



Leitbild für die Einkaufsstadt Erlangen im Jahr 2015

Inhaltsverzeichnis

Seite

Sinn und Zweck eines Leitbildes.....	3
Bereiche der Stadtentwicklung.....	4
1. Stadtbild und Aufenthaltsqualität.....	5
2. Verkehr und Parken.....	6
3. Kundenservice, Zusammenarbeit und Kooperation.....	7
4. Öffentlichkeitsarbeit.....	8
5. Veranstaltungen.....	9

Bearbeitung:

Dipl.-Geogr. Michael Seidel
Dipl.-Geogr. Dagmar Weber

München, November 1996

Sinn und Zweck eines Leitbildes

Das Leitbild beschreibt einen Zustand, der von allen Beteiligten gewünscht wird, aber noch nicht oder nicht in allen Belangen erreicht ist. Es beinhaltet Idealvorstellungen für die Einkaufsstadt Erlangen. Es bildet damit eine wichtige Grundlage für die Umsetzungsphase des Stadtmarketing-Projekts.

Das Leitbild bezweckt Orientierung, Motivation und konkrete Anregung. Es ist für alle am Stadtmarketing Beteiligten wichtig und muss deshalb verständlich und für jeden nachvollziehbar sein.

Es beantwortet z.B. Fragen wie:

- § Wer wollen wir sein?
- § Welche Ansprüche stellen wir an uns selbst?
- § Wodurch wollen wir uns von anderen Städten unterscheiden?
- § Durch welchen Nutzen, den wir unseren KundInnen bieten, wollen wir uns profilieren?

In den einzelnen Themenbereichen wird die gewünschte Situation des Erlanger Einzelhandels für das Jahr 2015 dargestellt. Es handelt sich also um eine Zukunftsvision, die deutlich von der aktuellen Situation abweicht. Es ist weiterhin zu beachten, dass das Leitbild nur Maßnahmenvorschläge anbietet.

Das Leitbild ist nur wirksam, wenn es akzeptiert und gelebt wird. Es muss von möglichst vielen Beteiligten und verschiedenen Interessengruppen in der Stadt erarbeitet werden und Konsens finden. Wer das Leitbild unterzeichnet, verpflichtet sich, dessen Verwirklichung zu unterstützen.

Bereiche der Stadtentwicklung

Das Leitbild für die Einkaufsstadt Erlangen ist in folgende Bereiche der Stadtentwicklung unterteilt. Die Reihenfolge der Gliederung stellt keine Prioritätensetzung dar. Die Nummerierung dient lediglich der Orientierung für die LeserInnen.

1. Stadtbild und Aufenthaltsqualität	5
2. Verkehr und Parken	6
3. Kundenservice, Zusammenarbeit und Kooperation	7
4. Öffentlichkeitsarbeit	8
5. Veranstaltungen	9

1. Stadtbild und Aufenthaltsqualität

Der Haupteinkaufsbereich zwischen Martin-Luther-Platz und Rathausplatz ist der attraktive Einkaufs- und Erlebnisbereich Erlangens. Die optimale Verkehrsverbindung zwischen den beiden Plätzen betont die Bedeutung dieses Gebiets.

Straßen und Plätze sind attraktiv gestaltet. Die gesamte Fußgängerzone präsentiert sich auf hohem Niveau, die einzelnen Gestaltungselemente sind aufeinander abgestimmt. In Straßencafés und Restaurants verweilen die BesucherInnen zwischen und nach dem Einkauf. Nicht zuletzt ist die großräumig verkehrsberuhigte Innenstadt die Basis für die hohe Aufenthaltsqualität.

Der Rathausbereich und das Kongreßzentrum sind neugestaltet und präsentieren sich den BürgerInnen freundlich und gepflegt.

Ein Besuch in der Erlanger Innenstadt ist immer ein Erlebnis. Regelmäßige Veranstaltungen öffentlicher und privater Träger für alle Altersgruppen erfüllen Plätze und Straßen mit Leben.

Die ausgewogene Vielfalt an Fachgeschäften mit ihrer beispielhaften Service- und Bedienungsfreundlichkeit zieht viele BürgerInnen und BesucherInnen in die Innenstadt. Die Zugänglichkeit fast aller Geschäfte auch für Behinderte ist erreicht. Passagenlösungen und Überdachungen ergänzen das attraktive Angebot. Leerstände gibt es nicht, da die Nachfrage nach Geschäftsflächen das Angebot übersteigt.

Das Wohnumfeld ist durch die attraktiv gestaltete Innenstadt und die Begrünung der Fußgängerzone und Plätze gut. Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Verwaltung, Wohnen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen stellen das multifunktionelle Zentrum der Stadt dar. Diese ausgewogene Mischung verschiedenster Nutzungen gewährleistet die Belebung der Innenstadt bis in die späten Abendstunden.

2. Verkehr und Parken

Der unmittelbare Anschluss aller Verkehrsmittel gewährleistet die gute Erreichbarkeit der Innenstadt. Auswärtige BesucherInnen werden durch das beispielhafte Parkleitsystem ohne Umwege in die Innenstadt geführt. Ein Parkplatz ist durch die durchdachte Parkraumbewirtschaftung immer leicht zu finden. Die ausreichend vorhandenen Tiefgaragen, Parkhäuser und Großparkplätze sind gepflegt und sicher und bieten Auflademöglichkeiten für mit umweltfreundlichen Energien betriebene Fahrzeuge.

Der Ausbau des ÖPNV ist ein Schwerpunkt der Erlanger Verkehrspolitik. Das kundengerechte ausgebaute Angebot im ÖPNV wird von Einheimischen UmlandbewohnerInnen rege genutzt. Für den Weg zur Arbeit, zum Einkaufen und für Besuche ist der leistungsfähige ÖPNV eine echte Alternative.

In der verkehrsberuhigten Innenstadt dominieren Fußgänger und Radverkehr. es existieren Verleihstellen für z.B. Fahrräder und ein umweltfreundliches Verkehrsmittel verbindet Martin-Luther-Platz mit dem Rathausplatz.

Auch am Bahnhof fühlt man sich sicher und wohl. Bevölkerung Bahnsteige und ein gepflegter Bahnhofsvorplatz begrüßen die Anreisenden. Die breiten Unterführungen sind belebt, sauber und attraktiv gestaltet. Es ist gibt ausreichend überdachte Fahrradabstellmöglichkeiten.

3. Kundenservice, Zusammenarbeit und Kooperation

Die Zusammenarbeit des gesamten innerstädtischen Einzelhandels ist selbstverständlich. Auch überregional sind Erlangens Betriebe neben dem ausgezeichneten Angebot besonders für ihre Kundenfreundlichkeit und die guten und besonderen Serviceleistungen bekannt. Arbeitsgruppen und informelle Stammtische gewährleisten die konstant hohe Qualität in diesem Bereich.

Erlangens attraktive Innenstadt wird durch die Kooperation und Partnerschaft aller Beteiligten getragen. Stadtverwaltung und Einzelhandel haben abgesprochene Öffnungszeiten. BürgerInnen und BesucherInnen werden bei der Stadtverwaltung sowie in den Einzelhandels-, Dienstleistungs-, und Gastronomiebetrieben freundlich und zuvorkommend bedient und beraten. Schulungen und Weiterbildungen bei allen Mitarbeitern gewährleistet dauerhaft das hohe Niveau in Bedienung und Beratung.

Wirtschaftsverbände, städtische Wirtschaftsförderung, Verkehrsverein und kleinere Einzelunternehmen haben die Möglichkeit in einem speziellen innerstädtischen Gebäude zusammen zu arbeiten. Die räumliche Konzentration von einer großen Bandbreite and Wirtschaftstreibenden ermöglicht hier den Know-how-Transfer und enge Kontakte.

Moderne, bargeldlose Zahlungsmittel für private und städtische Dienstleistungen werden überall akzeptiert.

4. Öffentlichkeitsarbeit

BürgerInnen und BesucherInnen werden in Erlangen umfassend informiert. An zentralen Stellen liegen Informationsbroschüren über das Einzelhandelsangebot, Öffnungszeiten der Verwaltung, Gastronomie und Veranstaltungskalender aus. Über aktuelle Programme und Angebot informieren verschiedenen Medien an den öffentlichen Anlaufstellen sowie im privaten Haushalt.

Die Stadt trät ihre Vorzüge nach außen: Historische Barockstadt und moderne Forschungsaktivität setzen Akzente und machen Erlangen für KundInnen und Gäste gleichermaßen attraktiv.

Die gemeinsam mit einem lokalen Verlag erarbeitete City-Zeitung informiert Interessierte umfassend über Veranstaltungen, aktuelle Trends und ist das Medium für den innerstädtischen Einzelhandel. Durch die beispielhafte Gemeinschaftswerbung der EinzelhändlerInnen ist der Handel in der örtlichen und überregionalen Presse kontinuierlich präsent. Werbemaßnahmen einzelner Beriebe vervollständigen die abgestimmte Öffentlichkeitsarbeit des Einzelhandels.

Durch Information, Kooperation und Integration tragen alle ein starkes Wir-Gefühl nach außen und engagieren sich für die Belange der Stadt.

5. Veranstaltungen

In Erlangens Innenstadt ist immer etwas los. Professionell organisierte städtische Veranstaltungen, Gemeinschafts- und Einzelaktionen von EinzelhändlerInnen und Veranstaltungen von Vereinen bieten BürgerInnen und BesucherInnen ganzjährig ein abwechslungsreiches Programm. Die gutgestalteten öffentlichen Räume sowie die Passagen bieten den adäquaten Rahmen für die vielfältigen Veranstaltungen.

Der historischen Vergangenheit wird durch in regelmäßigen Abständen veranstaltete Feste mit entsprechendem Bezug Rechnung getragen. Feste nach Jahreszeiten und unter jeweils unterschiedlichen Motto sind ein zusätzlicher Anziehungspunkt.

Unterschiedliche Medien informieren über die vielfältigen Kulturangebote und Veranstaltungen. Auch das neugestaltete Kongreßzentrum mit seiner vielbesuchten Gastronomie zieht viele BesucherInnen an. Ein qualitativ ausgewogenes und quantitativ ausreichendes Übernachtungs- und Gastronomieangebot sowie ein vielfältiges Kulturangebot komplettieren das Angebot und sind Anziehungspunkt für zahlreiche BesucherInnen.