. Einnahmen, die sich aus dem Flächenverkauf und den Gewerbesteureinnahmen später ergeben, sind zu gleichen Teile wie die Einlagen auf die Städte zu verteilen.



2) Kfz-Zentrum:

Bei einer schnellen Umsetzung der Idee des gemeindegrenzenübergreifenden Gewerbegebietes sollte für das Kfz-Zentrum eine **passende Fläche** vorgesehen werden. Ansonsten sollte in einem ersten Schritt mit den Eigentümern der Flächen im Anschluss an den bestehenden Kfz-Handel im Gewerbegebiet (gegenüber Siemens) **Gespräche** geführt werden, da sich dieser Standort direkt gegenüber der Ausfahrt von der B 22 eignen würde. Parallel zu der Flächenauswahl gilt es, den Kfz-Händlern im Stadtgebiet die Idee nahe zu bringen. Einige der aktuellen Standorte des Kfz-Handels im Kernbereich der Stadt entsprechen nicht mehr den **heutigen Standards der Präsentation**, so dass in den nächsten Jahren Veränderungen anstehen werden. Damit diese Veränderungen nicht eine Geschäftsaufgabe sein wird, sollte die Stadt bereits heute die Händler für einen modernen Standort im Gewerbegebiet durch günstige Flächenangebote interessieren. Andere Betriebe stehen der **Gestaltung des attraktiven Stadttors** (s. auch Projekt 4 und Maßnahmenkatalog) entgegen bzw. führen aktuell bei Anlieferungen bereits zu Verkehrsproblemen, so dass auch hier gute Argumente angeführt werden können und eine Bereitschaft zur Umsiedlung nicht unmöglich erscheint.

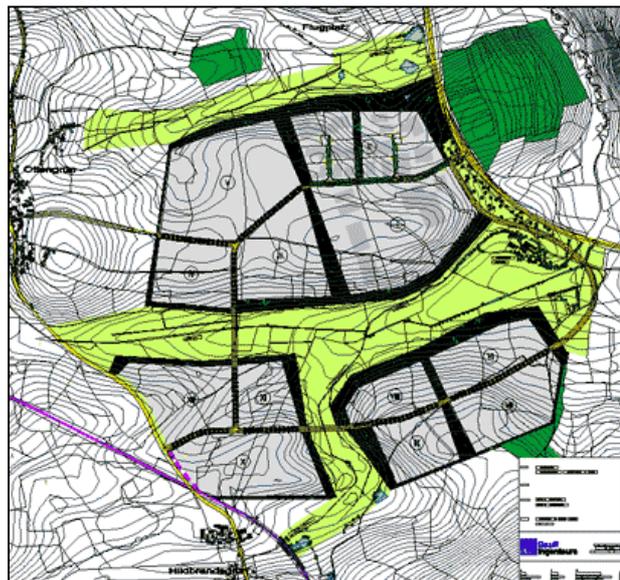
Die **Kosten** für die Umsiedlungen sind davon abhängig, ob die Stadt die Flächen, die vermittelt werden sollen, aufkauft oder nur als Vermittler tätig wird. Falls für die freiwerdenden Flächen an der Bayreuther Straße Interessenten aus dem Handels- oder Dienstleistungsbereich vorhanden sind, könnten die für Umsiedlungskosten mit aufkommen.

REFERENZBEISPIEL:

1) gemeindeübergreifendes Gewerbegebiet

Interkommunale Gewerbegebiete gibt es in Deutschland trotz der Probleme mit unterschiedlichen Gewerbesteuerhebesätzen inzwischen viele. Als Beispiele sollen hier einige mit Vermarktung im **Internet** genannt werden: vier Gewerbegebiete der WEG Flensburg/Handewitt, Busdorf und Norderstapel (www.wireg.de), das interkommunale Gewerbegebiet mit 850.000 m² in Eschwege/Wehretal (www.regionnordhessen.de/region/standort_nordhessen) oder das interkommunale Gewerbegebiet TECH-N-O Ansbacher Höhe (www.tech-n-o.de).

Ferner wird derzeit auch im nahen Oberfranken ein entsprechendes Projekt mit Hochdruck umgesetzt. Für die Bewerbung um das neue BMW-Werk wurden geeignete Standorte in Hochfranken gesucht, die **Gemeinden Münchberg und Helmbrechts** machten sich für einen Standort an der Staatsstrasse 2194 zwischen den Gemeinden nahe der Anschlussstelle Münchberg Nord/Helmbrechts der BAB A 9 stark und hatten hier bereits gemeinsam einige vorbereitende Maßnahmen angestoßen. Die Idee, gemeinsam ein Gewerbegebiet vorzuhalten, wurde wei-



terverfolgt und der **Zweckverband A9 Mitte** gegründet (www.muenchberg.de/a9mitte). Da auch bereits die ersten Investoren (die Raumedic AG, zur Rehau-Gruppe gehörend) in den Startlöchern stehen, sind derzeit die Bauarbeiten zur Erschließung des Gewerbeparks auf dem Gemeindegebiet der Stadt Helmbrechts in vollem Gange. Die beiden Bürgermeister, trotz verschiedener Parteizugehörigkeit, haben sich die Prämisse gesetzt, „GEMEINSAM STÄRKE ZEIGEN“ und so gehen die Städte Münchberg und Helmbrechts offensiv das Projekt gemeinsames Gewerbegebiet an.

2) Kfz-Zentrum

An der BAB A9 ist seit der Trassenverlagerung und dem 3-spurigen Ausbau bei Himmelkron (Landkreis Kulmbach), ausgehend von einem **Autohof** inzwischen eine **Agglomeration mit den verschiedensten Angeboten für Reisende, Lkw-Fahrer und allgemein an Autos interessierten Personen gewachsen**. Neben verschiedenen gastronomischen Angeboten haben sich Kfz- und Caravan-Händler angesiedelt sowie verschiedene Serviceangebote für Fernfahrer.



Projekt 11: Aufbau eines landschaftsbezogenen Gewerbeparks für zukunftsweisende Betriebe (z.B. aus den Medizin- bzw. Biotech-Bereich) als Art „Biocubator“

Ausweisung bzw. Aufbau eines Gewerbeparks mit Flächen für die Ansiedlung von zukunftsweisenden Betrieben, landschaftsbezogene Gestaltung der Fläche am Ortseingang, Hervorheben der Teiche als landschaftsprägendes Element, Aufbau eines „Incubators“ für junge Unternehmen aus den Bereichen Medizin- bzw. Biotechnik u.ä.

KURZBESCHREIBUNG:

Grundgedanke von ökologischen Gewerbe- und Dienstleistungsparks ist es, **ökonomischen, ökologischen und sozialen Anforderungen der nachhaltigen Entwicklung** gerecht zu werden. Abweichend vom üblichen Bild großdimensionierter, nur extensiv genutzter Gewerbegebiete mit eingeschossigen Gewerbebauten und hohem Anteil versiegelter Flächen sollte es in neuen Konzepten nunmehr um mehrgeschossige Bauweisen mit durchmischten klein- und mittelbetrieblichen Strukturen gehen. „Ökologische Ökonomie“ ist das Zauberwort der nächsten Jahrzehnte mit neuen, zukunftsorientierten Technologien, neuen Arbeitsplätzen und neuem verantwortungsvollen Handeln. Grundlage eines landschaftsbezogenen Konzepts ist die vernetzte, ressourcenschonende Kreislaufproduktion. Eine nachhaltige Gewerbeflächenentwicklung, die grundsätzlich hohe ökologische Anforderungen an neue Gewerbeflächen stellt, sollte auch Ziel in Kemnath sein, indem ein sparsamer und schonender Umgang mit Grund und Boden angestrebt wird.

Der bereits als Gewerbefläche ausgewiesene Bereich südlich Siemens, mit den Teichen bietet sich für einen landschaftsbezogenen Gewerbepark an, aber auch die Ausweisung neuer Flächen wären denkbar. Bisher war die Vermarktung der Fläche südlich von Siemens an „klassische“ Unternehmen u.a. wegen der Teiche und der Umweltauflagen nicht erfolgreich, **mit einer neuen Konzeption könnten aber gerade diese Flächen für zukunftsweisende Betriebe von Interesse** sein.

Zur Konzeption von Gewerbegebieten im Sinne eines landschaftsbezogenen Gewerbeparks gibt es eine ganze Reihe von Ansatzpunkten, angefangen von der vorbereitenden Standortfindung (in Kemnath evtl. bereits vorgegeben) und Bauleitplanung über eine umweltverträgliche Erschließung bis hin zur gezielten Vermarktung und selektiven Ansiedlung. Die Planung und Realisierung von landschaftsbezogenen Gewerbeparks stellt für kommunale Verwaltungen eine äußerst **komplexe, querschnittsorientierte Aufgabe** dar, jedoch ist die Konzipierung eines landschaftsbezogenen Gewerbeparks eine Möglichkeit, um sich **im Wettbewerb der Kommunen von der Konkurrenz positiv abzuheben**. Die Ansiedlung mittelständischer Betriebe möglichst in Zukunftsbranchen schafft eine neue, stabile Wirtschaftsstruktur. Durch eine Aufteilung des Gebietes in Industrie-, Gewerbe-, Misch- und Dienstleistungsgebiet ist eine Diversifizierung und Durchmischung zu realisieren, wobei v.a. Ansiedlungen aus den Wachstumsbranchen des Dienstleistungs- und Handwerksbereiches im Vordergrund stehen sollten.

Der **landschaftsbezogene Charakter** kann generell durch verschiedene Maßnahmen erreicht werden. Dazu zählt die Begrünung der öffentlichen Flächen sowie auch der nicht überbaubaren privaten Flächen, die in einem Grünordnungsplan eingebunden werden können, wie z.B. Dächer und Fassaden oder Stellplätze. Weitere Maßnahmen sind eine flächensparende Verkehrserschließung und eine flächensparende bzw. verdichtete Bau-



weise. Die Gestaltung der Gebäude nach ökologischen oder landschaftsplanerischen Prinzipien könnte etwa durch die Erstellung eines Gestaltungshandbuches vorgenommen werden. Die Nutzung regenerativer Energieträger und alternativer Wasserver- und Entsorgungskonzepte sollte ebenfalls angedacht werden, etwa die Nutzung von Solarenergie oder dezentraler Blockheizkraftwerke (über Biomasse s. auch Projekt 12).

Die Nähe zu Siemens und der **Leitgedanke, sich im Bereich Medizin- und Biotechnologie** zu positionieren, sollten die Richtung vorgeben und für Ansiedlungen als ein ausschlaggebender Standortfaktor hervorgehoben werden. Da gerade High-Tech Betriebe viel Wert auf Image und Erscheinungsbild des Standortes legen, können so die derzeit die Entwicklung beschränkenden Teiche zum positiven Faktor werden. Für Kemnath sollte die landschaftsbezogene Konzeption nicht nur eine Begrünung der Ränder wie an anderen Standorten bedeuten, vielmehr muss eine gewisse Offenheit der Landschaft erhalten bleiben und die Teiche als prägendes Element miteinbezogen werden.

Kleine Industriebetriebe aus dem Biotechnologie- und Biochemie-Bereich in enger Zusammenarbeit mit der Universität Bayreuth, der FH Weiden und/oder der TGZ Grafenwöhr wären die idealen Interessenten für einen solchen Gewerbebereich. Zur Förderung entsprechender Ansiedlungen sollte die Stadt eine enge Zusammenarbeit mit den Forschungseinrichtungen anstreben. Deren Forschungsinfrastruktur sollten den Neuangesiedelten offen stehen, noch besser wäre eine Zweigstelle mit entsprechender Technik vor Ort in Kemnath.

Auch medizintechnische Betriebe, die Teile der Vorfertigung übernehmen, die von Siemens ausgelagert werden könnten oder die sich im Gefolge des Logistikunternehmens in Kemnath ansiedeln wollen, sind potentielle Interessenten für solche Flächen. Durch solche Ansiedlungen könnten weitere qualifizierte Arbeitsplätze in Kemnath geschaffen und so der Wegzug junger Kemnather nach der Ausbildung verringert werden.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Bereitstellen von Ansiedlungsmöglichkeiten,
- Gestaltung einer ansprechenden Ortseinfahrt,
- Stärkung des Gedankens der Nachhaltigkeit,
- Ökologie und Ökonomie als Partnerschaft vermitteln,
- Schaffen von großenteils qualitativ hochwertigen Arbeitsplätzen,
- Förderung von ansässigen Betrieben und Förderung von Betriebsansiedlungen,
- Diversifizierung der Branchenstruktur in Richtung auf Unternehmen der Medizintechnik sowie Biotechnologie und Biochemie-Bereich,
- Einnahmen aus Gewerbe- und Grundsteuer sowie ggf. Einkommenssteuer,
- Schaffen eines innovativen Klimas durch Kooperationen mit Forschungseinrichtungen aus der Region,
- Image eines sauberen und qualitätsorientierten Gewerbebestandes.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Ein **privater oder öffentlicher Träger** sollte das landschaftsbezogene Gewerbegebiet vorbereiten, die Maßnahmen koordinieren und die Unternehmen betreuen. So ist ein systematisches Standortmarketing möglich und die langfristige Verwaltung im Sinne der



Grundkonzeption gewährleistet. Zur Realisierung einer ökologischen Konzeption bietet sich als private-public-partnership die Gründung einer Entwicklungsgesellschaft mit mehrheitlich öffentlicher Beteiligung oder die Beauftragung eines privaten Developers an.

Für Kemnath wäre es wichtig,

- das **typische** Landschaftsbild **der Oberpfälzer Teichwirtschaft** aufzugreifen,
- durch neue Energiekonzepte den Ökologiedanken noch zu verstärken,
- eine große Flexibilität bei der Parzellierung der Flächen zu erhalten,
- eine landschaftliche und städtebauliche Integration der Gebäude zu fördern,
- die ökologische Optimierung hinsichtlich Bauweisen, Infrastrukturen und Außenanlagen zu erreichen,
- klare Zielgruppen-Ausrichtung bei Vermarktung und Ansiedlung.

Da für eine einheitliche Konzeption ein Ankauf von Flächen empfehlenswert erscheint, fallen **im Vorfeld relativ hohe Grundstücks- und Erschließungskosten** an. Ferner ist eine Gestaltung des Geländes und der Gebäude nach landschaftsplanerischen Prinzipien und die Installation alternativer Energieversorgungssysteme zunächst mit höheren Kosten verbunden. Auf lange Sicht rechnen sich diese aber durch Imagegewinn und geringeren Energieverbrauch.

Bereits zu Beginn sollte die Bauleitplanung durch eine informelle, ökologisch orientierte Gesamtplanung vorbereitet werden. Wichtig ist dabei die frühe **ämterübergreifende Zusammenarbeit** aber auch die frühzeitige Kooperation mit den - je nach Ausgestaltung - potenziellen Investoren bzw. Mietern, z.B. über gemeinsame Planungsgespräche mit den interessierten Unternehmen, den Architekten sowie der Kommunal- und Kreisverwaltung. Die ansiedlungswilligen Unternehmen **sollten im Vorfeld eine intensive Bau- und Gestaltungsberatung** von Seiten der Gemeinde und privater Planer erhalten. Denn schon in dieser Vorphase können etwa Gestaltungsfragen und Grünordnungsmaßnahmen einvernehmlich in einer Dialogplanung geklärt werden.

Neben der Ausweisung einer entsprechenden Fläche empfiehlt es sich, in Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen aus der Region wie dem TGZ Grafenwöhr, der FH Weiden und der Universität Bayreuth **einen zentralen Anlaufpunkt zum Erfahrungsaustausch für gemeinsame Workshops** zu schaffen. Erste Ansprechpartner könnten u.a. die in Projekt 7 angesprochenen Professoren der Universität Bayreuth sein. Im Sinne eines „**Incubators**“ sollten hier für „junge“ Unternehmen auch **technische Einrichtungen und Labors** vorgehalten werden. Gerade im High-Tech-Bereich kommen teure Geräte zum Einsatz, deren Anschaffung für einen Gründer problematisch sind. Die Forschungseinrichtungen können aber auch bei z.B. **juristischen Fragen** wie Patentanmeldungen o.ä. mit Rat beistehen.

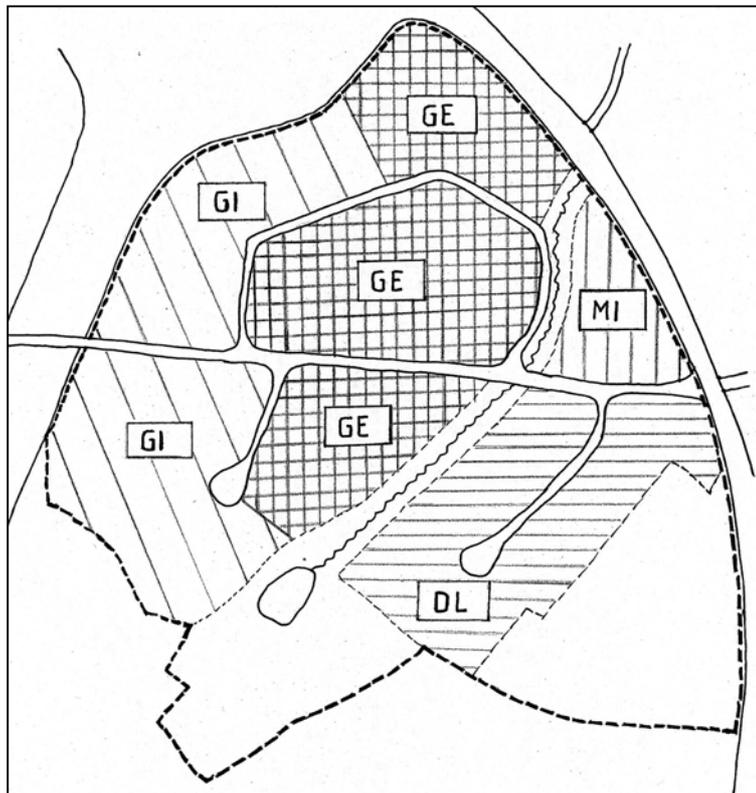
Für den erfolgreichen Aufbau eines landschaftsbezogenen Gewerbeparks mit der Zielgruppenausrichtung auf den Medizin- bzw. Biotech-Bereich sollte ein **Zweckverband** gegründet werden. In dem Zweckverband engagieren sollten sich die Stadt Kemnath, das Landratsamt Tirschenreuth, Privatunternehmen und Forschungseinrichtungen. Zur Finanzierung sind Zuschüssen vom Land (Hightech-Offensive Bayern) und der EU zu beantragen.



REFERENZBEISPIEL:

Als Beispiel für die Realisierung eines landschaftsbezogenen Gewerbeparkes auch in einer kleineren Gemeinde kann der **„Ökologische Gewerbe- und Dienstleistungspark Altenstadt“** dienen. Die Gemeinde Altenstadt an der Waldnaab, die knapp 5.000 Einwohner zählt, hatte seit Ende der 1980er Jahre infolge einer traditionell relativ einseitigen Gewerbestruktur und zweier Firmenzusammenbrüche in der Bleikristallindustrie ca. 1.000 Arbeitsplätze verloren. Aus diesem Grunde sah man sich gezwungen, neue Wege zu gehen und eine effiziente Gewerbeentwicklung zu forcieren. So wurde ein Gewerbegebiet realisiert, das **ökologischen, ökonomischen und sozialen Ansprüchen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung** gerecht wird und das, abweichend vom üblichen Bild der großdimensionierten, eingeschossigen Gewerbebauten, eher klein- und mittelbetriebliche Strukturen in mehrgeschossigen Gebäuden aufweist.

Der „Ökologische Gewerbe- und Dienstleistungspark Haidmühlweg“ in Altenstadt stellt mit einer Fläche von **18 ha** eines der wenigen großen und gewerblich nutzbaren Gebiete der Gemeinde dar. Durch die Lage direkt an der A93 Hof – Weiden – Regensburg und der B 22 Weiden – Bayreuth verfügt das Areal über eine exzellente Verkehrsanbindung. Außerdem ist der zusammenhängende Umfang der Fläche und die Verfügbarkeit der Grundstücke als Vorteil bei der Wahl der Fläche zu nennen. Die Vermarktung der Flächen umfasste die Analyse ansiedlungswilliger Unternehmen in bezug auf ihre Übereinstimmung mit dem ökologischen Leitbild, v.a. unter Rückgriff auf bestimmte Auswahlkriterien.



Als Beispiel für die **Bedeutung eines innovationsfreundlichen Umfeldes und eines attraktiven Microstandorts** für einen landschaftsangepassten Gewerbepark ist der **Bio-Ressourcenstandort Straubing mit dem BioCampus** zu nennen (www.Straubing-sand.de, www.biocampus-straubing.de). Die bayerische High-Tech-Offensive hat für Bayern vier 'High-Tech-Life-Science-Zentren' von Weltrang definiert, darunter Weihenstephan/Straubing als Zentrum für 'grüne' Biotechnologie. Straubing ist in dieser Tandemlösung Entwicklungsstandort und beherbergt das international agierende Kompetenzzentrum für nachwachsende Rohstoffe.

Neben dem **Kompetenzzentrum** entsteht der BioCampus Straubing-Sand als Standort für Unternehmen aus der Biotechnologie. Hier findet die Umsetzung des einschlägigen F&E-Know-hows aus dem Kompetenzzentrum und anderen Forschungseinrichtungen zur Nutzung biologischer Ressourcen in konkrete Produkte, Verfahren und Dienstleistungen statt.

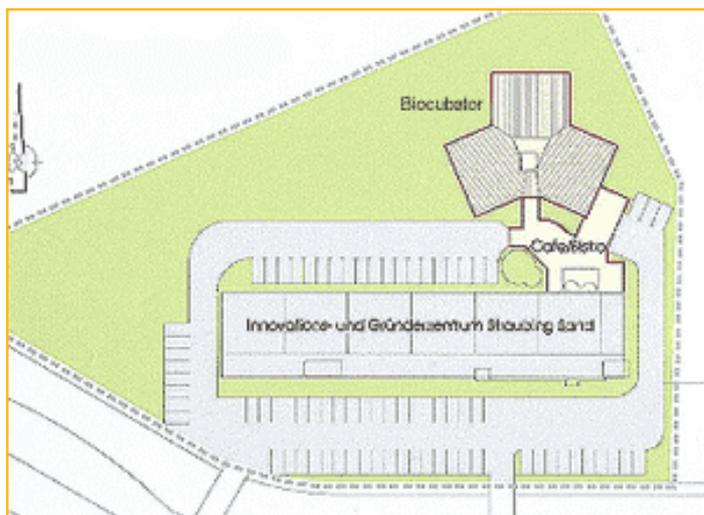
Der **Bio-Campus** Straubing-Sand setzt sich zusammen aus

- dem in Planung befindlichen Biocubator Straubing-Sand,
- dem Innovations- und Gründerzentrum,
- voll-erschlossenen Ansiedlungsflächen und
- bedarfsabhängig errichtbaren schlüsselfertigen Immobilien.

Im **Innovations- und Gründerzentrum** finden sich bislang bereits vier Unternehmen, die sich mit der Nutzbarmachung biologischer Ressourcen befassen. Um weiteren Unternehmen Platz zu bieten und vor allem auch Labor-Infrastruktur zur Verfügung zu stellen, entsteht nun mit dem Biocubator in unmittelbarer Anbindung an das Innovations- und Gründerzentrum ein eigenes Technologie-Zentrum für Unternehmen.

Mit einem neuen Architekturkonzept bietet der **Biocubator** Straubing innovativen Biotechnologie-Firmen auf ca. 1.700 qm Nutzfläche. Moderne Büro- und Laboreinheiten erlauben eine abgestufte modulare Erweiterung der Arbeitsfläche zwischen 20 und 150 Quadratmeter. Um den **unterschiedlichen Nutzungsansprüchen** gerecht werden zu können, wurde ein flexibles Raumkonzept entwickelt.

Der Standardausbau sieht vor, sowohl Technikumsräume als auch biotechnologische Labors zur Nachrüstung vor. Der dreigeschossige Gebäudekomplex setzt sich aus drei Quadern zusammen. Damit **neben den technischen Aspekten** auch die **Arbeitsatmosphäre** stimmt, entstehen Kommunikationsinseln, in denen ein fachlicher Austausch, Kontakte und gegenseitige Hilfe möglich sind. **Träger** des BioCampus Straubing Sand ist der Zweckverband Industriegebiet im Donauhafen Straubing-Sand (ZVI).



Projekt 12: Errichtung eines Biomasse-Kraftwerks zur Energieversorgung im Gewerbegebiet bzw. für öffentliche Einrichtungen sowie Bildung einer landwirtschaftlichen Holzlieferungsgenossenschaft

Nutzen nachwachsender Rohstoffe, Nutzen von Biomasse zur Erzeugung von Energie, Profilierung als umweltbewusste Stadt

KURZBESCHREIBUNG:

Die Möglichkeiten, erneuerbare Energiequellen in Kemnath zu nutzen, sollte genau hinterfragt werden, denn aufgrund des Erneuerbare-Energien-Gesetzes (EEG) und dem bundesweiten Ziel, den Anteil **erneuerbarer Energien bis 2010 auf etwa fünf Prozent am Primärenergieverbrauch** anzuheben, werden derzeit Pilotprojekte derzeit gefördert. Als Folge ist zu beobachten, dass der Bau von Solaranlagen, Biomasse-Kraftwerken u.ä. derzeit stark forciert wird.

Dieses Gesetz regelt u.a. die Abnahme und die Vergütung von Strom, der ausschließlich aus Wasserkraft, Windkraft, solarer Strahlungsenergie, Geothermie, Deponiegas, Klärgas, Grubengas oder aus Biomasse gewonnen wird. Elektrizitätsversorgungsunternehmen, die Netze für die allgemeine Versorgung betreiben (Netzbetreiber) sind danach verpflichtet, Anlagen zur Erzeugung von Strom, die dem § 2 EEG entsprechen, an ihr Netz anzuschließen, den gesamten angebotenen Strom aus diesen Anlagen vorrangig abzunehmen und den eingespeisten Strom entsprechend zu vergüten.

Als **regenerativ werden Energiequellen** bezeichnet, die erneuerbar sind, d.h. auf nachwachsenden Rohstoffen wie z.B. Holz usw. oder Naturerscheinungen wie Sonne, Wind und Wasser basieren. Sie sind dadurch gekennzeichnet, dass der Ökosphäre natürliche Ressourcen entnommen und nach Ge- und Verbrauch wieder an die Umwelt zurückgegeben werden. Sie befinden sich also in einem geschlossenen Kreislauf und werden von der Natur immer wieder ergänzt. Gerade im ländlichen Raum wird die **Nutzung von Biomassefestbrennstoffen für Land- und Forstwirte** als eine große Chance bei der Suche nach **Produktions- und Einkommensalternativen** gesehen.

Biogene Festbrennstoffe kommen in der Natur vor als:

- Holz und Holzreste, die als Reststoff aus Walddurchforstungen, Sägereien oder als Altholz vorliegen sowie schnellwachsende Hölzer, die in Plantagen angepflanzt und nach vergleichsweise kurzer Zeit genutzt werden können,
- Schilfgras als sehr ertragreicher nachwachsender Rohstoff, der allerdings gute Böden und gute Wasserversorgung voraussetzt,
- Stroh und Getreide-Ganzpflanzen,
- Zucker- und Stärkepflanzen wie Mais oder Zuckerrübe zur Herstellung von Bioalkohol und
- ölhaltige Pflanzen wie Raps oder Sonnenblumen zur Herstellung von Kraftstoffen.

Allen Nutzungsformen biogener Brenn- und Kraftstoffe kommt dabei ihr Beitrag zum Klima- und Ressourcenschutz zugute, weil die **positive Energiebilanz** nicht nur die Reserven der endlichen Energieträger (z.B. Öl) schont, sondern auch die klimawirksamen Kohlendioxidemissionen erheblich verringert. Die bei der Verbrennung von Biomasse entstehenden Kohlendioxidemissionen sind „bilanzneutral“, d.h. das bei der Verbrennung freigesetzte Kohlendioxid wurde beim Wachstum der Pflanzen entsprechend der Atmosphäre entzogen.



Für das „**Kemnather Land**“ bietet sich der biogene **Brennstoff Holz** an: Die traditionelle Nutzung von Biomasse und gleichzeitig der älteste Gebrauch von erneuerbarer Energie überhaupt ist die Verbrennung von Holz und Holzabfällen. In den letzten Jahren wurden hinsichtlich der **Wirkungsgrade und Emissionen** sowohl in den **Klein- als auch in den Großfeuerungsanlagen für Nah- und Fernwärme** deutliche Verbesserungen erzielt. Neben Scheitholz und Stroh können auch sogenannte Holzpellets oder Hackschnitzel verwendet werden. Eine kostengünstige und effiziente Möglichkeit zur Nutzung von Biomasse stellt die Mitverbrennung in existierenden Kraftwerken dar.

Die Verwertung von Biomasse findet vielerorts in **Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen**, also bei kombinierter Produktion von Strom und Wärme statt. Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen sind praktisch zwei Kraftwerke in einem. Sie erzeugen Strom und Heizwärme zugleich. Bei der Stromerzeugung in Kraftwerken wird nur 30 bis 40 Prozent der im Brennstoff enthaltenen Energie in Strom umgesetzt, der Rest geht in die Umwelt. Bei der KWK wird diese Abwärme zumeist in Fernwärmenetzen zum Heizen von Wohnungen und Betrieben genutzt. Insgesamt können KWK- Anlagen 80 bis 90 Prozent der eingesetzten Primärenergie in Strom und Fernwärme umwandeln. Sinnvoll ist der Einsatz von Kraft-Wärme-Kopplung jedoch nur **dezentral in Verbrauchernähe**, wegen der hohen Verluste beim Verteilen der Fernwärme.

Durch den Einsatz umweltfreundlicher Biomasse werden in **Bayern** jährlich 2,2 Milliarden Liter Heizöl gespart. Mit der Förderung von Forschungsarbeiten und **Pilotprojekten** will Bayern den Anteil von Biomasse am Energieverbrauch von aktuell knapp vier Prozent weiter steigern. Der Freistaat baut dabei vor allem auf Holz. Holz sei zur Wärmeherzeugung hervorragend geeignet, müsse nicht importiert werden und sei leicht zu lagern. Dagegen wird in Bayern die Erzeugung von Strom aus Holz als nicht sinnvoll erachtet. So sollte man **in Kemnath ein entsprechendes Pilotprojekt anstreben**. Mit der Planung der neuen Gewerbebereiche (s. Projekt 11) oder auch beim Bau des geplanten Einzelhandelskomplexe (s. Projekt 13) **als potentielle Abnehmer könnte der Bau eines Biomasse-Kraftwerkes** realisiert werden.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Beitrag zum Klima- und Ressourcenschutz,
- Imagegewinn als innovativ und umweltbewusste Stadt,
- Schaffen von Produktions- und Einkommensalternativen für Land- und Forstwirte,
- Umweltverträglicher Umgang mit der Kulturlandschaft,
- Entstehung eines regionalen Wirtschaftskreislaufs mit hoher Wertschöpfung,
- Steigerung des Erholungswertes der Wälder für Bevölkerung und Gäste durch Pflege der Waldbestände bzw. Wertsteigerung der Waldbestände.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Im Rahmen der Ausweisung eines landschaftsbezogenen Gewerbegebietes (Projekt 11) oder auch bei der Errichtung eines Einkaufs- und Freizeitzentrums auf dem Gelände des ehemaligen Brauhauses Kemnath sollte die Errichtung eines Biomasse-Kraftwerkes in Erwägung gezogen werden. Auch andere größere Komplexe wie das Schulzentrum und die Mehrzweckhalle wären potenziell als Abnehmer so gewonnener Energie denkbar.



Der Impuls für ein solches Projekt sollte von der Stadt ausgehen. Die Konzeption und der Betrieb sollte einem Zweckverband unterliegen. Um die Zulieferung an Brennmaterial zu sichern, ist die Bildung einer landwirtschaftlichen Holzlieferungs-genossenschaft zu empfehlen. Zur Finanzierung sind Fördermittel des Landes oder des Bundes heranzuziehen.

REFERENZBEISPIEL:

Beispielhaft für eine kleine Anlage im ländlichen Raum ist die Wärmeversorgung der Therme Obernsees in der Fränkischen Schweiz / Lkr. Bayreuth über eine in direkter Nachbarschaft errichtete Biomasse-Heizanlage - die **BHO Biomasse Heizanlage Obernsees GmbH**. Im Jahr 1994 wurde die Erstellung eines Energiekonzepts in Auftrag gegeben, welches die Errichtung eines externen Heizwerks mit einem Betreiber aus dem landwirtschaftlichen Bereich vorsah. Als Basis für die gewerbliche Tätigkeit wurde 1995 die MR Agrarservice GmbH ins Leben gerufen. Danach wurde der jetzige Betreiber Biomasseheizanlage Obernsees (BHO) gegründet und der Förderantrag bewilligt, sodass mit dem Bau des Heizwerks begonnen werden konnte (Baufertigstellung November 1997).



Das Heizwerk versorgt das Warmbad Obernsees mit Wärme und beheizt die Dampfbäder sowie die Blocksauna. Als Brennmaterial werden Hackschnitzel verwendet, die einerseits **aus bei Landschaftspflegemaßnahmen anfallendem Holz** und andererseits aus sogenannten Billigmachern (unbehandelte **Abfälle aus der Holzverarbeitung**) bestehen. Aus etwa 5.000 m³ (ca. 1200 Tonnen) Holz-Hackschnitzel pro Jahr wird eine Leistung von 450 kW erzeugt. Mit der Rohstoffbeschaffung sind über 70 Landwirte aus der näheren Umgebung beauftragt.

Gegenüber einer konventionellen Heizanlage können mit der Biomasse-Heizanlage jährlich rund 400.000 Liter Heizöl sowie rund 1.200 Tonnen Kohlendioxid eingespart werden. Die verbleibende Asche kann nach kurzer Zwischenlagerung als Dünger verwendet werden. Die **Gesamtfeuerleistung der Anlage beträgt zurzeit 970 kW**, wobei der Biomasseheizkessel in Spitzenzeiten durch einen Ölkessel (12.000 l/Jahr) und einen Pufferspeicher (13.000 l) unterstützt wird. Der Auslastungsgrad der Anlage liegt derzeit bei 86 %. Pro Tag nimmt die Anlage 1½ Stunden für Wartung und Betrieb in Anspruch. Wenn die Leistungskapazität zukünftig nicht ausreichen sollte, kann die Anlage um einen Kessel und ein Heizhaus erweitert werden. Das entstehende Rauchgas verlässt den Kessel mit einer Temperatur von 207°C, sodass eine Kondensationsanlage zur Restwärmenutzung und zur Rauchgasreinigung angeschlossen wurden.

Das **Investitionsvolumen** der Heizanlage betrug rund 1,7 Millionen Euro von denen insgesamt **48 % durch Zuschüsse finanziert** wurden. An der Biomasse-Heizanlage Obernsees GmbH sind der MR Agrarservice, die Energieversorgung Oberfranken AT sowie der Landkreis Bayreuth beteiligt.

Als weiteres Beispiel sei der Einsatz einer Biomasse-Zentralheizanlage für die Wärmeversorgung eines ganzen Baugebietes, das neue, ökologische Baugebiet im Stadtteil Altershausen in Königsberg in Bayern (Lkr. Haßberge), angeführt (www.koenigsberg.de).

1.3 Handlungsfeld Einzelhandel und Dienstleistungen

Die Projekte dieses Handlungsfeldes zielen darauf ab, die Situation des **Kemnather Einzelhandels** sowie die **Attraktivität der Kemnather Innenstadt** zu **stärken**. Hier werden einige Maßnahmen zur Umsetzung der übergeordneten Strategien aus der in Kap. VIII dargelegten Städtebaulichen Konzeption detaillierter vorgestellt. Darüber hinaus sind Maßnahmen zur **Stärkung der Position der Stadt Kemnath als Dienstleistungsstandort** sowie als **Standort der Gesundheitssicherung bzw. der Regeneration** angedacht.

Im nachfolgenden städtebaulichen Maßnahmenkatalog sind v.a. zu den Projekten 13, 16 und 17 verschiedene bauliche Umsetzungsvorschläge zu entnehmen.

Nr.	Projektideen
13	Konzeption für einen Einkaufs- und Freizeitbereich „Alte Brauerei“ (Gelände des ehemaligen Brauhauses Kemnath) in Verbindung mit der Aufwertung des Stadtweihers (s. a. Impulsprojekt 2)
14	Maßnahmen zur Kundenbindung von Seiten der Kemnather Händler
15	Positionierung der Stadt in der Gesundheitsregion Oberfranken und Sicherung des Krankenhausstandortes durch Spezialisierung und Ausbau der Einrichtungen
16	Belebung des Stadtkerns vor und nach Feierabend durch gemeinsame Aktionen und Märkte sowie Verbesserungen bzgl. Aufenthaltsqualität am Stadtplatz sowie des historischen Flairs zu Stärkung der „Einkaufsmeile“ (s. a. Impulsprojekt 4 und 5, sowie Kap. VIII 4.)
17	Aufwertung der Durchgänge und Verbindungen vom Stadtplatz zu den Weihern (s. a. Impulsprojekt 4 und 5, sowie Kap. VIII 4.)
18	Förderung landwirtschaftlicher Direktvermarkter und Einrichtung einer Verkaufsstelle am Stadtplatz

Projekt 13: Konzeption für einen Einkaufs- und Freizeitbereich „Alte Brauerei“ (Gelände des ehemaligen Brauhauses Kemnath) in Verbindung mit der Aufwertung des Stadtweiher (s.a. Impulsprojekt 2)

Vorbereitungen zur Errichtung eines neuen innerstädtischen Einzelhandelsbereiches, Aufwertung des mindergenutzten Gelände des ehemaligen Brauhauses Kemnath, Schaffen eines Gewerbegebietes mit Nutzungsmischung von Einkauf, Freizeit und Dienstleistungen

KURZBESCHREIBUNG:

Will man in der Stadt Kemnath - als der **Mittelpunkt des Kemnather Lands** - auch dem **Anspruch, die Einkaufsstadt für den gesamten Raum** zu sein, gerecht werden, so sind Verbesserungen in der Einzelhandelslandschaft nötig. Neben der Aufwertung des Stadtplatzes, wobei die dort vorhandenen Ladengeschäfte z.T. einen modernen Handel durch Gebäudezuschnitt nur bedingt zulassen, bietet sich v.a. das Gelände des ehemaligen Brauhauses Kemnath westlich der Amberger Straße gegenüber dem Stadtweiher für eine solche Entwicklung an.

In der Innenstadt gelegen, verkehrlich gut angebunden und mit ausreichend Fläche für Gebäude und Pkw-Stellflächen, sollten hier bevorzugt Ansiedlungen erfolgen. Zusammen mit dem Eigentümer und potenziellen Investoren sollte angesichts dieser Standortvorteile für dieses Gebiet eine qualitativ hochwertige **multifunktionale Nutzung** mit Handel und Freizeiteinrichtungen, eventuell auch mit Büro- oder Praxisnutzungen gefunden werden.

Investoren aus dem Handelsbereich, die sich für den Standort Kemnath interessieren, ist **diese Fläche bevorzugt anzubieten**. Hier sind durch die Innenstadtlage keine Bedenken von Seiten der Landesplanung und des Städtebaus zu erwarten. Bei Ansiedlungswünschen von großflächigen Einrichtungen außerhalb der abgegrenzten Innenstadt hingegen gelten die engen Flächenmargen der Tabellen 20 ff. Darüber hinaus sollte für diese Fläche, zusammen mit dem Immobilieneigentümer, aktive Ansiedlungspolitik betrieben werden. Neben der **direkten Ansprache von Standortplanern** der Einzelhandelsketten ist diese Fläche auch in entsprechenden **Immobilien-Portalen im Internet und in Immobilienzeitungen** zusammen mit der Vision der Stadt Kemnath für diesen Stadtraum vorzustellen. (s.a. Projekt 5 und 6).

Die Stadtentwicklungsziele sprechen gegen eine reine Einzelhandelsagglomeration insbesondere aus dem Discountbereich, vielmehr wäre hier eine kleine, aber feine Einkaufspassage wünschenswert. Dies bedeutet, dass die **Konzeption** möglichst neben einem sog. Ankermieter aus dem Lebensmittelbereich weitere Fachmärkte bzw. Fachgeschäfte beinhalten sollte. Ähnlich einem Einkaufscenter wäre hier ein einheitliches Management anzustreben, um Öffnungszeiten, Werbeaktionen oder Veranstaltungen zu koordinieren. Dienstleistungsangebote, vom Friseur über ein Bistro bis hin zu Büro- oder Beratungseinrichtungen sind ergänzend in die Konzeption mit einzubeziehen.

Da der heute schon attraktive **Stadtweiher** (s. Projekt 19) zu einem innerstädtischen Erholungs- und **Freizeitbereich mit hoher Anziehungskraft** ausgebaut werden soll, darf aber eine neue Bebauung des ehemaligen Brauereigeländes keinesfalls dieses Anliegen beeinträchtigen, sondern sollte sich vielmehr in das Bild einfügen. Neben den Einzelhandelsangeboten wird u.a. daher empfohlen, in diesem Komplex auch Freizeitdienstleistungen anzusiedeln. Insbesondere eine Gastronomieeinrichtung mit Außenanlagen und Blick



auf den Weiher erscheint eine gute Ergänzung für diesen Erholungsbereich. Aber auch Freizeitnutzungen, deren Hauptgeschäftszeiten außerhalb der Öffnungszeiten im Einzelhandel liegen (wie Kino, Bowling, o.ä.) empfehlen sich, da sie so keine zusätzlichen Pkw-Stellplätze benötigen.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Verbesserung der Position der Stadt Kemnath als Einkaufsstadt,
- Belebung des Erholungsbereiches um den Stadtweiher,
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität und des Sicherheitsempfindens,
- Erhöhung der Kaufkraftbindung und der Einkaufszufriedenheit,
- Erweiterung des Kundenpotenzials,
- Imageförderung für die Stadt und ihre Händler,
- gegenseitiges Befruchten von Stadtplatz und neuem Einkaufsbereich,
- Umsatzsteigerung beim Handel und Gastronomie,
- Arbeitsplatzsicherung.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN)

Da die Idee, am Standort des ehemaligen Brauhauses Kemnath Einzelhandel anzusiedeln als solche bereits bei der Stadtverwaltung Anklang gefunden hat und auch mit den Immobilienbesitzern **erste Gespräche** geführt wurden, sollten nun Politik, Verwaltung und Eigentümer gemeinsam weitere Schritte diskutieren. Die Immobilieneigentümer sind mit den Überlegungen generell einverstanden, jedoch bestehen hier auch Eigeninteressen, die mitbedacht werden müssen.

Die verschiedenen Ziele der Stadt, der Eigentümer und potenzieller Investoren sowie auch eventuelle Bedenken sind offen darzulegen und dann **verschiedene Vorgehensweisen** im Detail zu diskutieren. Die möglichen Umsetzungswege reichen von einem gemeinsamen Verhandeln der Stadt und der Eigentümer mit möglichen Investoren über Planlegungen mit detaillierten Entwicklungsvorstellungen (Bebauungsplan, Grünordnung oder auch städtebaulicher Vertrag) bis hin zum Ankauf der Fläche durch die Stadt. Sehr zu empfehlen ist aber die Aufnahme in das **förmlich festgelegte Sanierungsgebiet**, denn so ist die Inanspruchnahmen von Fördermitteln möglich (s. auch Impulsprojekt 2).

Bei der Ausgestaltung sollte von einer **Gesamtnutzfläche** von 3.000 bis 5.000 m² ausgegangen werden. Beim Nutzungsmix sollte man etwa 2/3 zu 1/3 Einzelhandel zu Freizeit- bzw. Dienstleistungsnutzung anstreben. Neben einem Discounter oder SB-Supermarkt mit Getränkemarkt wären weitere Fachgeschäfte bzw. -märkte (möglichst nicht nur aus dem Niedrigpreissegment) die ideale Ergänzung.

Da dies **eines der größeren Projekte** ist, aber gleichzeitig auch eine **zentrales**, sollte hier möglichst **frühzeitig eine Konzeption** erarbeitet werden, denn die Vermarktung des Standortes und der Bau entsprechender Einrichtungen bedarf auch einiger Zeit.

REFERENZBEISPIEL:

Die notwendige Individualität eines solchen Projektes bedingt es, dass es ein von der Größe, der Nutzungszusammensetzung und der baulichen Ausgestaltung passendes Referenzbeispiel so nicht gibt. Architektonisch gut gelöste multifunktionale Einrichtungen



in Städten der Größe Kemnaths sind selten, zumeist werden mehrere Gebäude in Schachtelarchitektur nebeneinander gesetzt. So sollen nachfolgend einerseits einige größere Beispiele für die bauliche Gestaltung und die möglichen Nutzungszusammensetzung angeführt werden und andererseits Beispiele gegeben werden, die in einer passenderen Größe die Zusammensetzung verdeutlichen.

Beispiel von gelungenen **Nachnutzungen von Industriebrachen** durch Einzelhandel in Kombination mit Dienstleistungseinrichtungen gibt es v.a. in größeren Städte mit für die Umsetzung in Kemnath jedoch zu großer Verkaufsfläche viele (z.B. **Einkaufszentrum Fritz** in Kulmbach auf dem ehemaligen Spinnerei-Gelände). Im Hinblick auf einen guten Branchenmix, geeigneten Zusatzmietern und Architektur gute Anhaltspunkte geben auch **Einkaufszentren, die von Immobilien-Management-Betrieben** geplant werden. Die meisten sind von ihrer Verkaufsfläche jedoch wesentlich größer als ein Projekt in Kemnath sein sollte.

Als Beispiel für eine von den Konsumenten angenommene Mischung von Einrichtungen in einer Größe wie sie auch in Kemnath möglich wäre, ist das **Maintal-Center in Bad Bern-
eck** dar. Neben einen SB-Supermarkt mit Getränkemarkt (Neukauf) sind hier ein Textilfachmarkt und einige Dienstleister (Apotheke, Reisbüro, Imbiss) dort ansässig. Im Obergeschoss befindet sich darüber hinaus ein Bowling-Center.

Eine kleine **einladende Einkaufs- und Dienstleistungsgalerie** wurde in Waldsassen in der Prinz-Ludwig-Straße eröffnet. Das neue Gebäude der Raiffeisenbank Stiftland beherbergt neben der Hauptgeschäftsstelle der Bank **im Erdgeschoss einige Ladengeschäfte und Ausstellungsflächen** von Einzelhändlern sowie ein Eiscafé und eine Bäckerei mit Café. **Im Obergeschoss findet man Büro-**



und Praxisräume. Durch eine flexiblere Raumaufteilung wäre eine bessere Vermarktung der Geschäftflächen möglich, die für Kemnath angeraten ist. Anstatt der Banknutzung sollte in Kemnath die Fläche von einem Discounter oder SB-Supermarkt genutzt werden.

Für die architektonische Gestaltung eines entsprechenden Zentrums in Kemnath bestehen ferner die Ideen-Skizzen dieses Gutachtens (s. Kap. VII 3.1 Vision Kemnath 2018).

Projekt 14: Maßnahmen zur Kundenbindung von Seiten der Kemnather Händler

Zusammenarbeit im Handel und Dienstleistungen bei Tages- oder Wochenaktionen, weitere Maßnahmen zur Kundenbindung (z.B. Kundenkarte, Öffnungs- und Beleuchtungszeiten, Schaufenstergestaltung).

KURZBESCHREIBUNG:

Von Seiten der **Kemnather Händler** sollten verschiedene Maßnahmen ergriffen werden, um die Attraktivität der Stadt als Einkaufsstadt zu verbessern (s. Kap. VII 5.). Sowohl in den Arbeitskreisen als auch im KEM- Gewerbeverband bestehen einige Ideen und Ansätze, die Kunden stärker an die Kemnather Geschäfte zu binden. Diese werden auch von Gutachterseite als wichtig erachtet und z.T. sind einige Ergänzungen bzw. Weiterentwicklungen vorzuschlagen. Die **Wege der Kundenbindung** sind sehr vielfältig, aber gerade für Fachgeschäfte ist die Bindung über den Preis mit Rabattaktionen o.ä. nur bedingt möglich. Sie sollten Serviceangebot und Zusatzleistungen stärker in den Vordergrund stellen. Nachfolgend werden nur die wichtigsten kurz vorgestellt:

Aufbau einer Kundenkarte (z.B. „KEM-Card“)

Eine „sanfte“ Möglichkeit von Kundenbindung über Rabatte stellen Kundenkarten dar. Nach dem Vorbild von Buchclubs, wie von Bertelsmann oder einzelnen Verbrauchermärkten und Kaufhäusern, könnten zur Erreichung einer erhöhten Kundenbindung die innerstädtischen Einzelhändler einzelne Kundenkarten mit bestimmten **Vergünstigungen** entwickeln. Besser wäre aber ein Zusammenschluss zu einem Netzwerk, das beispielsweise unter dem organisatorischen Dach des „KEM-Gewerbeverbands“ eine spezifische innerstädtische Servicekarte entwickelt. Die Karte sollte weniger Preisnachlässe beinhalten als zur Stärkung des Standortes Innenstadt **Zusatzdienstleistungen**. Mit einer solchen Karte kann z.B. ein kostenloser Liefer- oder Änderservice angeboten werden. Auch die Zusammenarbeit einzelner Geschäfte ist denkbar, wie zwischen Bekleidungs- und Schuhgeschäften mit Aktionen „Neue Schuhe zum neuen Kleid“ o.ä. mit **gegenseitiger Rabattgewährung**. Auch sollten Dienstleister wie z.B. Friseur oder die Gastronomie in die Konzeption mit einbezogen werden.

Mit der Zeit könnten die Funktionen der Karte erweitert werden, so dass eventuell auch bargeldloses Bezahlen oder die Buchung von Eintrittskarten für Veranstaltungen möglich ist. Eine solche Kundenkarte würde auch die Möglichkeit eines gezielten **Direktmarketings** für die Unternehmen bieten und sie sollte mittelfristig den gesamten Raum des „Kemnather Landes“ umfassen.

Vereinheitlichung und Ausweitung der Öffnungszeiten

Untersuchungen des IFO-INSTITUTES FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG in München über Einstellungen der Verbraucher und wirtschaftliche Auswirkungen des „neuen“ Ladenschlussrechtes im Einzelhandel kommen zu dem Ergebnis, dass der überwiegende Teil **der Verbraucher die längeren Öffnungszeiten begrüßt**. Jedoch hat nur etwa ein Viertel der bayerischen Einzelhandelsbetriebe wochentags länger als bis 18.30 Uhr bzw. samstags



länger als bis 14.00 Uhr geöffnet.⁷⁴ Man erkennt hier eine deutliche Diskrepanz zwischen Angebot und Nachfrage, die noch dadurch verschärft wird, dass unter den Einzelhandelsbetrieben, die die **neuen Öffnungszeiten nutzen**, die **Filialbetriebe und großflächigen Einzelhandelsbetriebe** den größten Anteil ausmachen. Insbesondere die gesellschaftlichen Schichten mit hohem Einkommen, hoher Schulbildung und Familien begrüßen die neuen Ladenöffnungszeiten, bemängeln aber die vor allem in den Innenstädten vorherrschenden **uneinheitlichen Öffnungszeiten**. Wer nach der Arbeit in seinen Wohnort zurückkehrt, findet gerade im ländlichen Raum häufig nur geschlossene Geschäfte mit Ausnahme der Discounter und SB-Supermärkte vor.

Zur nachhaltigen Attraktivitätssteigerung der Kemnather „Einkaufsmeile“ ist es unbedingt angeraten, dass die **Ladenöffnungszeiten aller publikumswirksamen Einrichtungen (Handel, Dienstleister und Verwaltung) einheitlich** gehandhabt werden. Im Hinblick auf die Konkurrenz im Gewerbegebiet und in den nahen Oberzentren, die zum größten Teil die sich bietenden gesetzlichen Möglichkeiten nutzen, sollten nicht nur alle innerstädtischen Einzelhandelseinrichtungen, sondern auch Dienstleister und Verwaltung bezüglich einheitlicher und längerer Öffnungszeiten mitziehen. Neben der einheitlichen Gestaltung der Ladenöffnungszeiten dienen auch **sog. „verkaufsoffene Sonntage“ oder „Candlelight-Shopping“** zur Profilierung des Stadtmarktes, da diese oftmals bei entsprechender Vermarktung und Sonderaktionen eine große Zahl an Besuchern aus der ganzen Region anziehen und so eine liebevoll sanierte und attraktive historische Innenstadt von **Kemnath über die Stadtgrenzen hinaus als Einkaufsstadt** bekannt machen.

Nach Geschäftsschluss wäre es ferner anzustreben, die **Beleuchtungen der Schaufenster anzugleichen**. Gerade in der „dunklen“ Jahreszeit schaffen beleuchtete Fenster eine angenehme Atmosphäre und erhöhen zusätzlich das Sicherheitsempfinden in der Stadt. Ein Beleuchtungskonzept sollte aber auch gemeindliche Einrichtungen miteinbeziehen und darüber hinaus sollten sich Händler und Stadt gemeinsam Gedanken über ein Lichtkonzept machen, welches für den Innenbereich eine einladende Stimmung schafft (s. a. Projekt 16). Auch die Gestaltung der Schaufenster sollte verbessert werden, eine Maßnahme, um dies anzuregen, sind Wettbewerbe (s. ebenfalls Projekt 16).

Themenwochen in Einzelhandel, Dienstleister und Gastronomie

V.a. gemeinsame Aktionen aller bzw. mehrerer Händler in Zusammenarbeit mit Gastronomen und Dienstleistern dienen dazu, **den Gedanken des „Gemeinsam an einem Strang Ziehens“** zwischen den Händlern zu verstärken und nach außen darzustellen. Dieser Gedanke, der sich im bislang abgelaufenen Stadtmarketingprozess und im Rahmen des SEEK bei allen Beteiligten verinnerlicht hat, **muss verstärkt nach außen** in die breite Bevölkerung getragen und das Zusammengehörigkeitsgefühl aller Kemnather gestärkt werden.

Einen Weg, dieses nach außen zu transportieren und gleichzeitig auch für die Einzelhändler in Kemnath eine Förderung zu erreichen, sind **Themenwochen**. Dies können und sollten die Händler selbst in die Hand nehmen.

⁷⁴ vgl. o. Verf. „Neuer Ladenschluß: Verbraucher dafür – Einzelhandel gespalten“ (1999) in: Oberfränkische Wirtschaft Heft 4/99, S. 41 f.



Unter einem **Motto zur jeweiligen Jahreszeit oder sonstigen Anlässen** arbeiten Handel, Gastronomen, Dienstleister, Sportvereine und Institutionen zusammen und halten besondere Angebote bereit, wie:

- Mode- und Sportgeschäfte bieten Rabatte für bestimmte Teile der jeweiligen Kollektion und günstige Änderungen,
- Haushaltswarengeschäfte und Lebensmittelläden bieten gemeinsam passende Küchengeräte mit Obst und Gemüse der Saison an,
- Kosmetik- und Fußpflegestudios sowie Friseure bieten passende Pflegeserien, Dienste günstig an,
- Gesundheitseinrichtungen und Sportstudios/Vereine bieten Schnupperangebote und Pakete u.a. für Fitness-Programme an,
- Gaststätten bieten besondere Saisonangebote und veranstalten parallel Konzerte, Ausstellung, Lesungen in Zusammenarbeit mit Musikförderverein, Jugendgruppen, Bücherei, o.ä..

Nötig ist hierfür eine gemeinsame Erarbeitung einer Konzeption und Erstellung entsprechender Werbematerialien. Die Ideen in anderen Städten, an denen man sich anlehnen kann, sind vielfältig. Solche Veranstaltungen sollten auf möglichst viele Betriebe und Branchen ausgeweitet werden, ohne jedoch die „Unverwechselbarkeit“ und Positionierung des Zusatzangebotes zu verlieren.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Belebung des Stadtkerns mit Events und gemeinsamen Aktionen,
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität und des Sicherheitsempfindens,
- gegenseitige Anregung der Händler bei Aktionen mitzumachen,
- Einsatz aller Akteure aus der Region für die Region,
- Erhöhung der Kaufkraftbindung und der Einkaufszufriedenheit,
- Erweiterung des Kundenpotenzials,
- Imageförderung für die Stadt und ihre Händler,
- Umsatzsteigerung beim Handel und der Gastronomie,
- Nutzen von Synergieeffekten zwischen den Betrieben und verbessertes, aufeinander abgestimmtes Angebot.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Bei den Maßnahmen zur Kundenbindung und Belebung des Einzelhandels in Kemnath sind in erster Linie die Händler selbst gefordert. Die Organisation und auch die Werbung für eine breite Beteiligung an den Maßnahmen sollte eine **Händlergemeinschaft** (z.B. KEM-Gewerbeverband) oder auch der **Stadt- und Regionalmanager** (s. Projekt 2) übernehmen. Alle interessierten Einzelhandelsbetriebe (Textil, Haushaltswaren, Schmuck, Bäcker, Schuhe), Dienstleister (Friseur, Autohändler, Reisebüro), die Gastronomie sowie Vereine sind einzubinden.

Die **Kosten** halten sich bei diesen Maßnahmen im Rahmen, für die Konzeption und Werbemaßnahmen sind je nach Umfang der Aktionen bis zu 10.000 € pro Aktion **auf alle Beteiligten umzuschlagen**. Jedoch bedarf es sicher Einiges an Überzeugungsarbeit bei



einigen der Akteure, dass nur mit solchen Investitionen langfristig Erfolge für eine Einkaufsstadt Kemnath zu erreichen sind.

Zur Kunden-Karte:

Hier sind verschiedene Varianten denkbar – Karten einzelner Geschäfte erscheinen aber für die Kemnather Fachgeschäfte nicht sonderlich lukrativ, die Beschränkung auf die innerstädtischen Händler und Gastronomen wäre v.a. zur Stärkung der Innenstadt förderlich, jedoch sollte diese Maßnahme unter dem Dach des „KEM-Gewerbeverbandes“ vorgebracht werden (was sich angesichts der bereits laufenden Überlegungen anbietet) und es müssen **alle interessierten Geschäfte und Unternehmen, unabhängig vom Standort** einbezogen werden. Eine Ausdehnung auf alle Interessenten im Kemnather Land wäre denkbar – nur bei einer möglichst breiten Verankerung kann das Zusammengehörigkeitsgefühl aller Händler zum Wohl einer attraktiven und vielfältigen Einkaufslandschaft gefördert werden.

Zu Öffnungs- und Beleuchtungszeiten:

Bezüglich der Ausdehnung dieser Maßnahme gilt eben Dargelegtes, jedoch sollten auf jeden Fall möglichst viele Einrichtungen am Stadtplatz und den Seitenstraßen im Sinne einer offenen Innenstadt zusammenarbeiten. Eine solche Maßnahme muss dann selbstverständlich durch entsprechende Kommunikations- und Produktpolitik in das Bewusstsein des Verbrauchers gelangen, womit neben den Händlern in besonderer Weise ein Stadtmanager gefordert wäre.

Zu Themenwochen:

Die Händlergemeinschaft bzw. die Arbeitskreise sind hier aufgefordert, eine Liste von möglichen Themen zusammenzustellen. Neben den klassischen Ansätzen wie „Frühlingserwachen“, „Fit in den Winter“ o.ä. erscheinen v.a. Ansätze in der Historie der Stadt empfehlenswert.

REFERENZBEISPIEL:

Beispielhafte Themenwochen, Themenwochenenden, Wein- oder Bierfeste veranstalten v.a. Tourismusgemeinden. Wichtig ist die **Ausrichtung an den Stärken der jeweiligen Gemeinde** und die Verbindung mit einem „Ereignis“, das Besucher anzieht wie Weinproben, Flohmärkte, Sportveranstaltungen o.ä.

Verkaufsoffener Sonntag in Itzehoe 04.04.04

Schlemmen
Muschelbrötchen & Krabbenbratwurst
Spezialitätenneuheiten der beruflichen Schule Elmhorn
11.00 bis 17.00

Schunkeln
Shanty-Chöre in der Kirchenstraße
Die Störchopper, Die Molenskieker und Kläuber-Kids
14.00 bis 17.00

Schoppen
Viele tolle Aktionen der Itzehoer Einzelhändler
Ein Blick in die Itzehoer Geschichte lohnt sich!
13.00 bis 18.00

Schauen
Oldtimer & Neuwagen
Von den ältesten Kolbenmotoren bis zu den neuesten Fahrzeug-Modellen
13.00 bis 18.00

Itzehoer Einzelhändler
Samstag, 03. April und Sonntag, 04. April 2004
jeweils von 11.00 bis 18.00 Uhr
Stadtmanagement Itzehoe GmbH • Kirchenstraße 3 • 25924 Itzehoe
Telefon: 0 48 21 - 50 90 • www.wirfueritzehoe.de

Einheitliche Öffnungszeiten versuchen verschiedene Innenstädte über Kernzeiten zu organisieren. Erfahrungen mit Aktionen zur „Offenen Innenstadt“ wie verkaufsoffene Sonntage oder „Night-Shopping“ bestehen vornehmlich in größeren Städten, aber auch in kleinen Gemeinden gibt es bereits gute Umsetzungen.

Gibt man bei Internetsuchmaschinen das Suchwort „verkaufsoffener Sonntag“ ein, bekommt man immer eine vielfältige Reihe von Seiten mit Werbung für bzw. Berichte über solche Veranstaltungen.

Z.B. www.wallduern.de/whis/vk-offen-st/offenersonntag.htm oder <http://www.wirfueritzehoe.de/2004-offener-sonntag-april/>



Projekt 15: Positionierung der Stadt in der Gesundheitsregion Oberfranken und Sicherung des Krankenhausstandortes durch Spezialisierungen und Ausbau der Einrichtungen

Stärkung des dritten Aspektes des Slogans „Tradition – Fortschritt – Wohlgefühl“, Sicherung des Krankenhausstandortes Kemnath, Verbesserung der Facharztversorgung durch ein Ärztehaus, Aufbau eines Profils als Gesundheitsstandort z.B. im Bereich Orthopädie oder Neurodermitis

KURZBESCHREIBUNG:

Der Krankenhausstandort Kemnath schnitt bei der aktuell abgelaufenen Überprüfung der Standorte in der nördlichen Oberpfalz gut ab. Für die nächsten Jahre wird der Standort unter anderem auch auf Grund des **guten Rufes im Bereich Orthopädie** erhalten bleiben. So sollte zusammen mit den am Krankenhaus tätigen Orthopäden die Möglichkeiten für einen stärkeren Ausbau dieser Spezialisierung durch ergänzende Angebote diskutiert werden. Aktuell wird in Kemnath operiert und die Nachversorgung erfolgt am Heimatort des Patienten oder in spezialisierten Reha-Einrichtungen in ganz Deutschland. Das Interesse der Ärzte vorausgesetzt, böte sich zusammen mit einem Hotelier, Krankengymnasten und Fitness-Trainern der **Aufbau eines spezialisierten Reha-Hauses im Umfeld des Krankenhauses** an. Verschiedene nötige Übungseinrichtungen könnten evtl. in dem Erholungsbereich am Stadtweiher integriert werden.

Ein weiterer oder **anderer Ansatz zur Profilierung** der Stadt als Gesundheitsregion könnte eine noch wenig verbreitete Behandlungsmethode von Neurodermits-Erkrankten sein. Die Zahl der von **Allergien betroffenen Menschen** in Deutschland steigt u.a. durch Umwelteinflüsse und Stress. So wird aktuell eine neue Behandlungsform für Neurodermitis-Patienten in Gesundheitsmagazinen im TV oder auf verschiedenen Internetseiten und -foren⁷⁵ diskutiert, die **Behandlung mit sog. Doktorfischen**. Typisch für die Neurodermitis ist der quälende Juckreiz, dem zuerst mit Streichen und dann mit Kratzen begegnet wird. Der Juckreiz wird dadurch jedoch nur kurzfristig gelindert. Es wird gekratzt, bis die oberste Hautschicht (Hornschicht) aufgescheuert ist, kleine Blutgefäße werden dabei verletzt. Zum physischen Leiden kommt bei vielen Neurodermitikern noch psychischer Stress hinzu. Eine **ungewöhnliche Hautbehandlung**, der sich schon seit Jahrhunderten die Menschen im anatolischen Hochland in der Region Kangal unterziehen, **versucht nun langsam auch in Deutschland Fuß zu fassen**. Die Behandlung mit den sogenannten Kangal-Fischen (zur Familie der Karpfenfische gehörend). Aus Mangel an eiweißreichem Plankton in den warmen Thermalbächen waren die Tiere gezwungen, auf andere Eiweißquellen auszuweichen. Sie fanden sie in den Hautschuppen der Menschen. Über Jahrhunderte hinweg konnte beobachtet werden, dass es bei den Menschen, die unter Hautkrankheiten litten, zu Abheilungsprozessen kam, nachdem die



⁷⁵ z.B. ServiceZeitGesundheit im WDR Sendung vom 19. August 2002, http://www.medis-tv.de/themen/neu_0402.htm, http://www.wdr.de/tv/service/gesundheit/inhalt/20020819/b_2.phtml,

Fische sie von ihren Hautschuppen befreit hatten. Untersuchungen ergaben, dass die Fische eine geringe Dosis dithranol- und enzymhaltige Sekrete in die Unterhaut injizieren, wenn sie an der Haut knabbern. Dithranol wird in der Schulmedizin zur Behandlung der Schuppenflechte eingesetzt und verhindert die zu rasche Erneuerung der Haut.

In der deutschen Schulmedizin ist der Einsatz der Fisch-Therapie zur Behandlung der Neurodermitis oder der Schuppenflechte noch nicht anerkannt und **die meisten gesetzlichen Krankenkassen zahlen die Fisch-Therapie nicht**. So gibt es in Deutschland viele Betroffene, die eine Therapie auf eigene Faust machen. Patienten kaufen sich Fische selber und führen die Therapie in der häuslichen Wanne durch. Aber auch **einige wenige Kliniken oder kleine Sanatorien** bieten nach und nach Therapien an. Die Entwicklung eines solchen Angebots könnte **für Kemnath eine Profilierungsmöglichkeit als Gesundheitsstandort** sein.

Der guten Krankenhausversorgung in Kemnath gegenübersteht die von den Bürgern häufig bemängelte **Versorgung durch Fachärzte**. Im Rahmen des Leerstandmanagements (Projekt 6) werden eventuell auch für **Praxisräume** geeignete Gebäude gefunden. Diese sollten gezielt in den Fachblättern der Ärzteschaft angeboten werden. Aber auch der Umbau oder die Errichtung eines Gebäudekomplexes als **Ärztehaus** gilt es ins Auge zu fassen. Gerade „junge“ Ärzte suchen, um die Kosten für Verwaltung und auch bestimmter Medizintechnik zu reduzieren, nach Partnern bzw. nach geeigneten Räumen für **Gemeinschaftspraxen**. Der Standort für entsprechende Angebote sollte jedenfalls im Innenbereich von Kemnath liegen, denn hier ist zum einen eine gute Erreichbarkeit gegeben und zum anderen werden Arztbesuche gerne mit einem Einkauf oder Gastronomiebesuch gekoppelt, so dass dies auch zur Belebung der Innenstadt beiträgt. Hier würde sich beispielsweise auch das ehemalige Ponnath-Gelände an der Wunsiedler Straße anbieten oder die minder genutzten Flächen zwischen Krankenhaus und Stadtkern im Bereich Seeleite.

Bei einer Profilierung als Gesundheitsstandort ist eine Zusammenarbeit mit der benachbarten Leader+-Region „Wohlfühlregion Fichtelgebirge“ sinnvoll.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Verbesserung der ärztlichen Versorgung der Bürger im Kemnather Land,
- Absicherung für den Krankenhausstandort Kemnath,
- Profilierung als Gesundheitsregion,
- Einsatz aller Akteure aus der Region für die Region,
- Erweiterung der Zielgruppen im Fremdenverkehr,
- Imageförderung für die Stadt und das Krankenhaus,
- Schaffen und Sichern von Arbeitsplätzen im Sozial- und Dienstleistungsbereich,
- Umsatzsteigerung bei der Gastronomie und beim Handel.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Für alle drei Entwicklungsrichtungen – Spezialisierung im Bereich Orthopädie und Neurodermitis sowie Facharztversorgung – sind im Vorfeld die Bedarfe genau zu ermitteln, dar-



auf aufbauend müssen dann ggf. Konzeptionen erarbeitet und Mitstreiter sowie Standorte gesucht werden.

Ausgehend von der **Stadtverwaltung bzw. dem Regionalmanagement** „Kemnather Land“ sollte in einem ersten Schritt das Gespräch mit den **Krankenhausärzten** und der Krankenhausverwaltung gesucht werden, ob und wie eine Nachversorgung von Orthopädiepatienten in Kemnath realisiert werden könnte. Parallel sind auch Gespräche mit den **in der Region ansässigen Ärzten** und den **Kassenärztliche Vereinigungen** zu führen, in welchen Fachbereichen in der Region eine Unterversorgung an Fachärzten vorhanden ist bzw. sich aufgrund altersbedingter Aufgaben ergeben wird. Für die Idee der Neurodermitis-Klinik sind ausführliche **Recherchen** über die bereits vorhandenen Angebote und die **Akzeptanz der Behandlungsmethoden** bei den Kassen zu machen.

Je nach den Ergebnissen der Bestandsaufnahme sind dann für alle drei oder auch nur für eine der Entwicklungsrichtungen Konzepte mit entsprechenden kompetenten Beratern zu erarbeiten.

Kosten entstehen vorerst nur im geringen Umfang für die **Recherchen und die Erarbeitung einer Konzeption**. Sollte ein Ärztehaus, eine Reha-Einrichtung oder eine Neurodermitisklinik in Kemnath realisiert werden, ist zur weiteren Finanzierung und Planung die Gründung eines entsprechenden **Zweckverbandes** zu empfehlen.

REFERENZBEISPIEL:

Als Gesundheits- oder Wellnessregionen versuchen sich derzeit viele Naherholungs- und Urlaubsregionen sowie Heilbäder, ein weiteres Standbein aufzubauen. Bei einer klaren Profilierung, die **an den Stärken und Einrichtungen der Region** ansetzt, ist dies in der Regel angesichts des **Wellness-Trends** und der **demographischen Entwicklung** häufig auch recht erfolgreich.

Zu Reha-Einrichtungen:

Eine Orientierung oder auch ein Kooperationspartner könnte das Unternehmen MEDICAL PARK AG sein. Diese Gruppe bietet Patienten in sieben anerkannten Rehabilitationskliniken der Fachbereiche Orthopädie, Rheumatologie, Traumatologie und Sportmedizin sowie Neurologie, Innere Medizin, Kardiologie, Naturheilverfahren und einem ambulanten Center in München medizinische Kompetenz für eine erfolgreiche Genesung. Neben sechs Standorten in Südbayern hat die Gruppe seit kurzem einen Standort in Oberfranken,



den **MEDICAL PARK BAD RODACH**, eine anerkannte Rehabilitationsklinik der Fachbereiche Orthopädie / Rheumatologie sowie Neurologie / Innere Medizin. Mit modernster Medizintechnik erfolgt hier Diagnostik, Therapie, Pflege, Rehabilitation und Prävention bei orthopädischen und neurologischen Patienten.

(http://www.medicalpark.de/de/main/medical_park_bad_rodach.htm)

Falls die MEDICAL PARK AG eine weitere Standortentwicklung im nordbayerischen Raum in Betracht zieht, könnte Kemnath sich hier ins Gespräch bringen.

Zur Doktorfisch-Therapie:

Die Behandlungsmethode ist in Deutschland noch selten. **Informationen zu den Themen Neurodermitis und Doktorfischtherapie** gibt es bei Therapiezentrum Reeder in den Evangelischen Kliniken Gelsenkirchen (www.reeder.de/therapie001.html), Deutscher Neurodermitis Bund e.V. (www.dnb-ev.de) Bundesverband Neurodermitiskranker in Deutschland e.V. (www.neurodermitis.net) oder Deutscher Psoriasis Bund e.V. (www.psoriasisbund.de).

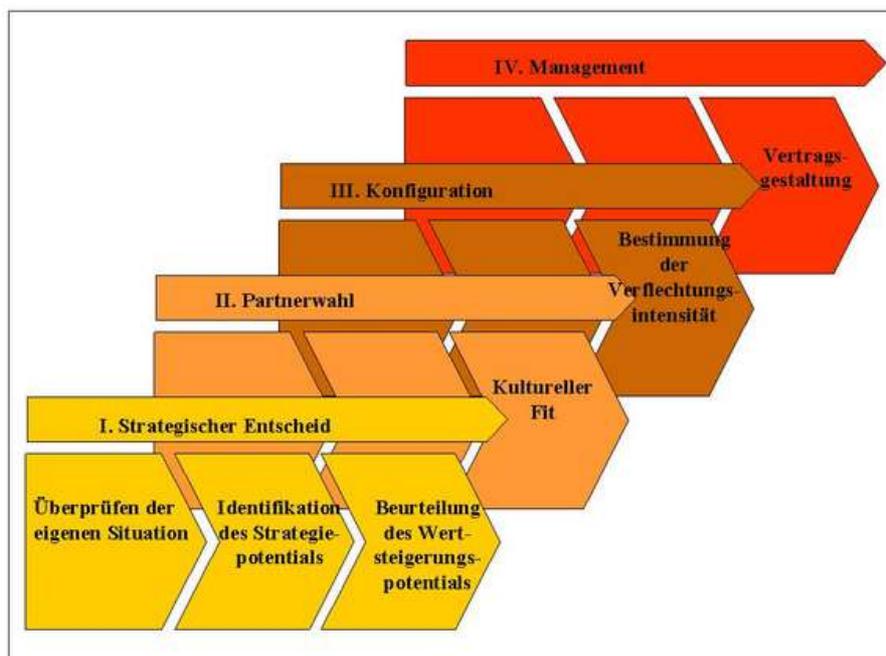
Eine erste Recherche von Gutachterseite brachte **bislang wenige Umsetzungsbeispiele** hervor: Als erste deutsche Klinik stationär bietet die **Erlenbach Klinik**, Bad Mergentheim, eine 28-tägige Therapie mit Garra-Rufa-Fischen an. Seit Dezember 2002 gibt es ferner einen kleinen spezialisierten Anbieter im Odenwald. Der Inhaber und Geschäftsführer des Hauses, Herr Gutekunst, welcher selbst seit 16 Jahren an Psoriasis / Schuppenflechte leidet, unterzog sich mit großem Erfolg der Garra-Rufa-Fisch-Therapie. Er ist bis heute erscheinungs- und beschwerdefrei. Diese Erfolge werden auch von allen bis jetzt behandelten Patienten bestätigt. Im Hinblick auf die Auswertung der bisherigen Behandlungsergebnisse läuft eine wissenschaftliche Studienplanung in Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl für Naturheilverfahren der Charité Berlin, Herrn Dr. med. Dr. rer. nat. Bernhard Uehleke und einem Institut der Universität Würzburg (www.gutekunst-sanatorien.de).

Zu Ärztehäusern:

Gibt man das Stichwort Ärztehaus bei einer Internetsuchmaschine ein, so ergibt sich eine große Zahl an Beispielen.

Besonders hilfreich erscheint ein Beratungsangebot für Fragen zu den Themen Praxisnetze, Apparate- und Praxisgemeinschaften, Gemeinschaftspraxen, Ärztehäuser, Medizinische Versorgungszentren und Integrierte Versorgungszentren. Hier werden die Vor- und Nachteile eines Zusammenschluss dargelegt und auf Stolpersteine auf dem Weg zu Praxisgemeinschaften hingewiesen.

(http://www.praxisinfodienst.de/gsb/Beratungsangebot__Kooperatione.299.0.html).



Quelle: GSB GmbH
Hamburg 11.05.2004

Projekt 16: Belebung des Stadtkerns vor und nach Feierabend durch gemeinsame Aktionen und Märkte sowie Verbesserungen bzgl. Aufenthaltsqualität am Stadtplatz und des historischen Flairs zur Stärkung der „Einkaufsmeile“

Entwicklung und Veranstaltung von Aktionen zur Belebung des Stadtkerns, Leben in den Stadtkern bringen, Hervorheben des historischen Potenzials, Förderung der Erlebnis- und Aufenthaltsqualität der Innenstadt (s. a. Impulsprojekt 4 und 5, sowie Kap. VIII 4.)

KURZBESCHREIBUNG:

Neben einem gut sortierten und attraktiven Angebot der Einzelhandelsbetriebe gewinnt die zusätzliche **Belebung innerstädtischer Flächen** und die Schaffung von Attraktionen vermehrt an Bedeutung. Der historische Stadtplatz von Kemnath weist ein hohes Potenzial für Erlebnisse und Emotionen auf und wird auch bereits mit einigen Events zum Identifikationspunkt des städtischen Lebens im Kemnather Land. Es sollten darüber hinaus Veranstaltungen entwickelt werden, die dazu beitragen können, den Stadtkern über den Geschäftsschluss hinaus zu beleben. Die Aktionen der Händler zur Kundenbindung (Projekt 14) und die bestehenden Events sind in ein **Veranstaltungskonzept über das gesamte Jahr hinweg** zu verteilen und eventuell zu ergänzen. Mit dem Bürgerfest und der Oldtimer-Rallye gibt es in Kemnath bislang zwei jährlich wiederkehrende Veranstaltungen, die viele Besucher anziehen. Das Fischerfest muss sich hingegen noch etablieren.

Ergänzungen könnten z.B. **Märkte** sein, verschiedene Themenmärkte wie auch die im KEMNATH-InitiAktiv Team angedachte verbesserte „Kemnather Weihnacht“ oder die bereits stattfindenden „Markttag“ im Frühjahr, Sommer und Herbst sind ausgewogen über das Jahr zu verteilen. Ein regelmäßig stattfindender Bauernmarkt wurde mangels Interesse von Kunden wie Anbietern wieder eingestellt, hingegen findet ein kleiner Wochenmarkt mit wenigen Ständen am Stadtplatz statt. Gerade der historische **Stadtplatz** böte für Bauernmärkte, (Kunst-)Handwerkermärkte o.ä. einen **ansprechenden Rahmen**. Aber auch die Wirtschaftsstruktur der Stadt und der Region bietet einen guten Ansatzpunkt. Zusammen mit den Firmen Ponnath und der Käserei Bayreuth sowie den Teich- und Landwirten aus der Region könnten man einen „Kemnather Spezialitätenmarkt“ veranstalten. **Märkte** im Bewusstsein der Öffentlichkeit haben einen **hohen Stellenwert** für eine **erlebnisorientierte Innenstadt** insbesondere dann, wenn im Rahmen eines solchen Marktes z.B. ein Wettbewerb für Marktschreier ausgelobt oder ein Thema inszeniert wird. Gut frequentiert sind i.d.R. auch Flohmärkte, bei denen Privatpersonen etwa am Stadtplatz gebrauchte Dinge anbieten. Auf **kleineren Flohmärkten** bieten derzeit die Vereine unregelmäßig gebrauchte Waren an, mehr Anziehungskraft hätte hier eine **gemeinsame größere Veranstaltung**. Der Organisationsaufwand für einen Flohmarkt ist relativ gering, es geht in erster Linie darum, die Stellplätze zur Verfügung zu stellen, zu ordnen und zu vermieten. Parallel zu einem Flohmarkt in der Innenstadt könnten die Geschäfte ebenfalls ihre Restbestände aussortieren und als Sonderangebote an Ständen oder Tischen vor den Geschäften anbieten. Jedoch ist gerade bei Flohmärkten darauf zu achten, dass nicht die professionellen Händler mit billiger Neuware die Erscheinung des Marktes dominieren. Neben Märkten sind auch **Sport- und Kulturveranstaltungen** Magneten für Gäste aus der gesamten Region. Eine vielversprechende Idee, die darüber hinaus auch noch die kulturellen Besonderheiten für Viele erschließt, ist insbesondere in **Städten mit histori-**



schem Potenzial die Veranstaltung von sog. „Tagen des Denkmals“ oder „Museumsnächten“. An solchen Tagen erhalten interessierte Besucher in diesen Einrichtungen kostenlos Zutritt oder es werden Räume geöffnet, die normalerweise nicht für die Öffentlichkeit zugänglich sind. Auch in kleineren Städten lassen sich Objekte für eine Art „Museumsnacht“ finden oder es besteht die Möglichkeit, eine regionale Aktion daraus zu machen. Auch der Stadtweiher stellt gerade für kulturelle Veranstaltungen bereits in seiner jetzigen Form eine gute Plattform dar. Eine Weiterentwicklung dieses Standortes und mögliche Veranstaltungen in diesem Bereich werden im Projekt 19 noch genauer angesprochen. Im **Sportbereich** bieten sich v.a. Breitensportarten an (s. Vielzahl der Lauf- und Radveranstaltungen). Aber auch Ansätze, die sich an regional bekannte Sportlern oder an in der Region aktive Vereinen knüpfen, sind Publikumsrennen und lassen sich i.d.R. gut organisieren.

Wichtig sind aber v.a. auch **Verbesserungen bei der Aufenthaltsqualität** im Stadtkern **für alle Tage**. Ein wichtiger Aspekt der Aufenthaltsqualität ist das Erscheinungsbild, das in erster Linie durch die Gestaltung der Ladenfronten und Schaufenster geprägt wird (s. auch Impulsprojekt 4 „Kemnather Gestaltungsfibel“ und Impulsprojekt 5 „Fassadenwettbewerb“). Neben den Fassaden und dem Gesamterscheinungsbild sind v.a. die Schaufenster ein Anziehungspunkt. Hierfür könnten Einzelhändlern in einem Workshop professionelle Gedanken zur **Schaufenstergestaltung** vermittelt werden, und daran könnte anschließend ein gemeinsames Konzept für die gesamte Innenstadt erarbeitet werden. So wäre etwa eine themenbezogene Gestaltung der Schaufenster über das ganze Jahr hinweg (und nicht nur zur Weihnachtszeit) anzuregen. Um auch weniger kooperationsbereite Händler zur Mitarbeit zu motivieren, könnte in Zusammenarbeit mit der Stadt oder einer Zeitung mittels einer Prämierung ein Anreizsystem für die Händler geschaffen werden.

Wichtige Elemente zur Gestaltung einer attraktiven Innenstadt sind darüber hinaus Licht, Wasser und Grün. Da man in Kemnath das Leitbild „Arbeiten im Grünen“ - „Steinerne Stadt“ – „Wohnen im Grünen“ verfolgen will und sich die Wasserflächen und -züge sowie die Grünzüge als eine Art Gürtel um den historischen Stadtkern schließen, sollte **in der historischen Innenstadt** v.a. **Licht als Gestaltungselement** genutzt werden. Mit einer **Lichtkonzeption** in Zusammenhang mit den bereits in Projekt 14 angesprochenen Beleuchtungszeiten der Schaufenster kann die Struktur der Altstadt besser erschlossen werden. Erst durch entsprechende Lichtreflexe wirkt eine Innenstadt bei Einbruch der Dunkelheit ansprechend. So könnten am Stadtplatz von Kemnath bei Einbruch der Dunkelheit durch die Gestaltung von Erlebnis- und Ruhezone durch Licht, Lichtinszenierungen an historischen Gebäuden, Kirchen, Brunnen aber auch in einzelnen Straßen gute Effekte erzielt werden. Ferner bedeutet Licht auch Sicherheit bzw. erhöht das Sicherheitsempfinden der Bürger gerade in engen Straßenzügen.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Belebung des Stadtkerns mit Events (die v.a. historische Aspekte herausstellen),
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität und des Sicherheitsempfindens,
- gegenseitige Anregung der Händler bei Aktionen mitzumachen,
- Einsatz aller Akteure aus der Region für die Region,



- Erhöhung der Kaufkraftbindung und Erweiterung des Kundenpotenzials,
- Imageförderung für die Stadt und ihre Händler,
- Herausarbeiten des Images als historisch bedeutende, aber moderne Stadt,
- Schaffen von Identifikationspunkten,
- Förderung des Zusammengehörigkeitsgefühls,
- Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Stadt Kemnath und des „Kemnather Landes“.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Alle Akteure sollten hier gemeinsam aktiv werden. Laufende Veranstaltungen und neue Ideen sind aufeinander abzustimmen. Die Abstimmung und Konzeption weiterer Veranstaltungen sind mit viel Engagement von den **KEMNATH-InitiAktiv Teams** und **der Stadtverwaltung** ohne große Kosten selbst zu verwirklichen. Die Veranstaltung und die dadurch entstehenden Kosten für weitere Aktionen mit v.a. historischem Bezug zur Belebung der Altstadt sollten die Stadt und /oder **Vereine** übernehmen.

Die Kosten sind sehr von der Art der einzelnen Ideen abhängig, jedoch sollte es gut möglich sein, **Sponsoren** aus der Region bzw. bei Sportveranstaltungen auch darüber hinaus bei z.B. Sportkleidungsherstellern o.ä. zu finden. Auch ist die regionale Zeitung für bestimmte Aktionen sicherlich zu gewinnen. Die Finanzierung der verschiedenen **baulichen Maßnahmen** liegt bei dem **jeweiligen Eigentümer** und bei Infrastrukturmaßnahmen wie z.B. Lichtinstallationen bei der Stadt. Innerhalb des Sanierungsgebietes sind hier jedoch Mittel der Städtebauförderung zu aktivieren. Viele kleinere Maßnahmen müssten sich, einmal angeschoben, selbst tragen und das Engagement für die Stadt zählt.

Das Projekt hat **hohe Priorität**, da im Jahr 2008 (**1000 Jahre Kemnath**) sich einiges bereits etabliert haben sollte bzw. die neuen High-lights dann gestartet werden sollten. Die Werbung darf gerade bei diesem Projekt nicht vernachlässigt werden.

REFERENZBEISPIEL:

Insbesondere in Mittelstädten sind verschiedene Aktionen zur Attraktivitätssteigerung des Stadtkerns beispielhaft und können in kleinerem Maßstab auch auf Kemnath übertragen werden. So wurde z.B. in der Bayreuther Innenstadt 1997 auf Initiative des „Nordbayerischen Kuriers“ ein Wettbewerb zur **Schaufenstergestaltung** durchgeführt. Die Schaufenster sollten mit mehreren Ausgaben des „Kuriers“ gestaltet werden, die originellste Idee wurde von den Zeitungslesern gewählt und prämiert. Neben der attraktiven und ideenreichen Gestaltung der Schaufenster hatte die Aktion für die Händler durch die begleitende Presseberichterstattung einen kostenlosen Werbeeffekt.

Orientierungsbeispiele für **Beleuchtungskonzepte** findet man v.a. in französischen Städten wie Lyon und Bordeaux. Solche Lichtkonzepte gehen über die Beleuchtung von Baudenkmälern hinaus, sie dienen v.a. dazu, den Raum in Erlebnis- und Ruhebereiche zu gliedern. Ein näher gelegenes Beispiel stellt die Zusammenarbeit der Stadt und der FH-Coburg dar. Studentische Projektgruppen entwickelten hier für die anstehende Marktplatzumgestaltung verschiedene Lichtkonzepte.





Da die Themen für **Aktionen und Märkte** so vielfältig sind, ist es schwer möglich, hier einzelne Veranstaltungen beispielhaft vorzustellen. Jedoch lässt sich festhalten, dass sich v.a. an den Besonderheiten der Stadt und Region ausgerichtete Veranstaltungen bzw. Veranstaltungen, die alternative oder fremde Kulturen den Menschen näher bringen, bewährt haben. Zu nennen sind als Beispiel für Kemnath v.a. Ansätze die **Historisches** aufgreifen, wie der Weltkulturerbeauf in Bamberg sowie mittelalterliche Märkte bzw. Stadtfeste in Coburg oder Seßlach (Lkr. Coburg).



Ein Beispiel, dass die Idee der Museumsnacht aus den Großstädten auch im ländlichen Raum funktionieren kann, ist die „**1. Museumsnacht der Initiative Rodachtal, 2004**“ im Landkreis Coburg. Fünf historische Gebäude und Museen öffneten an einem Samstagabend im Frühjahr ihre Pforten und boten z.T. noch Rahmenprogramm (z.B. Wildschwein am Spieß im Jagd- und Fischereimuseum Schloss Tambach, Blues im Stadtmuseum von Seßlach). Die Aktion kam bei der Bevölkerung so gut an, dass bereits nach zwei Stunden die Verpflegung sich dem Ende zu neigte bzw. Nachschub besorgt werden musste. Auch der eingerichtete Shuttle-Bus-Service wurde sehr gut angenommen und war überlastet.



1. Regionale Museumsnacht

Historie und Kunst bei Nacht erleben

Samstag, 27. März 2004
17:00 - 24:00 Uhr

Schloss Callenberg
Veste Heldburg
Schloss Rosenau
Heimattmuseum Seßlach
Jagd- und Fischereimuseum
Schloss Tambach



Schirmherrschaft:
Coburg
Landrat Karl Zeiler
Hildburghausen
Landrat Thomas Müller



Initiative Rodachtal e.V.
Heidburger Unterland - Coburger Raum
Markt 13, 98663 Immenstadt
Telefon 036871/20317
Fax 036871/20318
post@initiative-rodachtal.de
www.initiative-rodachtal.de

Tourismus & Congress Service
Coburg
Herrngasse 4, 98450 Coburg
Telefon 09361/7418-0
Fax 09361/741829
info@coburg-tourist.de
www.coburg-tourist.de

Projekt 17: Aufwertung der Durchgänge und Verbindungen vom Stadtplatz zu den Weihern

Herstellen von realen und mentalen Verbindungen zwischen wichtigen (Einkaufs-)Polen der Stadt, Beleben von bestehenden Wegbeziehungen innerhalb der Innenstadt, Aufzeigen und Beheben von Lücken im Wegesystem
(s. a. Impulsprojekt 4 und 5, sowie Kap. VIII 4.)

KURZBESCHREIBUNG:

Eine moderne Angebotsstruktur im Einzelhandel verlangt auch in Kemnath nach Flächen, die kleinteilige Baustruktur kann in historischen Innenstädten diesem Anspruch häufig nicht gerecht werden. So entwickelte sich **neben der historischen Einkaufslage am Stadtplatz das „Subzentrum“ des Handels im Gewerbegebiet Kemnath-West**. Im Sinne des vorliegenden SEEK sollten sich nun weitere Entwicklungen im Einzelhandel zwar auf die Innenstadt - aber bedingt durch die städtebaulichen Voraussetzungen - nicht allein auf den Stadtplatz beschränken (s. Projekt 13). Vorhandene Einkaufsschwerpunkte und der geplante Einzelhandels- und Freizeitbereich am Stadtweiher bzw. auf dem Gelände des ehemaligen Brauhauses Kemnath sowie die Wohnschwerpunkte in Kemnath sind „näher“ zueinander zu bringen.

Wenn - wie angedacht - sich die verschiedenen Einkaufsbereiche hinsichtlich der Branchenstruktur gut ergänzen, entspricht dies dem modernen Einkaufsverhalten. Ist ferner eine **gute gegenseitige Erreichbarkeit aller Standorte** gewährleistet, fördert dies Kopplungsbesuche von verschiedenen Einkaufslagen. Zwar werden z.B. in Kemnath Baumarktkunden aus der Bayreuther Straße selten noch Kopplungstätigkeiten in der Innenstadt nachgehen, aber dennoch sollten die Besucher der verschiedenen, großflächigen Einrichtungen im Gewerbegebiet **stärker auf die Einkaufsstadt Kemnath als Ganzes aufmerksam gemacht werden**. Sie müssen mit attraktiven Verknüpfungen dafür gewonnen werden.

Es sind grundsätzlich verschiedene Arten oder Formen von Verknüpfungen zwischen zwei räumlich getrennten Standorten möglich. Diese lassen sich vereinfacht bezüglich der verwendeten „Technik“ in die folgenden Ansätze untergliedern:

Verkehrstechnische Verknüpfungsmöglichkeiten: Maßnahmen, die auf Verkehrsmittel in irgendeiner Art und Weise angewiesen sind, wie z.B. Buslinien, Zufahrtsstraßen, schienegebundene Verkehrsträger aber auch Radwege;

Bauliche Verknüpfungsmöglichkeiten: Maßnahmen, die baulichen Charakter haben und nicht zu den verkehrlichen Maßnahmen zu rechnen sind. Hierzu zählen beispielsweise Gebäude oder eine bauliche Umgestaltung von Straßenzügen als Verbindungsstrecke;

Kulturelle bzw. freizeitorientierte Verknüpfungsmöglichkeiten: Maßnahmen, die zu den kulturellen oder freizeitorientierten Veranstaltungen zu rechnen sind oder entsprechend genutzte Wegstrecken;

Informationsbezogene Verknüpfungsmöglichkeiten: Maßnahmen, die mittels Information, wie Informationsstände, Informationstafeln o.ä. arbeiten;

Organisatorische Verknüpfungsmöglichkeiten: Maßnahmen, die die Gründung einer organisatorischen Einheit oder sonstige Arten der Kooperation zwischen mindestens zwei Parteien beinhalten;



In Kemnath spielen die verkehrstechnischen Wege und baulichen Verknüpfungen, abgesehen von einigen **Lückenschlüssen** (s. hierzu Rahmenplan Kap. VIII 4) eine nachgeordnete Rolle. Wichtig sind v.a. die „weichen“ Arten der Verknüpfung. **Wege** zwischen verschiedenen Standorten werden als **kürzer empfunden und besser angenommen**, bieten sie Abwechslung in den Baustruktur, schöne Sichtbeziehungen und interessante Punkte, die zum kurzen Verweilen einladen. Ferner können so Besucher auch **in Stadtteile gelenkt** werden, die Interessantes bieten, aber abseits der Hauptverbindungsstrecken liegen. So sollte in Kemnath v.a. über die Möglichkeiten einer Verknüpfung aus den Bereichen **Freizeit und Kultur** im Detail nachgedacht werden. Thematische Ansatzpunkte könnten sich in der **Historie**, bzgl. dem Lebensraum **Wasser** usw. finden lassen. Auch informationsbezogene und organisatorische Maßnahmen bieten sich an, sie wurden z.T. schon bei den Projekten bzgl. der Informations-Punkte (Projekte 3 und 4), des Stadt-/Regionalmanagers (Projekt 2) oder der Kundenkarte (Projekt 14) angesprochen.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Belebung des Stadtkerns und der angrenzenden Bereiche durch attraktive Wege,
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität und des Sicherheitsempfindens,
- Imageförderung für die Stadt und ihre Händler,
- Herausarbeiten des Images als historisch bedeutende, aber moderne Stadt,
- Erlebbarmachen von Kultur, Historie und Wasser,
- Schaffen von Identifikationspunkten und neuen Wegbeziehungen,
- Förderung des Zusammengehörigkeitsgefühls,
- Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Stadt Kemnath,
- Erweiterung des kulturellen und touristischen Angebotes in der Stadt.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

In Kemnath bieten sich viele thematische Ansatzpunkte für Verknüpfungen sowohl angesichts der vorhandenen natürlichen Gegebenheiten als auch im kulturellen Bereich an. Die **KEMNATH-InitiAktiv Teams 2, 5 und 7** (Kultur/Vereine, Kinder/Jugend/Sport/Freizeit und Umwelt/Naturschutz) sollten hier gemeinsam verschiedene Ideen ausarbeiten. Z.B. könnte der bereits **angedachte Geschichtspfad** von der ursprünglichen Ansiedlung nordwestlich der Stadt bis hin zu Stadtplatz weitergeführt werden vorbei am alten Rathaus/Bücherei zum Stadtweiher. Hier könnte sich ein neues Thema – das **Wasser** – für eine Verbindung v.a. in Ost-West-Richtung anbieten. Gerade das Thema Wasser bietet **sowohl interessante geschichtliche Informationspunkte als auch Freizeitaspekte**. Eine Überquerung des Stadtweihers bzw. der verschiedenen Flussläufe mittels einer kleinen muskelkraftbetriebenen Fähre ist denkbar oder ein **Barfuss-Pfad**. Gerade die Idee des Barfuss-Pfades würde in Kemnath auch gut zu den Überlegungen des Projektes 15 – der **Gesundheitsorientierung** passen. Auf dem neu eingerichteten Barfuss-Pfad werden die Füße durch starke und schwache Reize – wie bei einer Fußreflexzonenmassage – stimuliert. Barfusslaufen kräftigt die Muskeln und Gelenke, fördert die Durchblutung, regt das Herz-Kreislaufsystem an und stärkt das Immunsystem. Orthopäden empfehlen ihren Patienten das Barfusslaufen, weil sie damit ihre Füße bewegen und trainieren.



In das **Wegekonzept** einzubinden ist auch der bereits bestehende Geologische Lehrpfad, der dem Wanderer die einzigartige Entstehungsgeschichte des Kemnather Landes näher bringt.

Von der grundsätzlichen Konzeption eines **Kultur- oder naturkundlichen Weges** her betrachtet geht es darum, einen durchgehenden Weg oder Pfad zu schaffen, der mit Hilfe von zahlreichen Informationstafeln den Spaziergänger oder Wanderer über irgendwelche lokalen Besonderheiten informiert. Die Schaffung eines Freizeitpfades setzt hingegen v.a. auch auf verschiedene Aktivitätsmöglichkeiten entlang einer Verbindung.

Die Kosten für solche Verknüpfungsmöglichkeiten sind von den Inhalten und der Ausgestaltung mit Tafeln und/oder Aktionsmöglichkeiten abhängig. Reine kultur- oder naturkundliche Wege mit Infotafeln oder mit informativem Kartenmaterial sind **günstiger und schneller umzusetzen**, solche Wege sollten somit auch in Kemnath einfach umzusetzen sein. Die Finanzierung für bauliche Maßnahmen (Ankauf von Flächen für Wege, Wegebau und evtl. Brücken) ist eine Aufgabe der Stadt, Info-Tafeln und Werbematerial sind durch ein Sponsoring zu finanzieren. Bei einem **wasserbezogenen Projekt** sollte auch das Wasserwirtschaftsamt in die Planungen miteinbezogen werden. Hier könnten sich bei Renaturierung oder auch bei Erhaltung alter Wasserbauwerke (Mühlen o.ä.) auch Fördermöglichkeiten finden lassen.

Im Bereich Seeleite und Stadtweiher sind die Wege in ein Gesamtkonzept für die Grünzone einzupassen (s. auch Projekt 19). Der gesamte Bereich sollte Zonen der Ruhe und des Erlebnisses bzw. der Erholung und des Spiels widerspiegeln. Die Wege sind durch Magneten oder Veranstaltungsbühnen bei Festen an den Endpunkten oder auch dazwischen noch besser zu beleben.

V.a. sind die Wege auch in die Konzeptionen des Projektes 21 bzgl. der Rad- und Reitwege im ganzen Kemnather Land einzubinden.

REFERENZBEISPIEL:

Beispiele für „Kultur- bzw. Naturpfade“ sind, da meist weniger kostenaufwändig etwas vielfältiger. Zu nennen wären hier z.B.:

Planetenweg bei Kloster Banz: In der Nähe von Lichtenfels wurden mehrere Informationsstandorte eingerichtet, die über Strukturen und Besonderheiten bestimmter Planeten informieren. Die Entfernungen der einzelnen Informationstafeln voneinander hat man in diesem Fall abhängig von der Entfernung der Planeten untereinander festgelegt.

Stadtinformationsweg in Nürnberg: Durch die Nürnberger Innenstadt zieht sich seit neuestem ein Lehrpfad, der auf einzelnen Informationstafeln über die Nürnberger Stadtgeschichte informiert und sich damit thematisch an den lokalen Gegebenheiten und Strukturen orientiert.

Grubenweg bzw. Bergwerkspfad in Saarbrücken: Durch die Stadt Saarbrücken zieht sich ein Lehr- bzw. Informationspfad, der ebenfalls mit Hilfe von Informationstafeln über den die Stadt und die Region prägenden Bergbau der früheren Jahrzehnte informiert.

Ein Freizeitpfad wendet sich hingegen mit „**outdoor**“-Angeboten an **Jugendliche und Junggebliebene**. Entlang eines solchen thematischen Weges könnten beispielsweise



eine „Half-Pipe“ für Inline-Skater oder eine Kletterwand fürs „Free-Climbing“ angeboten werden.

Beispiele für **wasserbezogene Wege** wie Barfuss-Pfade oder Mühlenwege sind in Freizeitregionen häufig entlang von Flussläufen oder auch in Heilbädern zu finden. Bei den Mühlenwegen handelt es sich meist um Themen-Radwege wie z.B. der **Glems-Mühlenweg im Landkreis Ludwigsburg**, ein gut ausgeschilderter Rad- und Wanderweg mit einer Gesamtlänge von ca. 40 km vom Glemseck bei Leonberg bis nach Markgröningen-Unterriexingen. Entlang des Weges trifft man auf noch vorhandene und teilweise intakte Mühlen. An den 19 Mühlen entlang dem Weg sind Informations-Tafeln aufgestellt, die einen Einblick in die Mühlengeschichte des Glemstals vermitteln. http://www.landkreis-ludwigsburg.de/kreisgebiet/tourismus/radweg_glems.html. Weitere Beispiele für Mühlenwege wären der Mühlenweg Zedernhaus (<http://www.lungau.de/muehlenweg/frame.htm>) im Land Salzburg oder auch der Mühlenwanderweg an der Eger zwischen Bopfingen-Aufhausen (Württ.) und Nördlingen (Bayern) (www.ostalbkreis.de).



Barfuss-Pfade hingegen sind in der Regel kürzer und dienen dazu, mit nackten Füßen durch Sand, Kies, Torf und Mulch wandern zu können und dabei sinnliche und angenehme Erfahrungen zu sammeln. Es gibt hier öffentlich zugängliche oder auch einige, die gegen einen kleinen Opulus zum Erhalt der Infrastruktur begangen werden können. Kostenpflichtig ist z.B. einer der ersten Barfuss-Pfade in **Bad Sobernheim**, der aber auch viel Erlebnis bietet (http://www.bad-sobernheim.de/TA_Barfuss.htm). Zum Eingewöhnen geht es hier zunächst über Steine (Flußsteinweg) und weichen Rindenmulch. Danach gelangt man zur Lehmstrecke. Hier wurde das "Bad Sobernheimer Heilmittel", der Lehmschlamm, aufbereitet. Ein Erlebnis für die richtig Ausgerüsteten ist aber v.a. die Durchquerung einer Furt mit Hilfe eines stabilen Halteseils sowie die

Überquerung der Nahe als eigener Fährmann mit einem kleinen Boot. Weitere Beispiele sind der Barfuss-Wanderweg am Niederrhein der Stadt Neuss (www.tourentips.de/Seiten/Niederrhein/Tipps/barfuss.html) oder der Penzberger Barfuss-Erlebnispfad im Alpenvorland (www.penzberg.de/Erleben/sportfreizeit/barfusspfad).



Für organisatorische und informationsbezogene Verknüpfungsmöglichkeiten wurden bereits bei den Projekten 3 und 4 sowie Projekten 2 und 14 Beispiele angeführt.

Projekt 18: Förderung landwirtschaftlicher Direktvermarkter und Einrichtung einer Verkaufsstelle am Stadtplatz

Schaffen einer zentralen Verkaufsstelle für Produkte verschiedener Direktvermarkter des Kemnather Landes im Stadtkern, Verbreiterung der Angebotspalette bzw. Wecken weiteren Interesses bei Landwirten im Kemnather Land

KURZBESCHREIBUNG:

Das Thema Direktvermarktung wird bei vielen Landwirten in der nördlichen Oberpfalz noch als wenig bedeutende **Nische** betrachtet, daher sollte darauf hingearbeitet werden, dass sich die vorhandenen Anbieter stärker in die Initiativen des Landkreises (Tier direkt e.V.) einbringen bzw. weitere Mitstreiter dafür gewonnen werden. Verschiedene Aktionen sind denkbar, um die **Direktvermarktung von regionalen Produkten** zu fördern, wobei v.a. vorhandene Ansätze als Ausgangspunkte gesehen werden sollten.

Die Direktvermarktung regionaler Produkte führt dazu, dass durch die Ausschaltung des überregionalen Zwischenhandels höhere Anteile der Wertschöpfung in der Region verbleiben. Jedoch besteht in vielen Regionen das Problem, dass Direktvermarkter nur eine **begrenzte Angebotspalette** anbieten, die von Kunden i.d.R. weniger angenommen werden. Nahe Kemnath gibt es jedoch bereits einige gut funktionierende Ansätze der Direktvermarktung der Fam. Schuster (in der Eisersdorfer Mühle), beim Gast- und Landwirt Kormann und in Speichersdorf. **Bessere Werbung und auch ein zentraler Vermarktungsstandort** sollten dieses Engagement noch profitabler machen.

In Zusammenarbeit mit dem Landratsamt Tirschenreuth sollte über die **Herausbildung einer Dachmarke** des Landkreises oder der Teilregionen nachgedacht und dann über Verbesserungen in der Vermarktungskette entschieden werden. Um eine Vermarktung der Produkte zur Zufriedenheit der Kunden zu erreichen, muss eine reibungslose Logistikkette vom Produzenten zum Konsumenten garantiert werden. Hierfür könnte beispielsweise im Landkreis eine zentrale Logistikstelle für die Anlieferung, Lagerung und Verteilung der Produkte eingerichtet werden. Die zentrale Logistikstelle soll mit den Anbietern die jeweilige Angebotspalette optimieren, so dass **auf jedem Hof bzw. bei jedem Direktvermarkter ein breiteres Angebot** vorhanden ist, was den Ansprüchen der Kunden entgegenkommt.

Neben dem Verkauf direkt ab Hof sollte jedoch auch ein Geschäft am Kemnather Stadtplatz gefunden werden, in dem mittels eines „Shop in Shop“ Systems eine breite Palette von landwirtschaftlichen Direktvermarktungsprodukten angeboten wird, so dass den Kunden weitere Einkaufswege erspart bleiben. Weitere Verkaufsstellen in den Teilräumen des Kemnather Landes sind bei entsprechendem Erfolg zu suchen.

Das Angebot der Direktvermarktung sollte dabei nicht auf eine Zusammenarbeit der Landwirte untereinander und mit dem Handel beschränkt bleiben, sondern auch die **Gastronomen und Anbieter von Übernachtungsmöglichkeiten** im Kemnather Land in ein umfassendes Konzept



einbeziehen. Werbung und Zusatzservice wie Einkaufsführer und Regionale Speisekarten sollten die Direktvermarktung stützen. Auch Bäckereien und Mühlenbetreiber sind hier gut einzubinden wie die Idee für ein **Landkreisbrot** (<http://initiaktivkreis.lkr-tir.de/brot/brot.htm>) verdeutlicht. Das Forum „Ernährung“ des InitiAKTIVKreises Tirschenreuth hatte die Idee, aus heimischem Getreide, vor Ort gemahlen (in der Eisersdorfer Mühle) und gebacken, ein Brot zu kreieren. Die Idee wurde vom Landwirtschaftsamt Tirschenreuth aufgegriffen und mit den Beteiligten (Landwirte, Mühle, Bäcker) umgesetzt.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Bessere Vermarktung regionaler Produkte,
- Stärkung und Ausbau der Direktvermarktungshöfe,
- Einblick in die Vielfalt der landwirtschaftlichen Produktion,
- Ausweitung und Mehrung der in der Direktvermarktung angebotenen landwirtschaftlichen Produkte,
- Synergieeffekte zwischen Tourismus, Gastronomie, Landwirtschaft,
- Belebung und Angebotverbreitung am Stadtplatz.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Der Aufbau einer landkreisweiten bzw. für die Teilregion „Kemnather Land“ weiten Direktvermarktung liegt eigentlich im Aufgabenbereich des **Landratsamtes** Tirschenreuth und dem Verein „Tier direkt e.V.“ bzw. bei der Installation eines entsprechenden Regionalmanagements „Kemnather Land“ in dessen Zuständigkeit. Dennoch sollte die **Stadt Kemnath hier als Impulsgeber** fungieren und zur Belebung des Stadtplatzes einerseits sowie andererseits zu Förderung des Engagements vorhandener Direktvermarkter verbesserte Vermarktungsmöglichkeiten finden. Ein geeigneter Leerstand oder Räumlichkeiten am Stadtplatz bzw. ein Händler, der die Produkte aller Direktvermarkter im Kemnather Land mitverkauft, sollte gesucht und gefunden werden.

Da die Organisation v.a. überörtlich erfolgen sollte, sind die Kosten für die Stadt eher gering. In ihren Aufgabenbereich wurde evtl. das Herrichten und die günstige Vermietung einer Räumlichkeit fallen. Auch sollte sich die Stadt an der Werbung für Direktvermarktung beteiligen bzw. bei der Entwicklung von Zusatzleistungen (z.B. regionale Speisekarte) mitarbeiten.

REFERENZBEISPIEL:

Viel Engagement bei der Direktvermarktung findet man v.a. in Bayern und Österreich in Regionen, die nicht in landwirtschaftlichen Gunstlagen liegen. Ein gut funktionierendes **„Shop in Shop“ System zur regionaler Vermarktung von Bioprodukten gibt es etwa in Schlierbach**, Oberösterreich, welches im Rahmen der Ziel 5b- und LEADER Projekt-Förderung finanziert wurde. Im Sommer 1996 gründeten 110 Biobauern der Region Nationalpark Kalkalpen und des Alpenvorlandes den Bioverband Hofmarke KEG. Zweck der Initiative ist die regionale Vermarktung biologischer Lebensmittel in Nahversorgungsbetrieben zusätzlich zu der bereits gut etablierten Direktvermarktung über Ab-Hof-Verkauf und Bauernmarkt.



Dafür wurde eigens das „Shop in Shop“ System entwickelt: In **Lebensmittelfachgeschäften, Bäckereien und Fleischereien** sind Kühlvitrienen und Regalsysteme mit dem Hofmarke-Logo aufgestellt. Sie beinhalten ein **breites Sortiment biologischer Produkte**, wie es sonst in seinem Umfang nur von großen Handelsketten angeboten werden könnte. Der Vertrieb der Produkte wird von der Hofmarke übernommen, so dass Bestellung, Lagerung, Fakturierung und Auslieferung über die **Zentrale in Schlierbach** erfolgt, wo es gemeinschaftliche Lager- und Kühlräume gibt. Zentral geregelt ist auch die Öffentlichkeitsarbeit und die Mitgliederinformation, wodurch auch noch weitere Arbeitsplätze geschaffen wurden.



Im näheren Umfeld von Kemnath findet man viele beispielhafte Maßnahmen zur Förderung der Direktvermarktung, z.B. bei der **Regionalmanagement-Initiative „Rund um die Neubürg“** im Landkreis Bayreuth.



Nach dem Prinzip „Zutaten so nah wie möglich“ und dem Motto „Landfrisch auf den Wirtstisch“ bieten Gastwirte je nach jahreszeitlicher Verfügbarkeit auf einer besonders gestalteten Speisekarte individuelle Gerichte aus heimischen Produkten von Erzeugern aus der direkten Umgebung an. Die liefernden Direktvermarkter und Lebensmittelhandwerker werden auf der Speisekarte genannt.

Der Verein „Regionale Speisekarte e.V.“ besteht seit Mai 2001, die etwa 60 Mitglieder sind zumeist Gastronomen, Direktvermarkter und Lebensmittelhandwerker. Alle Beteiligten verpflichten sich zur Einhaltung gemeinsam festgelegter Herkunfts- und Qualitätskriterien.

Ein noch neues Projekt im Rahmen der Direktvermarktung ist der im Jahr 2002 gestartete Modellversuch zum „Gefüllten Kühlschrank“ in Waischenfeld. Über die Regionale Entwicklungsgesellschaft organisiert bieten Vermieter ihren Gästen an, den Kühlschrank der gebuchten Ferienwohnung mit regionalen Produkten von umliegenden Direktvermarktern zu füllen. Der Urlaubsgast wendet sich an seinen Vermieter und erhält von diesem ein Bestellformular mit Produkten von Direktvermarktern. Darin trägt der Gast die gewünschte Menge ein und schickt das Formular zurück. Am Anreisetag des Gastes sind die regionalen Spezialitäten im „Gefüllten Kühlschrank“.

1.4 Handlungsfeld Freizeit, Tourismus, Naherholung und Kultur

Die Stadt Kemnath ist zwar **nicht das touristische Zentrum** im Kemnather Land und auch das Kemnather Land ist als Urlaubsziel noch schwach positioniert. Es bietet aber als **Naherholungsraum** für Bürger aus der näheren und weiteren Umgebung sowie für Urlauber in den Regionen Fichtelgebirge, Oberpfälzerwald und Steinwald Einiges. Das **Potenzial von Kemnath als Freizeitstadt** soll durch die nachfolgenden Projekte noch besser in Wert gesetzt werden.

Insbesondere sollte das Image als **Stadt der Kultur** und als Veranstaltungsort wichtiger Events im Kemnather Land gestärkt werden. Damit werden u.a. auch die Anliegen der Projekte des übergeordneten Handlungsfeldes – Ausbau des Mittelpunktes und Stärkung des Zusammengehörigkeitsgefühls im Kemnather Land – verfolgt.

Nr.	Projektideen
19	Feste am Stadtweiher (Schlemmer-Fest, See-Fest mit Theater, Musikveranstaltungen, auch mit Partnerstädten) bis hin zum Bau einer See-Bühne (s. a. Impulsprojekt 2)
20	Aktivitäten im internationalen Netzwerk Passion mit gegenseitigen Besuchen und Lerneffekten
21	Auf- und Ausbau eines Rad- und Reitwegekonzeptes im Kemnather Land und Lückenschluss bei den Rad- und Fußwegen innerhalb der Stadt Kemnath (siehe Kap. VIII 4. Rahmenplan)
22	Erarbeitung einer Hotel- und Gastronomiekonzeption für Kemnath und das Kemnather Land
23	Aufbau eines sozialen Dienstleistungs- und Kulturzentrum und Zentrum „Generationsdialog im Kemnather Land“ auf den Flächen am Stadteingang Bayreuther Straße (neben Friedhof)

Projekt 19: Feste am Stadtweiher bis hin zum Bau einer See-Bühne (s. a. Impulsprojekt 2)

Nutzen des Potenzials Stadtweiher als Freizeit- und Erholungsraum, Entwicklung und Veranstaltung von Events wie z.B. Schlemmer-Fest, See-Fest mit Theater oder Musikveranstaltungen im Bereich Stadtweiher/Seeleite, Verbesserung der Infrastruktur am Stadtweiher für Veranstaltungen

KURZBESCHREIBUNG:

Will sich die Stadt Kemnath auch im **Freizeit- und Tourismus-Bereich stärker als der Mittelpunkt des Kemnather Landes** darstellen, müssen die vorhandenen Potenziale besser genutzt und vermarktet werden. Der Grünbereich von der Amberger Straße bis zur Seeleite mit dem Stadtweiher bietet sich als wichtiger Freizeit- und Erholungsanziehungspunkt an. **Zonen der Ruhe und des Erlebnisses bzw. der Erholung und des Spiels** könnten hier **über das ganze Jahr hinweg** zu Verweilen und Spazieren einladen (s. auch Wege des Projektes 16). Aber v.a. stellt der Stadtweiher mit der dahinterliegenden Stadt-Silhouette auch einen idealen Raum für **Events** dar.

Dieses mittelfristig angelegte Projekt zum Aufbau eines lebendigen Freizeitbereiches am Stadtweiher sollte **in mehreren Etappen** erreicht werden. Mit kleinen Möblierungen und neuen Wegen beginnend sollte das Ziel letztlich eine feste Bühne auf dem See und mit z.T. überdachtem Zuschauerareal sein. Auch bei den Veranstaltungen muss Schritt für Schritt vorgegangen werden, jedoch sollten am Stadtweiher häufiger im Jahr größere Veranstaltungen stattfinden. Laienspielgruppen, regionale Bands aber auch Profis sollten für eine Bühne am bzw. später idealerweise auf dem See zu gewinnen sein.

Wie schon bei den Projekten 14 und 16 angeklungen, sollten die Veranstaltungen aber v.a. an den **Besonderheiten der Stadt** ansetzen bzw. in das historische Ambiente passen. Das Spektrum der angesprochenen **Zielgruppen** sollte dabei sehr groß sein. Neben den bereits in Kemnath verankerten Passionsspielen, die das Theater und die Religion als Ansatzpunkte für weitere Aktionen bieten, sollten auch moderne und alternative Angebote für Junge und Junggebliebene konzipiert werden.

Auch Events, die an der Wirtschaftsstruktur und den **Leitbildern der wirtschaftlichen Entwicklung** ansetzen, sind denkbar, so könnte ein alljährlich stattfindendes Schlemmer-Fest am Stadtweiher ins Leben gerufen werden. Gastronomen der Region, Lebensmittelproduzenten vor Ort, Land- und Teichwirte laden Besucher aus der Region an einem Wochenende in Zusammenarbeit mit den Porzellanherstellern aus der Region und örtlichen Gärtnereien an reichlich geschmückten Tischen zu einem **kulinarischen Erlebnis** ein. Die **Events** werden sich zwar **v.a. auf den Sommer** konzentrieren, aber auch im **Winter** bei entsprechend dicker Eisdecke sind sportliche Events wie Eisstockschiessen o.ä. durchaus denkbar.

Neben den High-Lights sollte der Grünbereich um den Stadtweiher bis zur Seeleite auch an den **restlichen Tagen einen Anziehungspunkt** darstellen. Mit verschiedenen kleineren Projekten und baulichen Maßnahmen wie z.B. einem Barfuss-Pfad (s. Projekt 17) oder anderen **Gesundheitseinrichtungen** (z.B. Kneipp-Becken) könnte hier ein Zielpunkt sowohl für Bürger und Gäste wie auch für Patienten des nahen Krankenhauses und evtl. auch einer neuen Reha-Einrichtung (s. Projekt 15) geschaffen werden. Auch als Spielfläche für Groß und Klein mit entsprechenden **Spielgeräten** kann der Raum genutzt und



belebt werden. Auf jeden Fall sollte auch die Möglichkeit für gastronomische Angebote mit Bewirtung am See eingeplant werden.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Steigerung des Freizeit- und Erholungswertes der Stadt für Einheimische und Naherholer,
- Inwertsetzen der Potenziale Stadtweiher und Stadt-Silhouette,
- Erhalten und Beleben des Grün- und Wassergürtels zwischen Altstadt und Stadtumfahrung,
- Schaffen von Raum zum Stressabbau,
- Imagewerbung für die Stadt Kemnath als Sport- und Freizeitstadt,
- Förderung der Bewegung bei Kindern und Eltern,
- Ausbau des Angebotes für einheimische und auswärtige Familien,
- Angebotserweiterung für Naherholer und Urlauber,
- Attraktivitätssteigerung der Region.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Der Ausbau eines richtigen „Veranstaltungsraums Stadtweiher“ wird sicher nicht von heute auf morgen zu realisieren sein. So sollte hier zwar als erstes eine detaillierte Vision bzw. Grobplanung für den Bereich erarbeitet und schrittweise vorangegangen werden. Die Realisierung mittels kleinerer **Teilprojekte muss jedoch schnell begonnen** werden, so dass 2008 hier bereits ein attraktives Ausflugsziel bzw. ein Raum für Veranstaltungen zur 1000-Jahrfeier vorhanden ist.

Generell sollten hier **zwei Ziele parallel** in Angriff genommen werden: Erstens die Aufwertung des Raumes für alle Tage und zweitens die Entwicklung von Events für diesen Bereich.

Aufwertung des Raumes für alle Tage:

Die Aufwertung des Raumes u.a. ist mit der Funktion des Bereiches als verbindendes Element zwischen der Altstadt und dem geplanten Freizeit- und Einkaufsbereich auf dem Gelände des ehemaligen Brauhauses Kemnath (s. auch Projekte 13 und 17) eine der wichtigen, zukünftigen **Aufgaben der Stadt Kemnath** und wird alles in allem sicher das teuerste Projekt des Aktionsprogramms. Da eine endgültige Planung (z.B. ob mit oder ohne Seebühne, mit wie vielen neuen Brücken oder mit welchen Wegen) noch nicht steht, soll hier keine Kostenschätzung vorgenommen werden.

Jedoch gilt es festzuhalten, dass sowohl die **Realisierung** als auch die **Finanzierung schrittweise** erfolgen kann/muss. Einige Teilprojekte können auch über Eigenleistungen von Vereinen oder **Sponsoring** mitgetragen werden (z.B. Errichtung von Spielgeräten, Anlegen einer natürlichen Tribüne).

Als **erstes** und auch als ein Ganzes sollte eine Konzeption mit Bebauungs- und Grünplan für den gesamten Bereich erstellt werden. Dieser muss neben den festzulegenden Verbindungen zwischen der Altstadt und dem Grüngürtel v.a. auch klare Bereiche für Gastro-



nomie und andere Einrichtungen festschreiben, ggf. sind Flächen aufzukaufen, um insbesondere die Wege zwischen den Einkaufspolen zu verkürzen. Im **zweiten** Schritt sind dann Verbesserungen bei den Wegen entsprechend dem Plan vorzunehmen und kleine Anziehungspunkte zu schaffen. V.a. sollte ein Gastronom gefunden werden, der im Zusammenhang mit dem Projekt am Gelände des ehemaligen Brauhauses oder mit dem Bau eines Gastronomie-Pavillons am Stadtweiher für eine Belebung des Bereiches sorgt.

Entwicklung von Events:

Hier sind **alle Akteure** gefordert, **Ideen für Veranstaltungen am Stadtweiher** zu entwickeln. Für diese sind dann **Mitstreiter** zu suchen sowie **zu prüfen**, ob sie unter den aktuellen Bedingungen ohne Bühne schon umzusetzen sind und inwieweit sie in das Gesamtkonzept für den Bereich passen. Theateraufführungen von Laienspielgruppen, Konzerte von regionalen Bands sind ebenso wie Lesungen bei illuminiertem Stadtweiher schnell und ohne allzu hohe Kosten zu realisieren. **Einige Infrastruktur** sollte die Stadt aber auch für diese Aktionen **möglichst bald vorhalten** (z.B. Sanitäreanlagen, Naturtribüne bzw. Sitzmöglichkeiten).

Nach und nach sollte sich eine Art Veranstaltungsreihe daraus entwickeln und bei entsprechender Akzeptanz weitere Infrastruktur aufgebaut werden.

REFERENZBEISPIEL:

Aufwertung des Raumes für alle Tage:

Ein Beispiel dafür wie ein Grünzug zum Lebensraum für die Bewohner der benachbarten Wohngebiete werden kann, stellt die Umsetzung von Ideen rund um **Kunst und Spiel auf der Dilldorfer Höhe** im Süden von Essen dar. 22 Spielplätze, im Bebauungsplan als Quartierspielplätze geplant, wurden sowohl räumlich als auch von der Idee her miteinander verbunden. Im Sommer 2001 wurde ein Ideenwettbewerb für die Gestaltung bestimmter Flächen ausgelobt. Die Aufgabe war es, mit



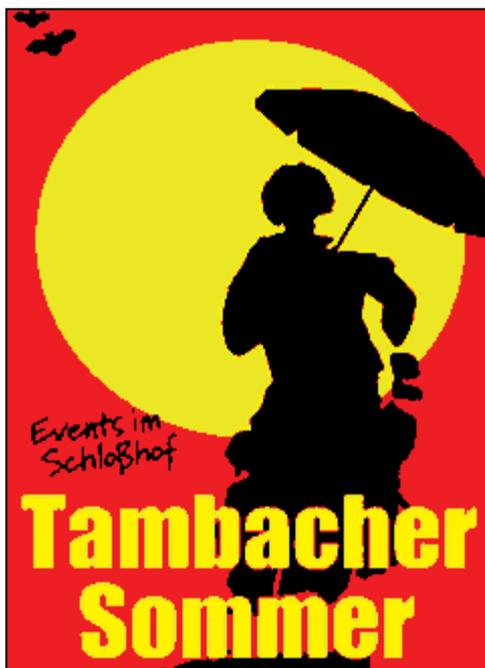
„Mitteln der Kunst“ Spielräume zu schaffen, die Informationen übersetzen, Rollenspiel und Fantasie stimulieren und die motorischen Fähigkeiten herausfordern. In einem großen Parkspielplatz und auf vier kleinen Spielplätzen wurden bislang viele der Entwürfe umgesetzt. Der Spielpark ist mit einer Fläche von 26.000 m² die Verbindung zwischen Wohnbebauung und der freien Landschaft. Er ist ein Treffpunkt für die Bewohner aus dem Umfeld und auch Ausflugsziel für alle Essener. Neben

dem Ideenwettbewerb wurde bei der Gestaltung auch viel Wert auf die Anwohnerbeteiligung gelegt.

Events:

Als Beispiel für Veranstaltungsreihen, die u.a. vom Ambiente ihres Umfeldes profitieren, sollen die **Open-Air-Reihe auf der Plassenburg in Kulmbach oder der Tambacher Sommer im Schlosshof von Schloss Tambach** vorgestellt werden.

Die Hohenzollernveste Plassenburg über der Stadt Kulmbach ist das ganze Jahr mit dem größten Zinnfigurenmuseum der Welt ein beliebtes Ausflugsziel. Im Sommer ist sie inzwischen etablierter Schauplatz für Serenaden, Feste und Ausstellungen. Der Schöne Hof, ein **Arkadenhof** mit dichtem Reliefdekor wird z.B. 2004 von Juli bis August neunmal **zum Konzert- bzw. Theatersaal**. Die Veranstaltungen sind sehr vielfältig, Klassikliebhaber mit



AIDA und Carmina Burana werden genauso angesprochen wie Freunde des Kabarets, der Volksmusik oder der modernen Musik. Die Interpreten sind bundes- ja weltbekannte aber auch regionale Künstler (Hubert von Goisern, Six Pack, Naabtal Duo, Hofer Symphoniker).

Ein ähnlich breites Spektrum an Veranstaltungen in einem etwas engeren Zeitrahmen bietet sich dem Interessierten im Schlosshof von Schloss Tambach (Lkr. Coburg) schon seit vielen Jahren. Neben Klassischem (z.B. „Die Nacht der italienischen Tenöre“) und Kabarett (z.B. Willy Astor) setzt man hier v.a. auch auf Newcomer bzw. Musik aus anderen Kulturen wie 2004 z.B. mit „Classic meets Cuba“.

Projekt 20: Aktivitäten im Internationalen Netzwerk Passion mit gegenseitigen Besuchen und Lerneffekten

Aus- und Aufbau internationaler Kontakte zwischen der Passionsspielgemeinschaft Kemnath mit weiteren Passionsspielgemeinschaften in Europa, Austausch von Erfahrungen, Gastspiele, Ausweitungen der Partnerschaft auf andere Vereine und Verbände

KURZBESCHREIBUNG:

Die **Wiederbelebung** der bis zum Anfang des 18. Jahrhunderts zurückzufolgenden **Tradition der Passionsspiele in Kemnath** liegt nun über 20 Jahre zurück, **1983** wurde nach über zweihundertjähriger Unterbrechung das „Spiel von der Gefangennahme, Verurteilung und Kreuzigung Jesu“ wiederaufgeführt und seither alle fünf Jahre in der Karwoche. Das Passionsspiel, das wahrscheinlich von einem Mönch des früheren Kemnather Franziskanerklosters verfasst wurde, bildete einst alljährlich den Mittelpunkt der Karwoche in Kemnath. Die Darbietungen wurden im Jahre 1770 verboten, als die Obrigkeit Anstoß an dem nicht in die Karwoche passenden, volksfestartigen Treiben nahm, welches um das Passionsspiel herum entstanden ist. Die „Wiederbelebung“ fand anlässlich der 975-Jahr-Feiern der Stadt Kemnath statt.



Damit reiht sich Kemnath ein in eine Reihe z.T. sehr bekannter Passionsspielorte wie Oberammergau oder St. Magarethen (Österreich). Die Stadt bzw. die Passionsspielgemeinschaft ist **seit 2000 Mitglied der EUROPASSION**, dem Verband der Passionsspielorte Europas.

Derzeit gehören der EUROPASSION über 50 Spielgemeinschaften aus 12 Ländern an. Das ZIEL der EUROPASSION „ist die Förderung freundschaftlicher Beziehungen zwischen den einzelnen Passionsspielorten, der **Austausch von Erfahrungen und die Förderung religiöser Theateraufführungen** als Beitrag zu einer geistigen Erneuerung in einem vereinten Europa. Ein besonderes Anliegen ist es, die Gruppen in Osteuropa zu unterstützen, die sich um ein Wiederaufleben langjähriger Passionsspieltraditionen bemühen“ (<http://www.gallery.uunet.be/passion/passion1.htm>, Zugriff 01/2004) Der Sitz der EUROPASSION ist in Belgien, die Mitgliederorte liegen v.a. in Frankreich, Deutschland und Österreich sowie in Italien, Belgien, Spanien, den Niederlanden und der Schweiz. Aber auch aus den osteuropäischen Ländern (Ungarn, Tschechische Republik, Polen, Rumänien und Kroatien) sind neuen Orte Mitglieder (<http://www.europassion.be/home.htm>) geworden.

Alljährlich lädt ein Mitgliedsort, der in diesem Jahr die Passion aufführt, **zum Treffen ein**. Hier gibt es dann die Möglichkeit, sich gegenseitig kennenzulernen und Erfahrungen

auszutauschen. Die Finanzierung der Treffen läuft über den Verein bzw. v.a. über den jeweiligen Austragungsort. Die Kemnather Spielgemeinschaft hat bereits einige Treffen besucht und unterhält mit einigen deutschen Spielorten (z.B. mit dem nahegelegenen Neumarkt) engere Kontakte.

Für die nächsten Jahre haben sich bereits Austragungsorte der Treffen gefunden, dennoch sollte Kemnath sich darum bemühen das Treffen bald auch in Kemnath zu beherbergen. Der Gewinn (Bekanntheit, Image) für die Stadt und die Region durch die internationalen Besucher ist nicht zu unterschätzen. Neben dem großen Treffen mit allen Passionsspielgemeinschaften sollten v.a. **mit einzelnen internationalen Gruppen tiefergehende Kontakte** aufgebaut werden. Die Passionsmitwirkenden könnten gemeinsam proben, Kostüme entwickeln, Stücke schreiben. Engagierte Passionsschauspieler sind häufig auch sonst in Laienspielgruppen aktiv, sodass auch ein **gemeinsames internationales Theaterfestival mit religiösen Stücken** denkbar erscheint. Auch ist der Aufbau eines **Informationspools** internationalen Zuschnitts im Sinne der Bewahrung kulturellen Erbes mit Förderung der EU möglich. Neben dem derzeitigen Austausch im Internet und den Bemühungen der EUROPASSION in Belgien erscheint einer Anlaufstelle in Deutschland mit größerer Nähe zu den osteuropäischen Ländern empfehlenswert. In Kemnath könnte man diese Brückenfunktion gut wahrnehmen.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Inwertsetzen der Potenziale Passion und religiöses Brauchtums,
- Imagewerbung für die Stadt Kemnath als Kulturstadt,
- Steigerung des Freizeit- und Erholungswertes der Stadt für Einheimische und Urlauber,
- Förderung religiöser Bräuche und Erhalt des christlichen Wissens bei Kindern und Eltern,
- Schaffen einer Internationalen Informationsstelle über Passionsspiele sowie laufende Betreuung und Aktualisierung,
- Aufbau internationaler Kontakte und internationaler Bekanntheit der Stadt,
- Angebotserweiterung für Naherholer und Urlauber,
- Attraktivitätssteigerung der Region.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN)

Gerade Kemnath bietet sich durch die Nähe zu den neuen EU-Partnerstaaten als Brückenkopf für die Zusammenarbeit mit den osteuropäischen Ländern an. So sollten die **Passionsgemeinschaft und Vertreter der Stadt sowie der im Fremdenverkehr Tätigen** gemeinsam die **Möglichkeiten zur Austragung eines EUROPASSION-Treffens** in Kemnath **diskutieren**. Die Frage der Finanzierung eines solchen Treffens über EU-Mittel (Kultur- und Sozialfonds, Interreg) ist im Detail abzuklären, eine Teilfinanzierung (notfalls auch als Kleinprojekt bei der Euregio Egrensis) sollte aber möglich sein.

Neben den Passionsspielen und dem großen internationalen Treffen sollten **kurzfristig die Kontakte zwischen einigen Passionsgemeinschaften** intensiviert werden. Treffen oder auch Veranstaltungen im kleineren Rahmen mit einigen Partnern müssten sich schnell aufbauen lassen. **Gemeinsam mit weiteren bayerischen oder sächsischen**



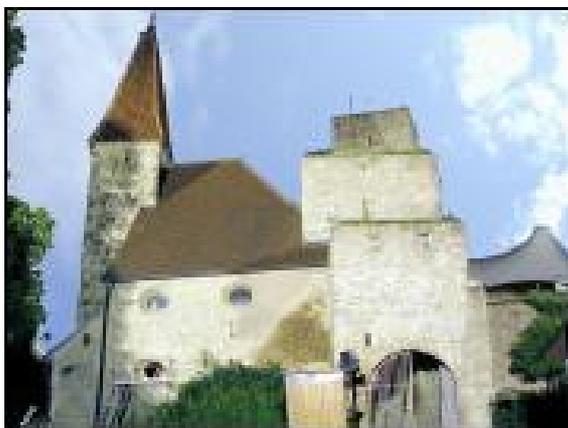
Passionsspielorten (z.B. Neumarkt in der Oberpfalz, Sömmersdorf, Zschorlau im Erzgebirge) sollte man v.a. auf Passionsspielorte in der **Tschechischen Republik** (Horice, Mimon) oder **Ungran** (Budaörs, Magyarpolany und Pecs) zugehen. Auch spanische oder andere westeuropäische Passionsspielorte könnten für eine Zusammenarbeit gewonnen werden; wenn sie in LEADER+ Regionen liegen, wären über das Landratsamt bzw. Initiativkreis Tirschenreuth wohl weitere Förderungen möglich. Veranstaltungen, die **kulturelles und religiöses Brauchtum** fördern und v.a. auch auf Jugendarbeit ausgerichtet sind, wie ein Theaterfestival mit religiösen Stücken müssten darüber hinaus auch bei den Kirchen Fürsprecher finden.

REFERENZBEISPIEL:

Schauspielgruppen von Schulen und Laienspielgruppen können sich bei entsprechendem Engagement und guten Bühnen zum gutem Nährboden von Theaterfestivals mit (über-)regionalem Ruf entwickeln.

Beispielsweise wurde die **Naturbühne Trebgast** nach dem 2. Weltkrieg von Trebgaster Bürgern sozusagen neu entdeckt. Die hohe Felswand des aufgelassenen Steinbruchs und die ansteigenden Seiten bilden ein ideales Bühnengelände. Vor dem Krieg wurde das Gelände nur für Sommerfeste genutzt, 1949 kam dann die Idee, hier Theater zu spielen. Nach Vorläufen durch die Schule und das Rote Kreuz gründete man 1952 den Verein und begann mit organisiertem Laienspiel. Mitte der 1990er wurde der gesamte Zuschauerbereich (Sitzreihen und Überdachung) neu errichtet und hat nun Platz für 549 Besucher. **Alle Mitwirkenden der Naturbühne Trebgast** sind **Amateure** und auch das ganze organisatorische Umfeld wird von den Mitwirkenden bestritten. Alle Jahre werden ein Kinderstück und drei bis fünf Erwachsenenstücke neuinszeniert. Ferner dient die Naturbühne auch als Veranstaltungsraum für Gastspiele.

(<http://www.naturbuehne-trebgast.de/>).



Die Ursprünge der Burgfestspiele Leuchtenberg auf Burgruine Leuchtenberg und im Schloss Friedrichsburg liegen im **Schultheater** der Realschule Vohenstrauß. Gemeindevertreter aus Leuchtenberg baten 1982 die Laienschauspieltruppe, im inneren Hof der Burgruine ein Theaterstück aufzuführen. Daraus hat sich eine feste Institution entwickelt. (<http://www.stadtbuehne.de>).

Etwas professioneller und v.a. internationaler aufgezogen, ist der **Greizer Theaterherbst**. Innerhalb weniger Jahre hat sich dieser einen guten Namen gemacht. Initiiert wurde der Greizer Theaterherbst 1991 und **etablierte sich nach und nach als das bedeutendste Kulturereignis** der Stadt und des Landkreises Greiz sowie der ostthüringischen und westsächsischen Region. Das Ansehen des Greizer Theaterherbstes beruht dabei einerseits auf einer **bundesweit einzigartigen Konzeption**, der intensive gemeinsame Theaterarbeit von Amateuren und Profis über einen längeren Zeitraum. Andererseits erregte das Festival Aufsehen durch das Nutzen **ausgefallener Aufführungsorte sowie durch Gastspiele internationaler Schauspielgruppen**, unter anderem aus Rußland, Italien, Frankreich, der Tschechischen und der Slowakischen Republik sowie aus Bulgarien.

Der Greizer Theaterherbst versteht sich als **sozio-kulturelles Festival**, das Amateure sowie nationale wie internationale Theaterprofis aber auch Bildende Künstler und Musiker zusammenbringt. In gemeinsamer Arbeit über mehrere Monate werden in verschiedenen Werkstätten Theaterstücke, Performances und Aufführungen entwickelt, die in der Theaterherbst-Woche ihre Premiere haben. Die Werkstatt-Produktionen des Theaterherbstes werden von den Proben bis zur Premiere von einer drei-köpfige Beratergruppe begleitet. Teils gehen sie anschließend auch auf Tournee. Die Anzahl der **Mitwirkenden** pro Theaterherbst liegt durchschnittlich bei **100 – 150 Personen** und pro Theaterherbst **besuchen 4.000 – 5.000 Menschen** die Aufführungen, die sich i.d.R. über 1 ½ Wochen verteilen.

Träger des Festivals ist der gemeinnützige Greizer Theaterherbst e.V.. Die Finanzierung der Theaterherbst-Woche und der zum Teil ganzjährig wirkenden Werkstätten erfolgt über Zuschüsse des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst des Freistaats Thüringen, des Landkreises Greiz, der Stadt Greiz, der Sparkasse Gera-Greiz und Sponsoren aus Wirtschaft und Gesellschaft sowie aus Eigenmitteln. Schirmherrin des Greizer Theaterherbstes ist Frau Prof. Dr. Dagmar Schipanski (CDU), Thüringer Ministerin für Wissenschaft, Forschung und Kunst (s.a. <http://www.theaterherbst.de>)



Projekt 21: Auf- und Ausbau eines Rad- und Reitwegekonzeptes im Kemnather Land sowie Lückenschluss bei den Rad- und Fußwegen innerhalb der Stadt Kemnath (siehe auch Rahmenplan Kap. VIII 4.)

Ausbau des Angebotes für Radfahrer und Reiter als wichtiges Fremdenverkehrs-Standbein, Erstellen von detaillierten Rad- und Reitwegekarten, Verbesserungen bei Wegen und Beschilderung im Kemnather Land und in der Stadt Kemnath, Integration der Radwege in das Landkreis-Konzept, Lückenschluss im innerstädtischen Wegenetz

KURZBESCHREIBUNG:

Radtourismus und Rad Fahren als Freizeitsport liegen im Trend. So laufen derzeit im Landkreis Bemühungen, das **Radwegesystem zu verbessern und Karten** dazu zu erstellen. In diese Bemühungen sollten die Ergebnisse dieses Projektes mit eingebunden werden. Jedoch sollte man in der Stadt Kemnath bzw. für das Kemnather Land auch Detailkarten durch und rund um die Stadt anbieten.

Hierfür sollten, nach Absprache mit dem Tourismusreferat im Landratsamt durch verschiedene Gruppen und v.a. passionierte Radfahrer angeregt **alle Radwege verzeichnet** und v.a. auch Beschilderungsmängel aufgenommen werden. Daraus sollten dann Karten über das vorhandene Radwege-Netz um Kemnath erstellt werden. Neben der Aktualisierung und Erstellung von Karten sollte man im Kemnather Land (auch in Absprachen mit dem Landratsamt) ein einheitliches **Beschilderungssystem** entwickeln, so dass die Touren leicht nachzufahren sind.

Des Weiteren sollten wie auch in Projekt 17 angesprochen, **Touren** für bestimmte Zielgruppenangebote herausgearbeitet werden. Thematische Touren und Touren verschiedener Schwierigkeit lassen sich leichter vermarkten und betonen die **Eignung des Kemnather Landes als Rad-Region**. Hierfür gilt es, die beiden überregional bedeutsamen Fuß- und Radwanderwegen, den Haidenaab-Radwanderweg im Westen und den Fichtelnaab-Radwanderweg im Osten mit einer schlüssigen Ost-West-Verbindung durch das Kemnather Land und die Stadt Kemnath zu verbinden (s. Karte 27).

Neben den Radfahrern stellt auch der **Reittourismus bzw. das Wanderreiten** für das Kemnather Land eine interessante Zielgruppe bei einer Weiterentwicklung des Tourismus dar. Einige Reiterhöfe auch im Kemnather Land sind hier gute Ansatzpunkte. Angebote und Rahmenbedingungen für das Reiten könnten den Tourismus im ländlichen Raum fördern und die touristische Attraktivität des Kreises weiter stärken. Jedoch treten **zwischen Reitern und Land- bzw. Forstwirtschaft, Jagd sowie Naturschutz teilweise Konflikte** auf. Eine Konzeption zur Ausweisung von Reitwegen, also von Straßen und Wegen, auf denen das Reiten durch Kennzeichnung mit Wegweisern oder Wegemarken vorzugsweise empfohlen oder durch Kennzeichnung mit Verkehrsschildern als Sonderwege vorgeschrieben wird, sollte daher nur unter Berücksichtigung anderer Belange in **Zusammenarbeit mit allen Betroffenen** erarbeitet werden.

Neben den regionsweiten Wegekonzeptionen für Radfahrer und Reiter sollte in der Stadt Kemnath selbst das bestehende Wegenetz für die Fußgänger und auch Radfahrer in einigen Bereichen verbessert bzw. z.T. auch bestehende Lücken geschlossen werden (s. im Detail Karte 28).



ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Steigerung des Freizeit- und Erholungswertes der Stadt für Einheimische und Urlauber,
- Ausbau des Freizeitangebotes für einheimische und auswärtige Familien,
- Schaffen von Touren für verschiedene Zielgruppen,
- Vernetzung der bestehenden Rad- und Reitwege,
- verbesserte Verbindungen zwischen den Gemeinden des Kemnather Landes und innerhalb der Stadt Kemnath,
- Förderung des Zusammengehörigkeitsgefühls im Kemnather Land,
- Imagewerbung für die Stadt Kemnath als Sport- und Freizeitstadt,
- Förderung der Bewegung bei Kindern und Eltern,
- Profilierung im Bereich familienfreundlicher Naherholung,
- Attraktivitätssteigerung der Region.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Die Erarbeitung eines Wegkonzeptes für das gesamte Kemnather Land für verschiedene Nutzer bedarf einer sehr detaillierten Abstimmung. Dies wäre eine der Aufgaben für das **Regionalmanagement** (Projekt 2), in **Zusammenarbeit mit dem Landratsamt**. Viele freiwillige Helfer, die koordiniert werden müssen, sollten die Aufnahme der Wege übernehmen und Touren entwickeln. Nach der Erarbeitung der Konzeption kann das Anbringen der Beschilderung ebenfalls über **Freiwillige oder auch über ABM-Kräfte** erfolgen. Eine Patenschaft für die Wege durch **Schulklassen oder Vereine** könnte angeregt werden, so dass zukünftig der Zustand der Wege und der Schilder regelmäßig überprüft wird. Auch sollte man überlegen, ob man die Touren statt auf extra Karten nicht auf den Internetseiten vorstellt. Interessierte können sich da Karten und Kurzbeschreibungen ausdrucken. Für Nicht-Web-Nutzer können die Kommunen und auch die Gastronomen bei Bedarf welche ausdrucken.

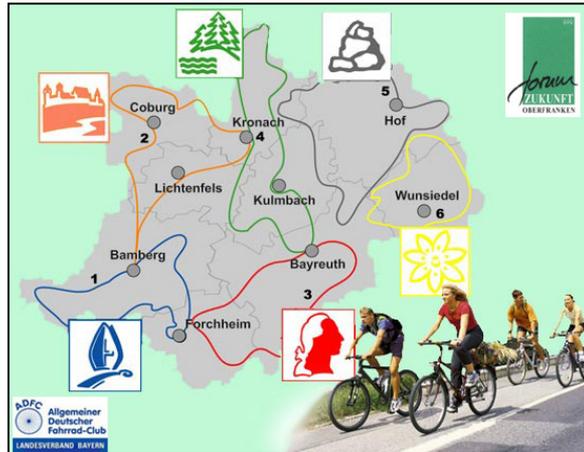
Kosten für Beschilderungen, Druck von Karten und eventuelle Radwegergänzungen sind vom Landratsamt bzw. der Stadt Kemnath und den Gemeinden des Kemnather Landes zu tragen.

REFERENZBEISPIEL:

Eine **Radwegekonzeption** sollte sowohl thematisch wie von der Schwierigkeit der Routen her verschiedene Zielgruppen ansprechen. Die Aufbereitung im Netz oder in Kartenform sollte neben Kartenskizze und einer Streckenbeschreibung auch Fotos beinhalten. Eine relativ neue und gut aufbereitete Radkonzeption kann die Region Oberfranken vorweisen. Ein vom "**Forum Zukunft Oberfranken**" initiierte und vom **ADFC Bayern** in der Planung umgesetztes Netz mit sechs Routen ist im Zeitraum 2000-2002 in Oberfranken entstanden. Die Routen zeichnen sich dadurch aus, dass sie in beide Richtungen befahrbar und über gekennzeichnete Verbindungswege beliebig kombinierbar sind. Zu jeder Tour (**Fürstbischöfliche Tour, Main-Coburg-Tour, Casanovas Ausritt, Obermain-Frankenwald-Tour, Durch Bayerns steinreiche Ecke und Siebensterntour**) gibt es ein achtseitiges Faltblatt mit einer Kartenübersichtsskizze und einer Grobbeschreibung der Route. Ebenso enthalten sind darin einige Adressen von Unterkünften sowie Hinweise auf



Besonderheiten der jeweiligen Tour. Die Idee hinter den Touren war es, für die örtliche Bevölkerung wie für auswärtige Gäste ein attraktives Angebot für einen **Kurzurlaub** mit dem Fahrrad in Oberfranken anzubieten. Die Routen wurden schrittweise realisiert und dabei auf mögliche Übergänge an das Radroutennetz der umliegenden Gebiete und auf die Anbindung an das Bahnnetz sowie an geplante Mountainbike-Zentren geachtet. An zentralen Stellen des Routennetzes werden noch Tafeln mit dem Routenverlauf und der Routenvernetzung aufgestellt. (www.radtouren-oberfranken.de/index2.html, www.adfc-bayern.de/oberfranken.htm)



Beispiele für vorbildliche **Reitwegekonzepte** findet man etwa in Thüringen, da hier die Ausweisung flächendeckender Reitwegenetze gesetzlich gefordert ist. Mögliche Nutzungskonflikte zwischen Reitern, Wanderern, Radfahren und auch Skiläufern werden so gerade in touristischen Regionen vermieden. So wurden auf den Waldflächen der vier Forstämter des **Landkreises Hildburghausen** (südlicher Thüringerwald) auf einer Länge von 540 km Reitwege ausgewiesen, 615 km Wanderwege, 110 km Skiwanderwege und 112 km Radwanderwege abgestimmt und damit für die Freizeitnutzung und die touristische Vermarktung der Region ein stabiler und dauerhafter Grundstein gelegt.

Das Projekt „Reiten und Tourismus“ verfolgt die Absicht, im Dialog zwischen Flächeneigentümern, Verbänden, Behörden und anderen Nutzern einen Ausgleich für die verschiedenen Interessen zu finden und zu **tragfähigen, ökonomisch und ökologisch sinnvollen sowie langfristig akzeptierten Wegenutzungskonzepten** zu gelangen. Ein mit dem Verband „Naturpark Thüringer Wald“ gemeinsam entwickeltes Abstimmungsverfahren hat sich im Landkreis Hildburghausen erstmals bewährt und fand thüringenweite Nachahmung. Das Kartenmaterial für die Wegenutzungskonzeptionen in weiteren staatlichen Forstämtern wird von der Thüringer Landesanstalt für Wald, Jagd und Fischerei Gotha erstellt (siehe unter <http://www.thueringen.de/de/tmlnu/aktuell/presse/11317/uindex.html>).

Ähnlich wie in Thüringen versucht man auch in **Sachsen ein landesweites Reitwegenetz** aufzubauen. Die Wegführung soll die landschaftlich interessanten Gegenden der Landkreise in Sachsen, die historischen Stätten, die Reiterhöfe, pferdefreundliche Gaststätten sowie Pferdepensionen verbinden, man will damit eine Vorreiterrolle bei Reittourismus einnehmen. Aufgrund der komplizierten Rechtslage in Sachsen (Betretungsrecht mit dem Pferd) bedarf es einer sehr aufwändigen konzeptionellen und formalen Abstimmungsarbeit mit Städten, Gemeinden, Forstämtern und Behörden. Jedoch bietet dann das fertige Reitroutennetz auch gesicherte Wege und die Grundlage zur weiteren Angebotsentwicklung und Vermarktung.

Auf den Internetseiten des Sächsischen Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft finden man viele Anregungen zur Erarbeitung eines Reitwegernetzes (z.B. Beschilderung, Ausstattung der Höfe) unter www.smul.sachsen.de/de/wu/landwirtschaft/laendliche_neuordnung/inhalt_re_1072_1061.html und <http://www.sachsen-mit-pferd.de>.

Projekt 22: Erarbeitung einer Hotel- und Gastronomiekonzeption für Kemnath und das Kemnather Land

Aufnahme des vorhandenen gastronomischen Angebotes in der Stadt und der Region, Aufdecken von Stärken und Schwächen in der Ausstattung bei Gaststätten und Unterkünften, Aufzeigen von Lücken im Speiseangebot für bestimmte Zielgruppen, Gewinnen von Betreibern von (Erlebnis-)Gastronomie für die Stadt, Anregen von mehr Biergärten und Freisitzmöglichkeiten

KURZBESCHREIBUNG:

Für eine **Weiterentwicklung der Stadt als Freizeitstandort** und auch zur Belebung der Innenstadt für den dort ansässigen Einzelhandel sollte das Gastronomie- Angebot der Stadt kritisch beurteilt und eventuell sich abzeichnende Mängel und Lücken geschlossen werden. V.a. gilt es, das schon bestehende Angebot der Gastronomie weiterhin zu verbessern und abzurunden.

Eine abwechslungsreiche Gastronomie beinhaltet sämtliche Einrichtungen, die Speisen und/oder Getränke an Kunden zum Verzehr innerhalb von Räumlichkeiten oder im Vorfeld der Einrichtung (Biergarten, Straßencafé) anbieten. So vielfältig der Geschmack der Menschen ist, so vielfältig sollte auch das Angebot einer Stadt sein. Mittels eines Gastronomiekonzeptes sollen in Kemnath **einerseits Lücken im Angebot und andererseits Standorte für weitere gastronomische Einrichtungen** aufgezeigt werden.

Es sollten insbesondere Trendeinrichtungen über die Brauerei- und Landgasthöfe sowie die Pizzeria hinaus für die Stadt gewonnen werden. Insbesondere um den neuen Freizeitschwerpunkt Stadtweiher sollte ein neues Gastronomiekonzept realisiert werden (s. v.a. auch Projekte 19 und 13 sowie 16). Das Konzept sollte **verschiedene Zielgruppen gezielt ansprechen**, z.B. gilt es, im historischen Stadtkern eher für die Tagesgäste Tages- und Eiscafés oder Mittagstische vorzuhalten, am Stadtweiher und auf dem Gelände des ehemaligen Brauhauses Kemnath erscheinen neben einer Gastronomie mit Biergarten o.ä. auch Einrichtungen für jüngere Personen mit „Nachtbetrieb“ ideal. Ein Kino oder eine Disko aber auch ein Sportstudio oder eine Bowlingbahn ergänzt mit Kneipen, stören hier wenig. Durch die Lage des Bereiches nah der Altstadt, aber dennoch gut verkehrlich angebunden, können diese Einrichtungen mit Nachmittagsvorstellungen o.ä. auch tagsüber zur Belebung und dem Image der Innenstadt als Anziehungspunkt beitragen.

Aber nicht nur die Gastronomie sollte kritisch beleuchtet werden, sondern auch **die Übernachtungsangebote** gilt es zu überprüfen, will man sich als Urlaubsregion stärker profilieren, z.B. auch für eine Ausweitung des Engagements bei den Passionsspielen (s. Projekt 19). Neben der „Kontrolle“ der Standards geht es hier v.a. darum, eine Möglichkeit zu schaffen, bei Veranstaltungen größere Reisegruppen unterzubringen.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Verbreiterung des gastronomischen Angebotes,
- Belebung der Innenstadt und Verbesserung der Aufenthaltsqualität am Marktplatz,
- Kemnath auch als Urlaubsort positionieren,
- Schaffen von Unterkünften für Gäste von Veranstaltungen bzw. von Reisegesellschaften,



- Schaffen von sog. Kopplungsmöglichkeiten zwischen Einzelhandel und Gastronomie,
- Imageförderung für die Stadt Kemnath,
- Schaffen und Sichern von Arbeitsplätzen,
- Förderung des Freizeitangebotes vor Ort,
- Aktivierung weiterer Kundenpotenziale.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Für die Bewertung des aktuellen Angebots und die Erarbeitung einer Konzeption sollten sich aus den verschiedenen KEMNATH-InitiAktiv Teams und weiteren Interessenten aus dem gesamten Kemnather Land eine **Arbeitsgruppe „Qualitätszirkel Gastronomie und Übernachtungsangebote im Kemnather Land“** zusammenfinden. Diese Arbeitsgruppe sollte möglichst vielfältig zusammengesetzt sein, Gastronomen, Händler, Vertreter der Gemeinden ebenso wie junge und ältere Menschen, da nur so die vielfältigen Ansprüche an Gastronomie und Übernachtungsgewerbe auch in der Bewertung widerspiegelt werden können. Die aufgedeckten Missstände bzw. Lücken im Angebot sind dann mit den betroffenen Betreibern in vertraulichen Gesprächen zu erörtern, verbunden mit dem Hinweis, dass nur Investitionen auch neue Gäste bringen. Die **Eignung** leerstehender Gebäude für bestimmte fehlende **Gastronomie** ist zu überprüfen. Für die neuen Einrichtungen am Brauhausgelände bzw. am Stadtweiher sind geeignete Gastronomen aus der Region anzusprechen. Alle möglichen Räumlichkeiten sind auch überregional anzubieten.

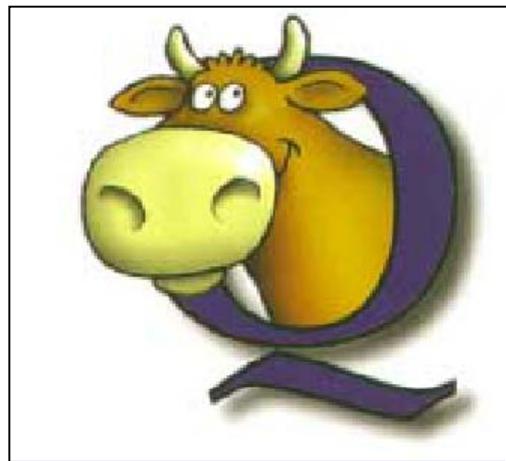
Die **Kosten** für die Analyse des aktuellen Gastronomieangebots zur Aufdeckung von Lücken ist minimal, auch für Gespräche mit Eigentümern der Leerstände und mit potentiellen Gründern einer Gaststätte o.ä. sollte ein kleines Dankeschön reichen.

Anreize zur Ansiedlung wie Zuschüsse zur Gestaltung von Außenanlagen oder verringerte Mieten o.ä. könnten je nach Besitzverhältnissen von Seiten der Stadt evtl. angeboten werden.

REFERENZBEISPIEL:

Hotel- und Gastronomiekonzepte bzw. Qualitätszirkel zur Verbesserung des touristischen Angebots findet man in vielen touristischen Regionen, das bekannteste ist wohl das **Qualitätsmanagement Q-plus des Kleinwalsertals** (Österreich). Das Ziel ist im Allgemeinen durch messbare und garantierte Qualitätskriterien die Dienstleistungsqualität bei allen touristischen und nicht-touristischen Partnern in einem mehrjährigen Entwicklungsprozess zu verbessern und eine „Anreizsystem“ (Qualitätssiegel) zu schaffen. Das Projekt basiert auf Freiwilligkeit und wird Schritt für Schritt entwickelt.

(www.kleinwalsertal.com/de/win/touristinfo/qplus.asp)



Ferner führen derzeit v.a. „**Wellnessregionen**“ derartige Untersuchungen durch, zur Überprüfung, inwieweit sich hinter den Gesundheitsangeboten sowohl der Küche als auch der Entspannung- bzw. sonstigen Wellnessangeboten auch Kompetenz verbirgt (s. <http://www.reppel-lorenz.de/4tickertrends/tourismusticker/pdf/0402.pdf>). Aber auch in Regionen, die sich als **Radregion** profilieren wollen, gibt es solche Ansätze. So gelang es dem Fremdenverkehrsamtleiter der Nationalparkgemeinde Mauth-Finsterau im Rahmen seines Qualitätszirkels, den Fahrradtourismus in Ostbayern, speziell in der Nationalparkregion, voranzubringen. In Zusammenarbeit mit Vermietern der Gemeinde, der **Tourismusreferentin** des Landkreises Regen, dem Geschäftsführer des Zweckverbandes der Nationalparkgemeinden, dem Initiator der Initiative sowie intensiver Pressearbeit, bereitete sich der Qualitätszirkel auf den viertägigen Besuch des **ADFC-Fachausschusses** im Herbst 2001 vor. Der Fachausschuss des ADFC erfasst, betreut und bewirbt sog. "bed & bike" - Betriebe. Zudem bietet das Gremium seine Hilfe an, wenn es um die Erfordernisse für Radtouristen geht. Die Teilnehmer des Qualitätszirkels organisierten den Aufenthalt für den ADFC, gewannen vier Vermieter als "bed & bike" - Betriebe und planten eine repräsentative Fahrradtour durch die Nationalparkregion für den 20-kopfstarke Ausschuss. Die Ergebnisse der Beurteilung präsentierte der ADFC-Gremium am Ende des Ausfluges und gab den Mitgliedern des Qualitätszirkels wertvolle Tipps für eine professionelle Gestaltung ihrer Fahrradregion.

Ein weiteres Beispiel findet man im Naturpark Frankenwald, hier waren die Auslöser für die Qualitätsoffensive die sehr **unterschiedliche Unterkunftsqualität** im Frankenwald und das Problem, dass in der Region ein ausgeprägtes **Tourismusbewusstsein** erst ansatzweise vorhanden ist. Mit der Entwicklung eines solchen Bewusstseins für die Wü-



sche und Ansprüche der Urlauber jedoch bieten sich viele Möglichkeiten, die Servicequalität in Hotellerie und Gastronomie kontinuierlich zu verbessern. So wird im Rahmen der Qualitätsoffensive im Frankenwald momentan ein **Netz wander- und fahrradfreundlicher Betriebe** aufgebaut.

Als ein weiteres Element zur Verbesserung von Qualität und Service wurde im Frankenwald eine "**Zufriedenheitsgarantie**" eingeführt. Gäste, die mit ihrer Unterkunft nicht zufrieden sind, haben die Möglichkeit, nach der ersten Nacht abzureisen und müssen dafür nur den halben Übernachtungspreis und keine Stornogebühren zahlen.

Diese Garantie gilt nur bei Buchungen von mindestens vier Übernachtungen über die Tourist-Information Frankenwald. Bislang beteiligen sich etwa zwei Drittel der im Katalog der Tourist-Information Frankenwald vorgestellten Betriebe an dieser Initiative.

(www.kronachonline.de/~lk/Freizeit/Naturpark/Tourismusleitbild/Gastronomie/gastronomie.html)

Projekt 23: Aufbau eines sozialen Dienstleistungs- und Kulturzentrums und Zentrum „Generationsdialog im Kemnather Land“ auf den Flächen am Stadteingang Bayreuther Straße (neben Friedhof)

Schaffen von Räumlichkeiten für Dienstleister v.a. aus dem sozialen und kulturellen Bereich, Aufbau eines ehrenamtlichen Dienstleistungs-Büros bzw. eines überparteilichen Altenzentrums, Stärkung des Generationendialoges mit Projekten „Ältere Menschen helfen sich selbst und anderen“, Förderung der „Alltags“-Kultur

KURZBESCHREIBUNG:

Der Stadteingang an der Bayreuther Straße soll aufgewertet werden (s.a. Impulsprojekt 1 und Projekte 3 und 4 sowie Ausführungen im städtebaulichen Rahmenplan Kap. VIII 4.3.1). Derzeit leiten die vorhandenen Nutzungen **nördlich und südlich der Bayreuther Straße** nicht vom Gewerbegebiet zur Innenstadt über, deshalb sollte eine neue Bebauung der **Grundstücke westlich des Friedhofes und auch des ehemaligen Tankstellen-**



Areals südlich der Friedhofskirche für Nutzungen v.a. aus dem Dienstleistungs- oder Kulturbereich vorgesehen werden. Von groß-



flächigen Bebauungen für den Einzelhandel oder des produzierenden Gewerbes sollte an dieser Stelle abgesehen werden (s. SEEK).

Gerade nördlich der Bayreuther Straße sollte **nur an eine straßenbegleitende Bebauung** gedacht werden, um die angrenzende Friedhofskirche, als prägendes Bauwerk des Stadteingangs, nicht zu beeinträchtigen.



Eine, jedoch nicht die einzige Möglichkeit, der Nutzung wäre ein **Dienstleistungs- und Kulturzentrum**, in dem v.a. Einrichtungen geschaffen werden könnten, die **Leistungen für ältere Menschen aber auch Hilfestellungen für berufstätige Mütter und Familien im Kemnather Land** anbieten.

Unsere Gesellschaft wird älter; der demographische Wandel stellt die Gesellschaft vor neue Herausforderungen. In etwa 1 ½ Jahrzehnten werden jedem Jugendlichen unter 20 Jahren 6 Erwachsene gegenüberstehen, von denen fast die Hälfte älter als 60 Jahre sein wird. Vor diesem Hintergrund gewinnt der Dialog zwischen den Generationen an Bedeutung: Die gesellschaftliche Teilhabe der Älteren hängt ebenso wie die Zukunft der jungen Generation von einem **solidarischen Generationenverhältnis** ab. Viele der Seniorinnen

und Senioren von heute sind zwar im beruflichen Ruhestand, fühlen sich aber noch fit und wollen „gebraucht“ werden. Freiwilliges Engagement in **generationenübergreifenden Projekten** gibt ihnen dazu Möglichkeiten. Die Jugendlichen wiederum profitieren von den Lebens- und Berufserfahrungen der Älteren.

Neben Projekten, die v.a. den Dialog zwischen den Generationen fördern, sollten aber auch andere **Selbsthilfegruppen** und **Aktionen des bürgerschaftlichen Engagements** in einem solchen zentralen Anlaufpunkt eine Heimstätte finden. In Bayern sind **Altenservicezentren** sowie Altentagesstätten ein unverzichtbarer Baustein der sozialen Infrastruktur. Ziel ist es, den älteren Mitbürgerinnen und Mitbürgern eine selbstbestimmte Lebensführung zu erhalten. Der Hilfe zur Selbsthilfe kommt in den Konzepten für Altenservicezentren eine besondere Bedeutung zu.

Neben der **Bereitstellung von Räumlichkeiten** müssten zur Unterstützung der Ehrenamtlichen ein bis zwei **Hauptamtliche** bzw. eine **Geschäftsführung** zur Koordination, für Recherchen und Datenerhebung sowie für Öffentlichkeitsarbeit und für Fragen der Finanzierung und Fördermöglichkeiten eingestellt werden.

Altenservicezentren leisten vor allem:

- Information bis hin zur Vermittlung notwendiger Leistungen und Dienste,
- Möglichkeiten zur Begegnung, Kommunikation, Eigeninitiative und bürgerschaftlichem Engagement,
- kulturelle Angebote,
- nachgehende und begleitende Hilfen im Einzelfall oder im Rahmen sozialpädagogische Gruppenarbeit,
- Verbesserung der sozialen Infrastruktur zugunsten älterer Bürger über Koordination und Kooperation mit den vor Ort arbeitenden Einrichtungen und Diensten der Kirchen und Sozialverbände.

In vielen Altenservicezentren wird v.a. auch auf **Generationsübergreifende Projekte** gesetzt, das **Spektrum** der Projekte ist sehr vielfältig. Sie reichen vom klassischen Leihoma-/opaprojekt oder der Hausaufgabenhilfe über Mentoren-Programm (Berufseinstiegshilfe für Jugendliche) oder Zeitzeugenprojekten bis zu gemeinsamen Festen mit Kindern, Seniorenfrühstück mit Jugendlichen oder Betreuungsdienste im Krankenhaus. Mit solchen Projekten kann der Prophezeiung einer Entsolidarisierung und eines "Krieges der Generationen" (Reimer Gronemeyer) entgegengewirkt werden.

Aus dem breiten Spektrum von Aktivitäten wird deutlich, dass den **haupt- und ehrenamtlichen MitarbeiterInnen** in solchen Seniorenbüros ein hohes Maß an Kompetenz, Flexibilität und Idealismus abverlangt wird. Auf der Ebene der Bundesländer wird dies i.d.R. als **Landesnetzwerk** o.ä. zu Erfahrungsaustausch, zur Entwicklung und Bereitstellung von Konzepten und Angeboten, für Fortbildung usw. organisiert.

In einem „**Generationenübergreifenden Dienstleistungs- und Kulturzentrum Kemnather Land**“ an der Bayreuther Straße müssten neben einem Seniorenbüro bzw. einem Altentreff weitere Dienstleister und Kultureinrichtungen, auch solche mit gewinnorientiertem Charakter einen Raum finden. Dabei könnte es sich um Kopier- und Schreibservice genauso handeln wie um Bügelservice oder Übersetzungsbüros. Auch bereits in Kemnath ansässige Unternehmen zur mobilen Altenpflege sowie andere karitative und kulturelle Einrichtungen sollten für einen gemeinsamen Standort gewonnen werden, so könnten Synergien entwickelt werden. Durch den Standort an der Zufahrtsstraße sind genügend



Stellplätze für Dienstfahrzeuge und Kunden/Besucher vorhanden und eine gute Erreichbarkeit aus dem ganzen Kemnather Land ist gewährleistet.

ZIELE UND WIRKUNGEN DES PROJEKTES:

- Verbreitung der Idee des Dialogs der Generationen,
- Vernetzung der generationsübergreifenden Projekte im Kemnather Land,
- Beratung, Begleitung und Weiterbildung für „Problemgruppen“,
- Stärkung der Verbindung Gewerbegebiet West und Altstadt durch neue Nutzungen und Baukörper,
- Erhalt und Wiederbelebung kultureller Traditionen,
- Konkurrenzverhalten und Abgrenzung zwischen den Generationen nehmen ab,
- im Gemeinwesen entsteht ein produktives Miteinander,
- Engagierte finden neue Zugänge und Handlungsperspektiven.

UMSETZUNGSVORSCHLAG (ZEITPLAN, TRÄGERSCHAFT UND FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN):

Das Kemnather Land sollte in einem ersten Schritt zusammen mit allen Dienstleistern sowie kulturellen und sozialen Verbänden bzw. Vereinen den Bedarf und die Möglichkeit für ein „**Generationenübergreifendes Dienstleistungs- und Kulturzentrum Kemnather Land**“ diskutieren. Parallel sind andere Nutzungsmöglichkeiten für die mindergenutzten Flächen beiderseits der Bayreuther Straße am Ortseingang zu suchen, denkbar wäre hier auch die Ansiedlung von Handwerkern oder Sporteinrichtungen.

Sollte sich der Stadtrat für die Errichtung eines Seniorenzentrums entschließen, sollte dieses **generationsübergreifend, unbürokratisch, überkonfessionell** angelegt werden. Den **Bau** eines entsprechenden Gebäudes und die **Finanzierung** hauptamtlicher Angestellter müsste die **Stadt** tragen. Durch die **Vermietung bzw. Verpachtung** der Räumlichkeiten an verschiedene Dienstleister u.ä. ist der Unterhalt des Gebäudes zu sichern. Für die Installation und auch das **Betreiben des Seniorenzentrums** sind **Fördermöglichkeiten** über das „Modellprogramm Seniorenbüro“ denkbar. Ferner stehen in Bayern für die erstmalige Schaffung von Altenservicezentren staatliche Fördermittel in Höhe von jährlich rd. 1,4 Mio. DM/ 700.000 € zur Verfügung. Für die Förderung von Altenservicezentren gelten die Grundsätze des Bayerischen Sozialministeriums vom 23.12.2000. Im Internet gibt es einen Leitfaden für Altenservicezentren und Altentagesstätten in Bayern zum herunterladen (www.stmas.bayern.de/senioren/servicezentren/index/htm).

REFERENZBEISPIEL:

Nachfolgend sollte eine kleine Auswahl von generationenübergreifenden Projekte vorgestellt werden, um deren Nutzen zu verdeutlichen sowie Ansatzmöglichkeiten vorzustellen. Umfassendere Hilfen gibt z.B. das **bayerische Netzwerk Servicezentren** im Internet oder mit fünf "Knotenpunkten" bayernweit (Geschäftsstelle in Nürnberg, Koordinationsstelle für die Selbsthilfe Bayern (SeKo) in Würzburg, Netzwerk der Bayerischen Familien- und Mütterzentren (MüZ) in München, Landesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (lagfa) in Augsburg sowie Landesstelle der Seniorenbüros in Erlangen. Weiter Informatio-



nen findet man u.a. unter www.generationendialog.de, www.seniorenbueros.org, www.stmas.bayern.de/sozialpolitik/ehrenamt/index/htm oder www.bmfsfj.de

Generationen füreinander Oberursel e.V.

Der Verein INTERAKTIV - Generationen füreinander Oberursel e.V. hat im Jahr 1996 seine Arbeit aufgenommen mit dem Ziel, in unserer Gesellschaft der zunehmenden Anonymität und der veränderten Familienstruktur das Miteinander neu zu erproben. Es werden Hilfen für den Alltag, die auf Gegenseitigkeit beruhen, also Nachbarschaftshilfe im weitesten Sinne, angeboten. Die Hilfe wird professionell organisiert und mit einlösbaren Zeitgutschriften vergütet. Wer selbst keinen Einsatz bringen kann, zahlt eine geringe Verwaltungsgebühr. Jede Arbeit hat den gleichen Wert. Ferner gibt es regelmäßige öffentliche Veranstaltungen wie einen monatlichen Stammtisch, organisierte Reisen und Wanderungen mit unterschiedlichsten Zielen sowie Theater- und Museumsbesuche. Die regelmäßigen Kurse sind „Jung hilft Alt am PC - Problemlösungen aller Art“ und „Gedächtnstraining - Geistig fit in jedem Alter“

Jugendbüro „Alt hilft Jung“ in Neu-Isenburg

Neu-Isenburg ist eine hessische Stadt mit knapp 40.000 Einwohnern. Das Jugendbüro ist eine seit vielen Jahren bestehende kommunale Einrichtung. Das Team des Jugendbüros berät und begleitet Mädchen und Jungen aller Schulzweige bei der Berufsfindung. Aber insbesondere die Hauptschüler, die Schüler der Schule für Lernbehinderte sowie die Schüler, die sich in eine "Warteschleife" in einer berufsbildenden Schule geflüchtet haben, bedürfen individueller Hilfe. Mit dem Projekt „Alt hilft Jung“ werden seit 1997 Jugendliche begleitet auf dem Weg von der Schule in den Beruf. Das Projekt ist eine bestehende Initiative ehrenamtlich tätiger Frauen und Männer im Ruhestand, die das hauptamtliche Team des Jugendbüros Neu-Isenburg unterstützen und in allen Bereichen eigenverantwortlich und ohne jedes Entgelt mitarbeiten. Zurzeit kümmern sich 4 Damen und 8 Herren z.B. um

- Vermittlung von Basisqualifikationen für die Erwerbsarbeit wie zum Beispiel Pünktlichkeit, Einsatzbereitschaft usw.,
- Bewerbungstraining,
- Training in Deutsch, Mathematik, Englisch und EDV,
- Akquisition von Praktikums- und Ausbildungsplätzen,
- Mentoring - auch die Ausbildung begleitend,
- Hilfestellung bei Berufsfindung und bei Praktikums- und Lehrstellensuche,
- Begleitung zu Vorstellungsgesprächen,
- Pflege von Kontakten zu sozialen Institutionen wie z.B. der Caritas,
- Pflege von Kontakten zu Arbeitsamt, IHK, Handwerkskammer, Unternehmen usw.

„Heimwerker- Kursus für ältere Frauen“ des Seniorenbüros Neumünster (SBN)

Zu den Aufgaben eines Seniorenbüros gehört es, Selbsthilfeaktivitäten von älteren Menschen zu unterstützen und zu fördern. Eine Neumünsteraner Seniorin hatte diese Idee an das Seniorenbüro herangetragen und regte an, für ältere Menschen, vor allem für ältere Frauen, einen Heimwerker-Kursus zu organisieren. Sie wollte lernen, die kleinen im Haushalt anfallenden Heimwerkerarbeiten selbst zu erledigen. Das Thema wurde von den Aktiven des Seniorenbüros heftig diskutiert, vor allem Männer waren skeptisch, ob ältere Menschen sich an so etwas heranwagen sollten. Trotz aller Skepsis wurde der Kurs ein Riesenerfolg. Zwei Freiwillige zur Durchführung dieses Kurses fanden sich in der Gruppe



des bestehenden ehrenamtlichen Heimwerker-Service des Seniorenbüros. Die Ehrenamtlichen haben dann zusammen mit einer Mitarbeiterin des SBN ein Unterrichtskonzept für drei aufeinander folgende Vormittage entworfen. Gerade ältere Frauen mit eigenem Haus oder Wohnung sind nach dem Tod des Partners bei vielen kleineren Reparaturen überfordert, sie wollten z.B. den Umgang mit der Bohrmaschine lernen und eine Dübelkunde, aber auch Holzarbeiten wie Sägen, Fragen zu Malerarbeiten, Wasserdichtungen wechseln oder Gartenpumpen winterfest machen standen auf dem Programm. Als Veranstaltungsort wurde eine Werkstatt für berufsvorbereitende Lehrgänge „Alte Schule e.V.“ gewählt, die sich als idealer Kooperationspartner erwies. Der Kurs fand bislang zweimal mit jeweils zehn Frauen statt, in diesem Frühjahr wird es noch einen Auffrischkurs geben. Die Arbeit hat sich sehr positiv für die Öffentlichkeitsarbeit des Seniorenbüros erwiesen, Zeitungen und Fernsehen waren an diesem Thema sehr interessiert.

Seniorenbüro „freiwillig aktiv“ der Stadt Weiterstadt

Vor zwei Jahren öffnete das Seniorenbüro im Altentreff im Bürgerzentrum der Stadt Weiterstadt seine Pforten. Ziel der Einrichtung ist es, Bürgerinnen und Bürger zu motivieren, sich nach dem Ausscheiden aus dem Arbeitsleben freiwillig zu engagieren. Es sind bereits einige Projekte, in denen sich viele Ältere ehrenamtlich engagieren, entstanden:

Hausaufgabenhilfe: Senioren/ innen helfen Kindern in einer Asylbewerber-Wohnanlage je einmal wöchentlich bei den Hausaufgaben und bei der Verbesserung der Sprachkenntnisse. Dieses geschieht in Zusammenarbeit mit einem ökumenischen Arbeitskreis.

Vorlesepaten: Nachdem die Stiftung Lesen Mainz in Weiterstadt zwei Vorleseseminare abgehalten hat – zunächst zum Vorlesen für Kinder und zuletzt zum Vorlesen für Erwachsene - sind inzwischen in allen Kindergärten der Stadt Weiterstadt Vorlesepaten tätig. Die Vorlesepaten, die vorzugsweise Erwachsenen vorlesen möchten, werden an Senioren- und Pflegeheime vermittelt, um hier pflegebedürftigen Personen vorzulesen.

Handy-Kurs: Es gab einen Kurs, um älteren Personen den Umgang mit dem Handy zu erleichtern. Hier haben Jugendliche gezeigt, wie man das Mobiltelefon sinnvoll einsetzen kann.

Fahrkurs: Gut besucht war ein Auffrischkurs für ältere Autofahrer/ innen, nach dem es anschließend die Möglichkeit gab, an einem entsprechenden praktischen Sicherheitstraining teilzunehmen.

In Gesellschaft schmeckt das Essen besser! Mittagstisch für Alleinlebende einmal monatlich im Altentreff. Seniorinnen- und Senioren- Hobbyköche kochen und bieten ein dreigängiges Menü zum Selbstkostenpreis an. Man trifft sich nicht nur zum Essen, sondern es bleibt auch noch genug Zeit, miteinander zu plaudern.

„Zeitzeugen – alteingesessene Weiterstädter Bürger“ ist das neueste Projekt, das sich noch im Aufbau befindet. Um die alltägliche Geschichte der Stadt lebendig zu erhalten, sollen Zeitzeugen erzählen, wie es früher war.

Das Büro wird von drei ehrenamtlich tätigen Frauen abwechselnd besetzt

Weiter Informationen sind auch aus der Konzeption des **Seniorenbeirat der Stadt Bayreuth** zu erhalten.



2. Städtebauliche Impulsprojekte und Maßnahmenkatalog

Im städtebaulichen Rahmenplan ist zu den jeweiligen Teilkonzepten eine Vielzahl von Maßnahmen enthalten. Zur Verdeutlichung und besseren Übersichtlichkeit sind die Maßnahmen im folgenden Maßnahmenkatalog tabellarisch zusammengefasst. Dabei sind jeweils auch die für die Umsetzung der Maßnahme verantwortlichen Akteure, die Fristigkeiten und eine Einteilung in Kostenkategorien benannt.

Um der Stadt zusätzliche Hinweise zu geben, welche dieser Maßnahmen vorrangig anzugehen sind, sind aus städtebaulich / stadtgestalterischer Sicht 5 Impulsprojekte ausgewählt.

2.1 Impulsprojekte

Die Auswahl erfolgte dabei unter dem Gesichtspunkt der

- kurzfristigen Realisierbarkeit,
- überschaubarer Kostenanteile für die Stadt,
- Hoher Impulswirkung für weitere private und damit für die Stadt kostenneutrale Projekte.

Die fünf Impulsprojekte sind:

- Der Aufbau eines Info- und Beschilderungssystems,
- die Umnutzung des Brauereigebäudes,
- die Umnutzung des Scheunenviertels,
- die Erstellung einer „Kemnather Gestaltungsfibel“ und
- ein Fassadenwettbewerb.



Impulsprojekt 1: Aufbau eines Info- und Beschilderungssystems

Siehe auch Projektideen 3 und 4

Als eine der ersten Maßnahmen wird der Stadt Kemnath der Aufbau eines attraktiven Beschilderungs- und Verkehrsleitsystems in Verbindung mit weiteren Informationsmöglichkeiten vorgeschlagen, um möglichst vielen Kunden und Besuchern den Anreiz zu geben, die Innenstadt zu besuchen.

Einzelheiten und Details sind in den Projektideen 3 und 4 beschrieben. Das Impulsprojekt hat den Vorteil, dass es kurzfristig ohne große Vorbereitungszeit durchgeführt werden kann. Gleichzeitig ist das Kosten-Nutzen-Verhältnis für die Stadt vor allem für die nachfolgend beschriebene 1. Stufe gut.

1. Stufe:

Errichten von Informations- und Hinweisschildern zur Aufwertung der Stadtzufahrten in Verbindung mit dem neuen Stadtlogo. Das Beschilderungssystem sollte außerdem zu einem gesamtstädtischen Leitsystem ausgebaut werden.

2. Stufe:

Aufstellen von elektrischen Informations-Terminals an zentralen Standorten.

In der 1. Stufe sollte für die Gesamtstadt ein schlüssiges Konzept für die Beschilderung erarbeitet werden.

Es sollten folgende Aussagen / Punkte wie

- Stadtlogo
- Leitsystem zu den Entlastungsparkplätzen z. B: Kostenlose Stellplätze
- Hinweise zur Infrastruktur
- Öffentliche Einrichtungen z. B. Rathaus, Polizei etc.
- Sehenswürdigkeiten
- ortsansässige Gewerbebetriebe

in das Gesamtkonzept einbezogen werden.

Im Endausbau könnten dann weitere Informationseinrichtungen in Form von elektronischen Info-Terminals mit z. B:

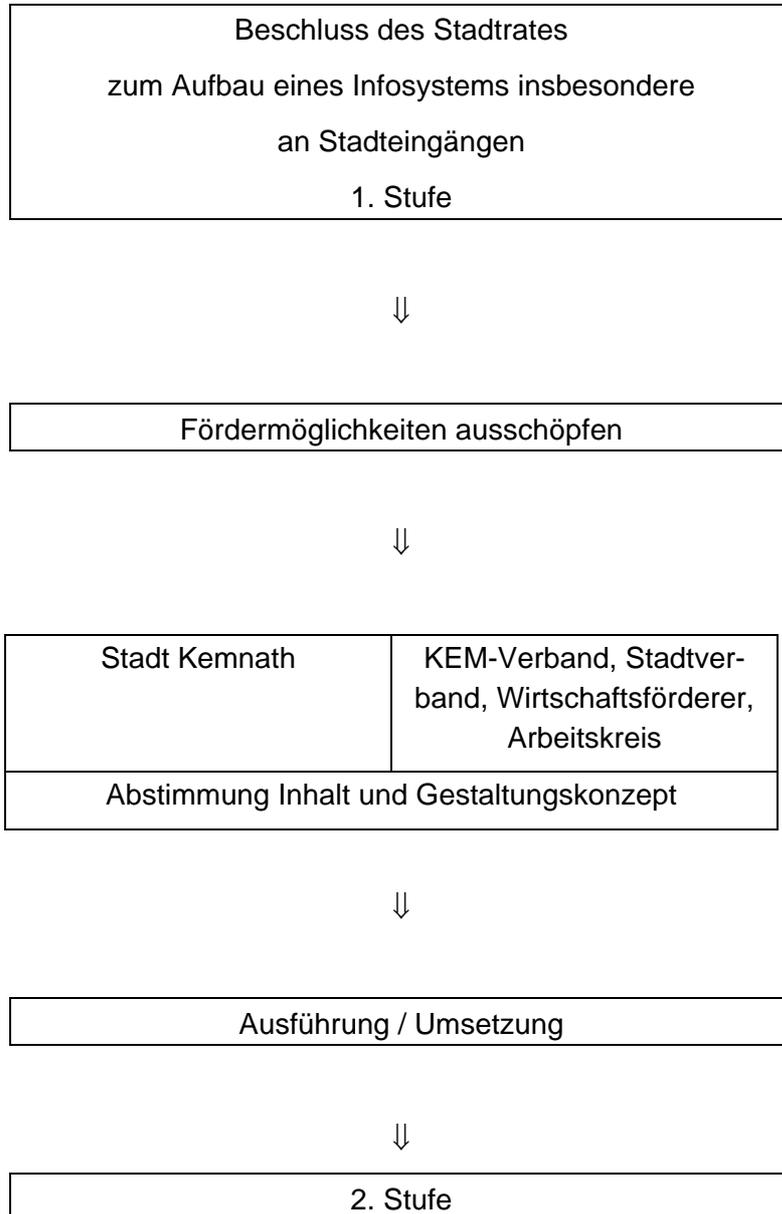
- elektronische Zimmervermittlung
- Werbung für Produkte und Angebote einheimischer Firmen
- aktueller Veranstaltungskalender

an dafür geeigneten Standorten hinzukommen.



Zur Umsetzung sollte die Stadt versuchen, Fördermittel z. B. aus der Wirtschafts- und Fremdenverkehrsförderung evtl. auch aus der Städtebauförderung – zumindest anteilig – zu erhalten.

Möglicher Handlungsablauf:



Impulsprojekt 2: Umnutzung des Brauereigebäudes

Siehe auch Projektidee 12

Der Stadt Kemnath bietet sich in attraktiver, verkehrlich gut erschlossener Innenstadtlage die Chance, gemeinsam mit dem Eigentümer das Gelände des ehemaligen Brauhauses zum Einkaufs- und Freizeitbereich „Alte Brauerei“ weiterzuentwickeln.

Das Gelände ist dazu sowohl aus Sicht des Einzelhandels als auch aus städtebaulicher Sicht sehr gut geeignet.

Die derzeitige Gewerbebranche kann damit durch

- Angebot von attraktiven Geschäften,
- Gastronomischen Einrichtungen /Freizeiteinrichtungen mit Außenbewirtschaftung z. B. Cafes, Eisdielen,
- gestalterische Qualität der Gebäude und der Freiflächen

zu einem lebendigen, multifunktionalen Bereich als Ergänzung zur Altstadt und zur Stärkung der Innenstadt entwickelt werden.

Auf die entsprechenden Aussagen der Projektidee 12 wird verwiesen.

Zunächst sollte für diesen Bereich die Aufnahme in das förmlich festgelegte Sanierungsgebiet „Altstadt Kemnath“ vorbereitet werden. Die formalen Voraussetzungen dafür liegen vor, da in der Bestandsaufnahme bereits städtebauliche Missstände festgestellt wurden. Die Stadt sollte daher – in Abstimmung mit der Regierung der Oberpfalz – die Erweiterung des förmlich festgelegten Sanierungsgebietes forcieren, mit dem Ziel, für Abbruch und Freimachen des Geländes und verkehrliche Infrastrukturmaßnahmen etc. Fördermittel aus dem Städtebauförderungsprogramm zu erhalten.

Da das Projekt die personelle Kapazität der Stadtverwaltung sprengt, könnte die Projektvorbereitung und die Investorensuche entweder durch einen externen Projektentwickler oder durch einen von der Stadt zu beschäftigenden Wirtschaftsförderer vorbereitet werden.

Für die Realisierung selbst bieten sich grundsätzlich 2 Möglichkeiten an:

Möglichkeit 1:

Sobald ein Investor gefunden wurde, der auch die städtebaulichen Vorstellungen der Stadt berücksichtigt, wird vom Investor ein Vorhaben- und Erschließungsplan erarbeitet.



Zur Sicherstellung der städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt wird ein städtebaulicher Vertrag zwischen Stadt und Investor geschlossen. Das Brauhausgelände wird vom Investor direkt vom derzeitigen Grundstückseigentümer erworben.

Möglichkeit 2:

Die Bauleitplanung wird von der Stadt durchgeführt, sie erarbeitet also den Bebauungsplan selbst. Zusätzlich könnte auch ein Zwischenerwerb des Grundstücks durch die Stadt erfolgen und das Gelände freigemacht werden und anschließend an den Investor weiterveräußert werden.

Die Stadt hätte bei dieser Möglichkeit eine noch etwas größere Einflussmöglichkeit als bei Lösung 1, allerdings trägt sie durch den Zwischenerwerb auch ein wirtschaftliches Risiko.

Darüber hinaus verteuert sich der Grunderwerb, da die Grunderwerbskosten 2x (bei Eigentumsübergang vom derzeitigen Eigentümer auf die Stadt und von der Stadt auf Investor) anfallen.

Bei beiden Möglichkeiten ist der derzeitige Grundstückseigentümer natürlich intensiv mit einzubeziehen. Dabei wäre auch zu klären, inwieweit er sich selbst am Projekt mit beteiligen möchte.



Möglicher Handlungsablauf:

Aufnahme in förmlich festgelegtes
Sanierungsgebiet,
dadurch Fördermittel für
Grunderwerb / Abbruch
Infrastrukturmaßnahmen etc.



Investorensuche	
Extern durch Projektentwickler	Intern durch Wirtschaftsförderer



Bauleitplanung	
Vorhaben- und Erschließungsplan, Bebauungsplan	Bebauungsplan



Zwischenerwerb
durch Stadt
(Abbruch / Freimachen)



Erwerb durch Investor



Ausführung / Umnutzung



Impulsprojekt 3: Umnutzung des Scheunenviertels

Siehe auch Projektidee 9

Um die bereits seit vielen Jahren in ihrer städtebaulichen Entwicklung zurückgebliebenen Scheunenviertel weiterzuentwickeln, sollten am Beispiel des Scheunenviertels „Am langen Steg“ die in Kapitel 4.3.1 aufgezeigten verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten noch verdeutlicht und konkretisiert werden.

Die derzeit nach unten gerichtete Spirale „unwirtschaftliche Nutzung = fehlender Bauunterhalt = Baufälligkeit“ ist nur durch neue, wirtschaftlich tragfähige, langfristige Nutzungen zu unterbrechen. Um festzulegen, welche Nutzungen im Scheunenviertel zukünftig angesiedelt werden sollen, sollten zunächst die in Frage kommenden Nutzungsmöglichkeiten näher untersucht werden und ein konkretes Nutzungs- und Baukonzept - abgestimmt mit den Grundstückseigentümern - entwickelt werden.

Dazu sollte zunächst eine Befragung der Grundstückseigentümer zu den konkreten Punkten

- derzeitige Nutzung
- evtl. geplante neue Nutzungen
- evtl. geplante bauliche Veränderungen,
- evtl. geplanter Verkauf etc.

durchgeführt werden.

Nach Auswertung der Befragung sollten dann die im städtebaulichen Rahmenplan vorgeschlagenen Nutzungen (Handwerkerhof, Wohnnutzung, Jugendclub) bzw. sich aus der Befragung evtl. zusätzlich ergebende Nutzungen durch Schemagrundrisse, Fassaden etc. präzisiert und die jeweiligen Vor- und Nachteile für eine Entscheidungsfindung aufgezeigt werden.

Die Aufgabe der Stadt besteht also darin, durch die Beauftragung und Finanzierung des Konzeptes, das z. B. durch Städtebauförderungsmittel gefördert werden könnte, den Anliegern grundsätzliche Lösungsansätze aufzuzeigen und damit Impulse für private Investitionen zu geben bei gleichzeitig überschaubarem städtischen Finanzaufwand.

Über die Konzeptkosten hinaus könnte die Stadt ergänzend zum bereits bestehenden kommunalen Fassadenprogramm durch ein weitergehendes „Scheunenprogramm“ zusätzliche Anreize für Privateigentümer schaffen.

Auch dieses zusätzliche „Scheunenprogramm“ könnte über Städtebauförderungsmittel gespeist werden.



Möglicher Handlungsablauf:

Beauftragung eines Entwicklungskonzeptes
für Scheunenviertel durch die Stadt

↑



Befragung der Grundstückseigentümer

Stadt i. V.
mit Grund-
stückeigen-
tümer



Auswertung der Befragung



Nutzungskonzept / Architektonisches Konzept



Umsetzung durch Grundstückseigentümer

↑ Private
↓ Maßnahmen



Impulsprojekt 4: Kemnather Gestaltungsfibel

Siehe auch Projektidee 15

Um die bisher vorrangig auf den Altstadtbereich konzentrierten Anstrengungen zur Verbesserung des Stadtbildes auf eine breitere Basis zu stellen und um auch die übrigen Stadtgebiete mit einzubeziehen, wird die Erarbeitung einer Gestaltungsfibel für die Gesamtstadt vorgeschlagen, in der gestalterische Anforderungen an Gebäude / Freianlagen in

- den Wohngebieten
- den Gewerbegebieten
- der Altstadt

dargestellt werden.

Dabei könnten grundsätzliche Aussagen zur Gestaltung von

- Straßenräumen
- Baukörperliche Ausbildungen
- Fassaden einschl. Fenster / Türen
- Dächern einschl. Dachaufbauten
- Werbeanlagen
- Einfriedungen
- Außenanlagen etc.

anhand von positiven und negativen Beispielen, ortstypischen Detaillösungen, Fassadengestaltungen, Vorschlägen zur Materialwahl etc. gemacht werden.

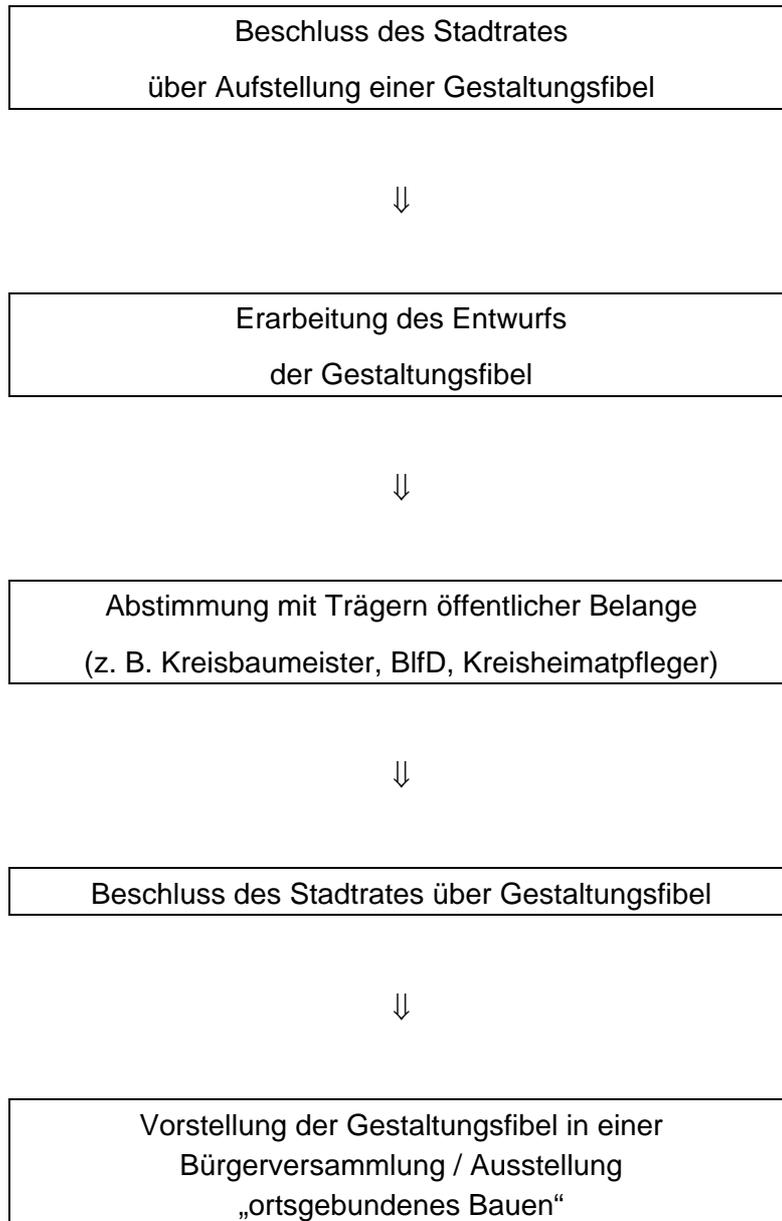
Die Gestaltungsfibel könnte durch eine Ausstellung zum Thema „ortsgebundenes Bauen“, an der sich auch die ortsansässige Handwerkerschaft mit beteiligt, ergänzt werden.

Da die Gestaltungsfibel auch die gestalterischen Anforderungen, die in der Altstadt bzw. im förmlich festgelegten Sanierungsgebiet zu berücksichtigen sind, beinhaltet, wird der Stadt geraten, bei der Regierung der Oberpfalz eine Förderung (zumindest anteilig) der Kosten für die Gestaltungsfibel aus Städtebauförderungsmitteln zu beantragen.

Das Thema Ortsbild und Gestaltungsfibel könnte zusätzlich auch in Projekttagen in der Schule behandelt werden, so dass die Schüler = zukünftige Grundstückseigentümer sich mit Fragen der Stadtbildpflege auseinandersetzen.



Möglicher Handlungsablauf:



Impulsprojekt 5: Fassadenwettbewerb

Siehe auch Projektidee 15

Als Impulsprojekt 5 wird ein weiteres Projekt zum Thema Stadtbild / Ortsgestalt vorgeschlagen.

Mit der Durchführung eines Fassadenwettbewerbs kann die Stadt alle Grundstückseigentümer ansprechen, sich aktiv an der Verbesserung des Stadtbildes zu beteiligen und gleichzeitig mit den anderen Wettbewerbsteilnehmern in Konkurrenz zu treten, während zusätzlich Preise und Auszeichnung locken.

Die Stadt könnte dazu entweder jährlich oder in einem bestimmten Turnus einen Wettbewerb durchführen. Dabei können entweder ganz allgemein gut gelungene Fassaden prämiert werden, alternativ sind auch Themenwettbewerbe möglich.

So könnten z. B. Wettbewerbsthemen wie

- vorbildliche Fassadengestaltungen bei Wohngebäuden
- gelungene Fassadensanierungen bei Altstadtgebäuden
- Gewerbefassaden
- vorbildliche Werbeanlagen
- attraktiv gestaltete Innenhöfe und Grünbereiche

in den jeweiligen Jahren ausgelobt werden.

Diese Fassadenwettbewerbe haben den Vorteil, dass sie – angesichts leerer Stadtsäcke und der angespannten städtischen Haushaltslage – nahezu kostenneutral für die Stadt sind. Die Preise könnten dabei nämlich durch Sponsoring durch die örtliche Handwerkschaft, die letztlich auch von privaten Sanierungen profitiert, zur Verfügung gestellt werden.

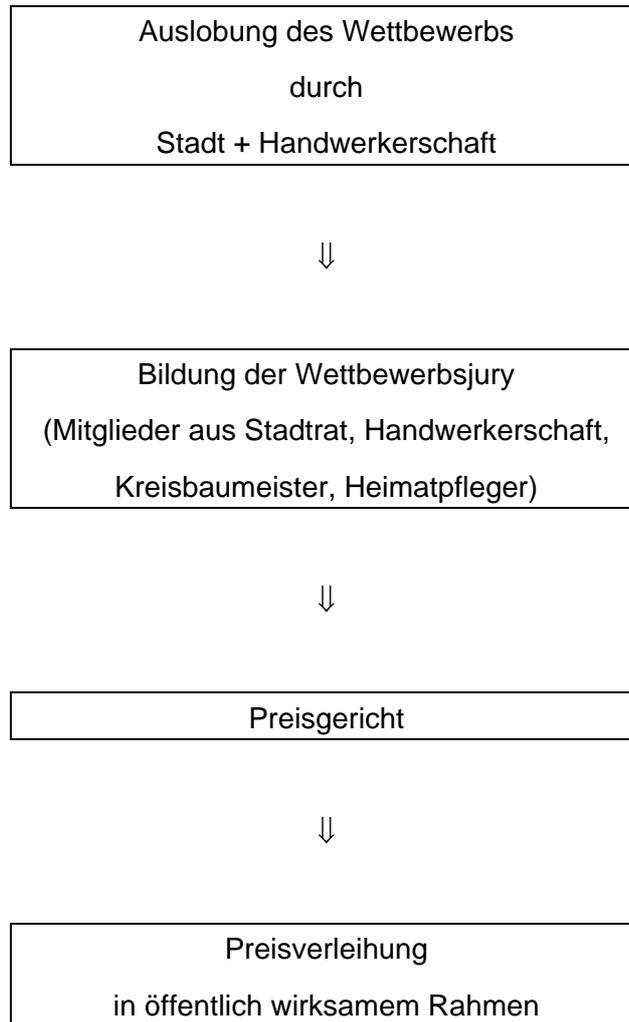
Gleichzeitig ist durch den Wettbewerbsgedanken eine breite Streuung im Sinn eines „Schneeballprinzips“ zu erreichen.

Überhaupt sollte bei der Wettbewerbsvorbereitung und -durchführung die Handwerkschaft intensiv miteingebunden werden. Auch Kreisbaumeister und Heimatpfleger sollten z. B. in der Jury mitwirken.

Durch eine medienwirksame Preisverleihung gewinnt der Preis und die damit verbundene Auszeichnung zusätzlich an Wert.



Möglicher Handlungsablauf:



2.2 Maßnahmenkatalog

Nachfolgend werden die vorgeschlagenen Maßnahmen mit ihrer zeitlichen Einordnung, den Akteuren und der Kosteneinschätzung zusammenfassend dargestellt.

Ziele entsprechend den Leitbildern	Maßnahme / Umsetzung	Priorität			Akteure		Kosten
		1	2	3	Stadt Kernmuth	Investor / Bürger / Privat	
1.0	<p>Verkehr</p> <p>Verbesserung und evtl. zusätzliche Verkehrsbindung an die B 22 durch eine weitere Anschlussstelle (langfristig)</p>			X	X		Kosten abhängig von der Machbarkeit und gewählter Ausführung
1.1	Weitere zentrale Anschlussstelle an die Bundesstraße B 22			X	X		
2.0	<p>Verkehrsgerechter Ausbau der innerörtlichen Verkehrserschließung insbesondere der südlichen Innenstadtführung Amberger Str. / Werner-von-Siemens-Str.</p>						Voraussetzung ist der Grunderwerb aus den angrenzenden Grundstücken, die Kosten können daher erst nach Abstimmung über Umfang des Grunderwerbs mit dem Grundstückseigentümer genannt werden
2.1	Verkehrs- und funktionsgerechte Neugestaltung der südlichen Stadtführung Werner-von-Siemens-Straße, Verbesserung der Kurvenradien, der Regelbreiten, Gehwege			X	X		
3.0	<p>Verbesserung der wichtigen innenstädtischen Verkehrsknoten Cammerloherplatz und Amberger Str. / Werner-von-Siemens-Str.</p>						280. 000 €
3.1	Neugestaltung Cammerloherplatz (siehe Punkt 26.1)	X				X	
	3.2	Anlegen eines Kreisverkehrs im Bereich des Verkehrsknotens Amberger Straße / Werner-von-Siemens-Straße		X		X	250. 000 €



	Ziele entsprechend den Leitbildern	Maßnahme / Umsetzung	Priorität			Akteure		Kosten
			1	2	3	Stadt Kernnath	Investor / Bürger / Privat	
4.0	Verbesserung der verkehrlichen Anbindung der südlichen Stadtgebiete an die Innenstadt (Überwindung der trennenden Wirkung der B 22 zwischen „Südstadt und Innenstadt“)	4.1 "Überdeckung" der B 22		X		X	nur zur Diskussion	
5.0	Gleichmäßige und ausgewogene Verteilung von Stellplätzen um den Stadtkern	5.1 Anlegen eines Entlastungsparkplatzes "Am Eisweiher" (siehe auch Punkt 15.3) 5.2 Anlegen eines Entlastungsparkplatzes an der "Seeleite" (siehe Punkt 18.3)	X	X		X	335.000 € (Planung liegt bereits vor) 500.000 €	
6.0	Verbesserung des Stellplatzangebotes für die Anwohner der Altstadt (z.B. Quartiersgaragen)	6.1 Anlegen von Stellplätzen westlich des Fallbaches auf Flur-Nr. 1162 in Verbindung mit Quartiersgaragen 6.2 Errichten von Quartiersgaragen im Bereich "Am Eisweiher" auf Flur-Nr. 246/4 6.3 Errichten von Quartiersgaragen in Verbindung mit dem Entlastungsparkplatz an der "Seeleite"			X	X	215.000 € 125.000 € (Planung liegt bereits vor) 90.000 € (nur Garagenanlage)	
7.0	Verbesserung des Stellplatzangebotes im Bereich Gewerbegebiet „West“	7.1 Nachweis von Kunden- Mitarbeiterstellplätzen auf Privatgrund / gestalterische Verbesserung der Stellplätze / Eingrünung					Privatmaßnahmen	



Ziele entsprechend den Leitbildern	Maßnahme / Umsetzung	Priorität			Akteure		Kosten
		1	2	3	Stadt Kernmath	Investor / Bürger / Privat	
8.0	Aufwertung und Ausbau des überörtlichen Fuß- und Radwegenetzes mit dem Stadtgebiet		X			X	evtl. Kostenteilung Landkreis / Fahrrad - Clubs mögl.
9.0	Aufbau eines vollständigen Fuß- und Radwegesystems innerhalb des Stadtgebietes						
	8.1	Verbesserung der Fuß- und Radwegeverbindungen von Ost nach West durch eine schlüssige Beschilderung, durch Hinweisschilder, Informationen, usw., i. V. mit Punkt 9.2					
	9.1	Fußweg von der Schulstraße (Grabenkapelle) in Richtung Westen zum Friedhof	X			X	60.000€
	9.2	Fußweg von der Rotkreuzstraße in Richtung Osten entlang der B 22	X			X	200.000€
	9.3	Fußwegeverbindungen im Bereich des Stadtwaihers in Richtung Altstadt über Mittelbach, Spitalgraben und Weihergraben sowie Fußwegeverbindung zur Fronveste		X		X	170.000€
	9.4	Wünschenswerte Fußwegeverbindung von der Schulstraße in Richtung Norden				X	30.000€
	9.5	Fußweg von der Erbendorfer Straße in Richtung Norden, entlang des ehemaligen Klosters und weiter in Richtung Eisersdorf		X		X	100.000€
	9.6	Fußweg von der Wunsiedler Str. in Richtung BRK Altenheim	X			X	45.000€

	Ziele entsprechend den Leitbildern	Maßnahme / Umsetzung	Priorität			Akteure		Kosten
			1	2	3	Stadt Kernnath	Investor / Bürger / Privat	
10.0	Sicherung und Verbesserung des öffentlichen Personennahverkehrs sowohl überörtlich als auch mit dem Umland „Kernnather Land“	10.1 Schaffung eines bedarfsgerechten öffentlichen Personennahverkehrs, Optimierung des ÖPNV (attraktive Zeiten, günstige Umsteigeverbindungen)	X					
11.0	Grün- und Freiflächen Ausweisen von Schutzbereichen entlang der Bachläufe von Fallbach, Schirmitzbach und Flötzbach - keine weitere Bebauung - Erhalt, Pflege und ökologischer Ausbau der natürlichen Uferbereiche	11.1 Ökologischer Ausbau der natürlichen Uferbereiche			X	In Abstimmung mit Wasserwirtschaftsamt		Kosten können erst auf der Grundlage eines Gesamtkonzeptes genannt werden
12.0	Vernetzung der landschafts- und stadtbildprägenden Grünzüge mit den Grünflächen des Seeleitens / Stadtweihers	12.1 Beseitigung von ortsbildstörenden Nebengebäuden, die im Grünzug liegen, Pflanzen von heimischen Bäumen und Sträuchern	X			X	X	Förderung der Abbruchkosten im Rahmen der Städtebauförderung mögl., Kosten für Gartenfachberater Kosten siehe 11.0

	Ziele entsprechend den Leitbildern	Maßnahme / Umsetzung	Priorität			Akteure		Kosten
			1	2	3	Stadt Kernnath	Investor / Bürger / Privat	
13.0	Wiederherstellen der Erlebbarkeit des Flözbaues zwischen dem ehemaligen Betriebsgelände der Fa. Ponnath und dem Schmirzibach	13.1 Wiederfreilegen des Flözbaues nach Abbruch von Gebäuden bzw. Nebengebäuden			X	X	In Verbindung mit den Anliegern	Kosten können erst auf der Grundlage eines Gesamtkonzeptes genannt werden
14.0	Verbesserung der Ortsrandeingußung bei den nördlichen und östlichen Wohngebieten um - Ortsränder gegenüber der freien Landschaft exakt zu definieren - eine klare Gliederung der Siedlungsstruktur zwischen Stadt und Ortsteilen zu erhalten	14.1 Herstellen einer Ortsrandeingußung mit standortheimischen Gehölzen	X			X	X	Kostenlose Bereitstellung von Pflanzmaterial z. B. durch Sponsoren, gemeinsame Pflanzaktionen z. B. durch Gartenbauvereine

	Ziele entsprechend den Leitbildern	Maßnahme / Umsetzung	Priorität			Akteure		Kosten
			1	2	3	Stadt Kernnath	Investor / Bürger / Privat	
15.0	Weiterer Ausbau der innerstädtischen Grün- und Aufenthaltsbereiche im Bereich der Bürgermeister-Metschnabel-Anlage / Stadtwaiher / Seeleite im Süden und des Eisweihers im Norden als wichtige innerstädtische Grünflächen für Naherholung und Freizeit, „Grüner Ring um die Altstadt“	15.1 Grünordnerische Verbesserungen im Bereich des Stadtwaihers / Seeleitenparks : - Ufergestaltung, - Herstellen von Fußwegen, - Pflanzungen, - Errichten von Freizeitanlagen z. B. Kinderspielfeld, Boule, Skaterbahn usw.	X			X		100.000 € exakte Kosten abhängig vom Gestaltungskonzept und Umfang der geplanten Maßnahmen
		15.2 Errichtung einer Seebühne mit textiler Überdachung in Verbindung mit einer Sitztribüne		X		X		Plattform : 135.000 € Sitztribüne : 80.000 €
		15.3 Attraktive Gestaltung des Eisweihers zu einem Aufenthalts- und Verweilbereich	X			X		72.000 €
16.0	Verbesserung des Wohnumfeldes in der Altstadt durch Entsigelung der Hofbereiche und Entkernungsmaßnahmen (Verbesserung der Belichtung und Bebauung) Grundstücksübergreifende Begrünungskonzepte für die Vorgärten und Gartenflächen in den Wohngebieten	16.1 Entwickeln von grünordnerischen Gestaltungsrichtlinien in Form einer Gestaltungsfibell (siehe Punkt 17.1)	X			X	X	Kosten siehe Punkt 17.1 Impulsprojekte durch Stadt, Umsetzung durch Bürger / private Grundstückseigentümer

	Ziele entsprechend den Leitbildern	Maßnahme / Umsetzung	Priorität			Akteure		Kosten
			1	2	3	Stadt Kemnath	Investor / Bürger / Privat	
17.0	Stadtgestaltung in Verbindung mit Nutzung Erhalt der denkmalgeschützten Ensemblesbereiche „Altstadt Kemnath“ und „Camerloherplatz“ in ihrer Erlebbarkeit (Raumkanten, Baufluchten) mit gestalterischen Aussagen zu Wohngebieten und Gewerbegebieten	17.1 Erstellen einer "Kemnather Gestaltungsfibel" (Altstadt-Wohnen-Gewerbe)	X			X		15. 000 €
18.0	Beseitigung von Stadtbildstörungen in Verbindung mit einer städtebaulichen Neuordnung, insbesondere bei den großen Gewerbebrachen an der Amberger Str., Wunsiedler Str. und Seeleite	18.1 Bereich ehem. "Brauhaus Kemnath" : - Freimachen des Baugrundstückes, - Abbrucharbeiten - Umnutzung	X				Privatmaßnahme, in enger Abstimmung mit der Stadt	evtl. Beteiligung der Stadt im Rahmen der Städtebauförderung an Abbruch, Freimachen, Infrastrukturmaßnahmen etc.
		18.2 Bereich ehem. Betriebsgelände Fa. Ponnath : - Freimachen des Baugrundstückes, - Abbrucharbeiten - Umnutzung		X			Privatmaßnahme, in enger Abstimmung mit der Stadt	evtl. Beteiligung der Stadt im Rahmen der Städtebauförderung an Abbruch, Freimachen, Infrastrukturmaßnahmen etc.
		18.3 Bereich Seeleite : - Grunderwerb durch die Stadt, - Freimachen des Grundstückes, - Neugestaltung eines Entlastungsparkplatzes			X	X		Grunderwerb: 310.000 € Freimachen : 100.000 € Neugestaltung: 500.000 €

	Ziele entsprechend den Leitbildern	Maßnahme / Umsetzung	Priorität			Akteure		Kosten
			1	2	3	Stadt Kernnath	Investor / Bürger / Privat	
19.0	Aufwertung der Stadtfahrten Bayreuther Str. und Werner-von-Siemens-Str. (Begrünung, Informationstafeln, Kunst, etc.)	<p>19.1 Entwicklung eines Beschilderungssystems</p> <p>19.2 Errichtung von elektronischen Info- Terminals an zentralen Standorten</p>	X			X		20.000 €
20.0	Verdeutlichung des ehemaligen / historischen Stadtmauerverlaufes	<p>20.1 Beseitigung von ortsbildstörenden Anbauten bzw. Überbauten zur Wiederfreilegung der Stadtmauer bzw. Verdeutlichung des historischen Stadtmauerverlaufes als Bodentextur, Begrünung</p>		X			Privatmaßnahmen	ca. 10.000 € pro Infosäule
21.0	Schließen fehlender Raumkanten bzw. Wiederherstellung durch Ersatz- bzw. Neubauten	<p>21.1 Neue bauliche Raumkante zum Primianusplatz auf Flur-Nr. 433 / Pizzeria</p> <p>21.2 Raumkantenfassung durch neue Gebäude zwischen Anwesen Amberger Straße 6 u. 14 / Nutzung z. B. Dienstleistung</p> <p>21.3 Bauliche Raumkante entlang der Bayreuther Str. zwischen Feuerwehrhaus und Friedhofskirche / Nutzung z. B. Soziales Dienstleistungszentrum</p>		X			Privatmaßnahme	

	Ziele entsprechend den Leitbildern	Maßnahme / Umsetzung	Priorität			Akteure		Kosten
			1	2	3	Stadt Kemnath	Investor / Bürger / Privat	
22.0	Gestalterische Aufwertung (optische Aufwertung) und Verknüpfung der Gewerbebereiche entlang der Bayreuther Str. mit der Altstadt	22.1 Einheitliche Festlegung der Gestaltung (Homogenität) von Stellplätzen, Begrünungen, gemeinsame Zufahrt			X		X	30.000 € Kosten für die Aufstellung eines B-Planes, Kosten für gestaltende Beratung der Einzelhandelsbauten
23.0	Sanierung und somit gestalterische Aufwertung von stadtbildprägenden Gebäuden mit schlechter Bausubstanz	23.1 Dringende Umbau- und Sanierungsmaßnahmen innerhalb der Altstadt - Umbau und Sanierung Trautenbergstr. 8 + 10, (ehem. Weißbrauhaus), - Umbau und Sanierung Trautenbergstr. 16 (ehem. Kino), - Umbau und Sanierung Rückgebäude, Trautenbergstr. Flur-Nr. 84, - Umbau und Sanierung Schmidstr. 15, - Umbau und Sanierung Stadtplatz 3, - Gebäudesanierung Cammerhoferplatz 4,5,9,11.			X			Kosten hängen ab von den zukünftigen Nutzungen und den jeweiligen architektonischen Konzepten des Einzelbauvorhabens (evtl. Förderung im Rahmen des Städtebauförderungsprogrammes)
24.0	Abbruch von ortsbildstörenden Gebäuden	24.1 siehe Punkt 18.1 - 18.3 Abbruch von Stadtbildstörungen						

	Ziele entsprechend den Leitbildern	Maßnahme / Umsetzung	Priorität			Akteure		Kosten
			1	2	3	Stadt Kemnath	Investor / Bürger / Privat	
25.0	Gestalterische Integration von Neubauten unter Berücksichtigung angemessener für den Bereich typischer Maßstäblichkeit (Proportion, Dachlandschaft, Materialien)	25.1 siehe Punkt 21.1 - 21.3 Wiederherstellung von Raumkanten						
26.0	Neugestaltung und Sanierung der Gassen und Plätze (z. B. Schützengraben, Weihergraben / Friedrichstr., Wunsiedler Str., Cammerloherplatz, Erbendorfer Str. etc.)	26.1 Neugestaltung des Cammerloherplatzes (siehe Punkt 3.1)	X			X		280.000 €
		26.2 Neugestaltung der Friedrichstr.	X			X		85.000 €
		26.3 Neugestaltung Schützengraben		X		X		190.000 €
		26.4 Neugestaltung Weihergraben		X		X		210.000 €
		26.5 Neugestaltung Am Langen Steg		X		X		340.000 €
		26.6 Neugestaltung Seeleite (nur Straßenraum)		X		X		140.000 €
27.0	Ausbau im Gesundheitswesen	27.1 Neubau von Reha-Einrichtungen, Praxisklinik etc. als Ergänzung zum Krankenhaus			X		X	Kosten können derzeit noch nicht genannt werden
28.0	Nutzungsaufwertung der ortsbildprägenden Scheunenviertel	28.1 Umnutzung des Scheunenviertels, Erstellen einer Quartiersstudie		X		X		15.000 € Impulsprojekte durch Stadt, Umsetzung durch Bürger / private Grundstückseigentümer



X. LITERATURVERZEICHNIS



B.A.T FREIZEIT-FORSCHUNGSINSTITUTS (1997): Deutschland 2010. Zukunft der Gesellschaft, Hamburg

BAYERISCHER LANDTAG (HRSG.): Drucksache 11/12683 und 13/11992, München

BAYERISCHER STÄDTETAG (2001): Der Flächenverbrauch muss reduziert werden. In: Informationsbrief 8/2000, München

BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG (Hrsg.) (2000), Industriebericht Bayern 2000 mit Branchenreport und Regierungsprofilen, München

BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG (HRSG.) (versch. Jahrgänge): Gemeindedaten, München

BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG (HRSG.) (2004): Statistik kommunal 2003, Stadt Kemnath, München

BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM DES INNEREN (HRSG.) (2002): Vollzug der Baugesetze. Großflächige Einzelhandelsbetriebe nach §11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, unveröffentlichter Brief an die Regierungen und Untere Bauaufsichtsbehörden vom 19. August 2002

BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR LANDESENTWICKLUNG UND UMWELTFRAGEN (Hrsg.) (2003): Landesentwicklungsprogramm Bayern, München

BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR LANDESENTWICKLUNG UND UMWELTFRAGEN (HRSG.) (2002), Handlungsanleitung zur landesplanerischen Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten in Bayern vom 1. August 2002, München

BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR LANDESENTWICKLUNG UND UMWELTFRAGEN (2001): Begründung zum Fachziel Einzelhandelsgroßprojekte/FOC, in: LEP Bayern – Teilfortschreibung zum Fachziel Einzelhandelsgroßprojekte/FOC – Entwurf 29. Mai 2001/24. Juli 2001

BBE BAYERN UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH (1998): Markt- und Strukturdaten, München

BRAKE, K: Dienstleistungen und Stadtentwicklung, in: DEUTSCHES INSTITUT FÜR URBANISTIK (DIFU) (HRSG.) (1996) Die Zukunft des Dienstleistungssektors in der Stadt, Berlin, S. 108-120

BUNDESANSTALT FÜR ARBEIT (2003): Arbeitsamt Weiden, Referat Beschäftigungsstatistik IIIb5 - 4204 (17), Stichtag 30.6.2002 (vorläufig), Weiden/Nürnberg

BUNDESARBEITSGEMEINSCHAFT DER MITTEL- UND GROßBETRIEBE DES EINZELHANDELS (BAG) (1998): Die City verliert an Reiz, in: Informationsdienst des Instituts der deutschen Wirtschaft BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR, BAU- UND WOHNUNGSWESEN (HRSG.) (2002):



Bericht der Arbeitsgruppe Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und §11 Abs. 3 BauNVO, Berlin

BUNDESVERWALTUNGSGERICHT (1987): Urteil vom 22. Mai 1987, DVBI 1987, 1006

CIMA-STADTMARKETING GMBH (1996): Städtevergleich, München

CIMA-STADTMARKETING GMBH (HRSG.) (vers. Jahrgänge): cimadirekt - Die Zeitschrift für Stadtentwicklung und Marketing, München

DIW DEUTSCHEN INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG (HRSG.) (1998) Sonderheft Nummer 165: Beiträge und Diskussionsberichte zu einer Tagung der Projektgruppe "Das Sozio-ökonomische Panel". Von Jürgen Schupp und Gert Wagner, Berlin

DIW DEUTSCHEN INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG (HRSG.) (1999) Sonderheft Nummer 168: E-Commerce - Erfolgsfaktoren von Online-Shopping in den USA und in Deutschland. Von Brigitte Preißl und Hansjörg Haas, Berlin

DSSW DEUTSCHE SEMINAR FÜR STÄDTEBAU UND WIRTSCHAFT (HRSG.) (1998): Wettbewerb „Attraktive Geschäftsstraßen - Ideen für den Erlebnisraum Innenstadt“ DSSW-Schriften 26, DSSW-Leitfaden, Berlin

DSSW DEUTSCHE SEMINAR FÜR STÄDTEBAU UND WIRTSCHAFT (HRSG.) (2003): Geschäftsstraßen-Management DSSW-Schriften 38, DSSW-Leitfaden 2003, Berlin

FACHKOMMISSION „STADTENTWICKLUNGSPLANUNG“ DES DEUTSCHEN STÄDTETAGS (HRGS.) (2004): „Arbeitspapier des deutschen Städtetags. Integration von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen. Aktuelle Herausforderungen und Handlungsempfehlungen“. Köln und Berlin

GMA -GESELLSCHAFT FÜR MARKT- UND ABSATZFORSCHUNG (HRSG.) (vers. Jg.): Informationen und Meinungen zu Marktforschung und Stadtentwicklung, Ludwigsburg

HATZFELD, U. (1996): „Die Probleme des Handels sind die Probleme der Städte. Stand, Entwicklung und Prognose der Handlungsbereiche im Überschneidungsbereich zwischen Handel und Stadt.“, in: Ministerium für Arbeit, Soziales und Stadtentwicklung, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): „Handel in der Stadt. Handeln in der Stadt“

IFO-INSTITUTS (Hrsg.) (vers. Jg.): ifo Studien, Zeitschrift für empirische Wirtschaftsforschung; ifo Konjunkturperspektiven; ifo-GfK-Konsumreport, München

KLEMMER, P. (2004): „Die Zukunft der Deutschen Städte“, in: Deutscher Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V. DV aktuell 1/2004

KMPG (2003): Trends im Handel 2005 - Ein Ausblick für die Branchen Food, Fashion und Footwear. Berlin

KNIPPING, D./RASSHOFER, G./PETZET M. (2000): Denkmäler in Bayern, Band III.45, Landkreis Tirschenreuth, München

LANDRATSAMT TIRSCHENREUTH (HRSG.) (2002), Fahrplan für unsere Bahnen und Busse im Nahverkehr. Gültig vom 15.12.2002 bis 31.12.2003, Tirschenreuth



LBE UND BAY .STAATMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, VERKEHR UND TECHNOLOGIE (HRGS.) (1999): Attraktiver Einzelhandel in Bayern – ein wichtiger Partner für lebendige Innenstädte, München

MAIER JÖRG (2001): Einzelhandel und neue Entwicklungen aus der Sicht der Geographie und Regionalforschung – Die neue Entwicklung der Einzelhandelsgroßprojekte in den MOE-Ländern und der Vergleich zu den Erfahrungen in den marktwirtschaftlich-kapitalistischen Systemen aus: Einzelhandels-Großprojekte und Wirtschaftsgeographie, In: Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung 204, Bayreuth

MEYER, B. (1999): „Stadtfeste und kommunaler Kulturauftrag: Widerspruch oder Chance für eine gemeinsame Entwicklung“. In: der städtetag 5/1999

MINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND STADTENTWICKLUNG, KULTUR UND SPORT DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (HRSG.) (1999): „Innerstädtische Einkaufszentren. Anforderungen und Integration.“ Düsseldorf

MÜLLER-HAGEDORN (1998): Der Handel, Stuttgart, Berlin, Köln

OBERSTE BAUBEHÖRDE IM BAYERISCHEN STAATSMINISTERIUM DES INNEREN (HRSG.):

Arbeitsblätter für Bauleitplanung Nr. 10 (Grünordnung und Landschaftspflege), München

Arbeitsblätter für Bauleitplanung Nr. 12 (Ortsränder), München

Arbeitsblätter für Bauleitplanung Nr. 14 (Gewerbegebiet), München

STADT KEMNATH (HRSG.) (1982): Bericht über Vorbereitende Untersuchung

PROGNOS AG: Prognos Deutschland Report Nr. 2, Basel, 1998

REGIONALER PLANUNGSVERBAND OBERPFALZ-NORD (Hrsg.)(2003): Regionalplan Region Oberpfalz-Nord (6)

STADT KEMNATH (HRSG.) (1981): Aus der Geschichte Stadt Kemnath, Heimatbuch, erstellt von Anton Reger

STADT KEMNATH (HRSG.) (1987): Erläuterungsbericht Flächennutzungsplan der Stadt Kemnath, Kemnath

STADT KEMNATH (HRSG.) (1996): Wohnen – Leben – Arbeiten, Kemnath

STADT KEMNATH (HRSG.) (2003): Veranstaltungskalender/Kommunale Mitteilungen Stadt Kemnath

STATISTISCHES BUNDESAMT DEUTSCHLAND (HRSG.) (2000): Datenreport 1999, Wiesbaden

WÜSTENROTSTIFTUNG (HRSG.) (1999): «Neue Wohnformen», Stuttgart



INTERNETQUELLEN:

ADAC ROUTENPLANUNG, www.adac.de

BANKGESELLSCHAFT BERLIN: www.bankgesellschaft.de/immo/marktinfo/Marktbericht_6pdf

BAYERISCHE STAATSKANZLEI, PRESSE, ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UND MEDIEN:
<http://www.bayern.de>

BIB - BUNDESINSTITUT FÜR BEVÖLKERUNGSFORSCHUNG BEIM STATISTISCHEN BUNDESAMT
<http://www.bib-demographie.de/>

HANDELSVERBAND BAG (HRSG.) (2004): Wettbewerbs-/Kostennachteile der innerstädtische Einzelhandelsbetriebe gegenüber Unternehmen auf der Grünen Wiese (www.handelsverband.de/user/10599/themes/aktuellvergleich.pdf)

HAUPTVERBAND DES DEUTSCHEN EINZELHANDELS (HDE): <http://www.einzelhandel.de>

INSTITUT DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT: iw-trends Köln <http://www.iwkoeln.de/> Publikationen/ frs_publicationen.htm

LANDKREIS TIRSCHENREUTH (2003): Gemeindeteile der Gemeinden im Landkreis, unter: <http://www.tirschenreuth.de>

LEBENSMITTELZEITUNG: Top 10 Food / Deutschland 2003: <http://www.lz-net.de/companies/rankings/pages/show.prl?id=28>

REGIERUNG DER OBERPFALZ (2003): Zentrale Orte unter <http://www.regierung.oberpfalz.bayern.de>

STADT KEMNATH, <http://www.kemnath.de>

STATISTISCHES BUNDESAMT DEUTSCHLAND: <http://www.destatis.de/>

INTERNETSEITEN ZU DEN REFERENZBEISPIELEN DES AKTIONSPROGRAMMS:

www.adfc-bayern.de/oberfranken.htm

www.bad-sobernheim.de/TA_Barfuss.htm

www.biocampus-straubing.de

www.bmfsfj.de

www.dnb-ev.de

www.doerzbach.de

www.europassion.be/home.htm

www.faktor8.at

www.fraas.com



www.gallery.uunet.be/passion/passion1.htm
www.generationendialog.de
www.gutekunst-sanatorien.de
www.handwerkerhof.halle.de
www.heidenau.de/troisdorf.html
www.hih-kulmbach.de
www.hohenlohekreis.de
www.hollfeld.de/kunst/stadl.htm
www.immowelt.de/stadt-schweinfurt/asp/suche.asp
www.initiative-rodachtal.de
www.internetdorf.de
www.kleinwalsertal.com/de/win/touristinfo/qplus.asp
www.koenigsberg.de
www.kronachonline.de/~lk/Freizeit/Naturpark/Tourismusleitbild/Gastronomie
www.landkreis-ludwigsburg.de/kreisgebiet/tourismus/radweg_glems.html
www.lungau.de/muehlenweg/frame.htm
www.medicalpark.de/de/main/medical_park_bad_rodach.htm
www.muenchberg.de/a9mitte
www.muenchbuerger.info
www.municipia.at/fallstudien/www.neubuerg.de
www.naturbuehne-trebgast.de
www.neurodermitis.net
www.ostalbkreis.de
www.penzberg.de/Erleben/sportfreizeit/barfusspfad
www.praxisinfodienst.de/gsb/Beratungsangebot__Kooperatione.299.0.html
www.psoriasis-bund.de
www.radtouren-oberfranken.de/index2.html
www.reeder.de/therapie001.html
www.regionnordhessen.de/region/standort_nordhessen
www.reppel-lorenz.de/4tickertrends/tourismusticker/pdf/0402.pdf
www.sachsen-mit-pferd.de
www.selb.de/html/cms/bauen/wifoe/index.html



www.seniorenbueros.org

www.smul.sachsen.de/de/wu/landwirtschaft/laendliche_neuordnung

www.stadtbuehne.de

www.standortpool.de

www.stmas.bayern.de/senioren/servicezentren/index/htm

www.stmas.bayern.de/sozialpolitik/ehrenamt/index/htm

www.straubing-sand.de

www.tech-n-o.de

www.theaterherbst.de

www.thueringen.de/de/tmlnu/aktuell/presse/11317/uindex.html

www.top-tir.de

www.wallduern.de/whis/vk-offen-st/offenersonntag.htm

www.wireg.de

www.wirfueritzehoe.de/2004-offener-sonntag-april

