

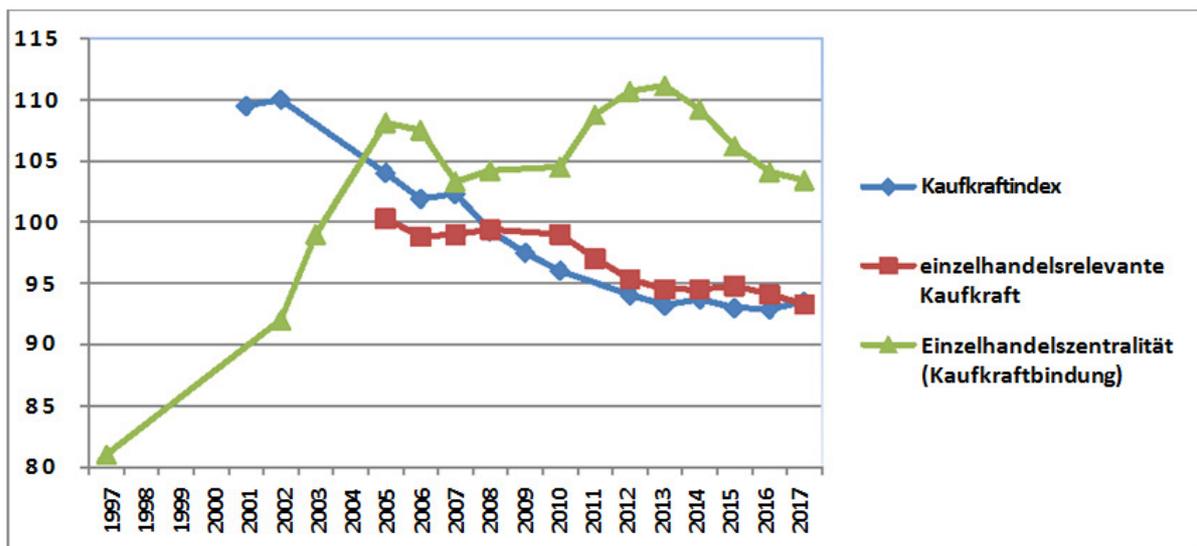
Zukunftskonzept Innenstadt Offenbach

Lastenheft

Ausgangssituation

Offenbach am Main ist mit rund 135.700 Einwohnern und mehr als 47.400 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort eines der Oberzentren in der Metropolregion FrankfurtRheinMain. Traditionell versorgt die Stadt den angrenzenden Kreis Offenbach bzw. allgemein den Osten der Metropolregion mit Bildungs- und Verwaltungseinrichtungen, Einzelhandel und sonstigen Dienstleistungen.

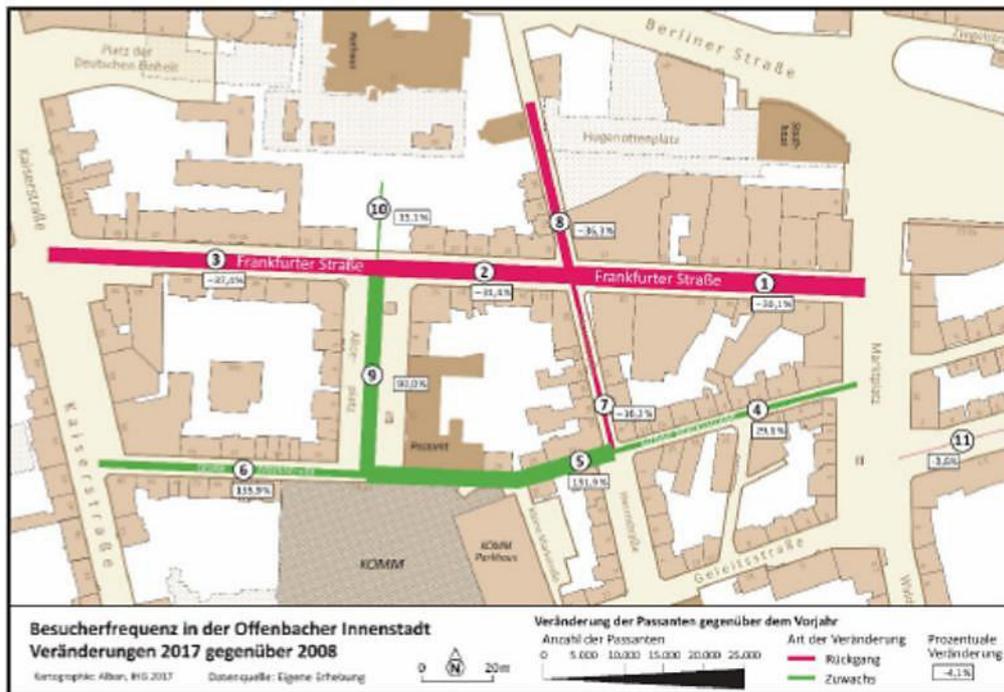
Seit 2008 etwa kämpft die Offenbacher Innenstadt allerdings um ihre Attraktivität als Einkaufsstandort. Festmachen lässt sich dies anhand der allgemeinen Kaufkraft (Kaufkraftindex) für die Stadt Offenbach, die 2008 unter die 100er-Marke (nationaler Durchschnitt) gesunken ist. Die Einzelhandelszentralität (Kaufkraftbindung) lag zwar 2013 auf einem relativ hohen Niveau (111,1), ist seitdem jedoch ebenfalls rückläufig und lag für 2017 nur noch bei 103,4.



*Zeitreihe Kaufkraft, Daten GfK Geomarketing (soweit vorhanden, städt. Abteilungen und IHK Offenbach).
Eigene Darstellung.*

Betrachtet man die Besucherfrequenzen im Zeitraum 2008 bis 2017, so konnten die Passantenfrequenzen insgesamt in einigen Bereichen der Fußgängerzone zulegen (Große Marktstraße und Aliceplatz/Stadthof):

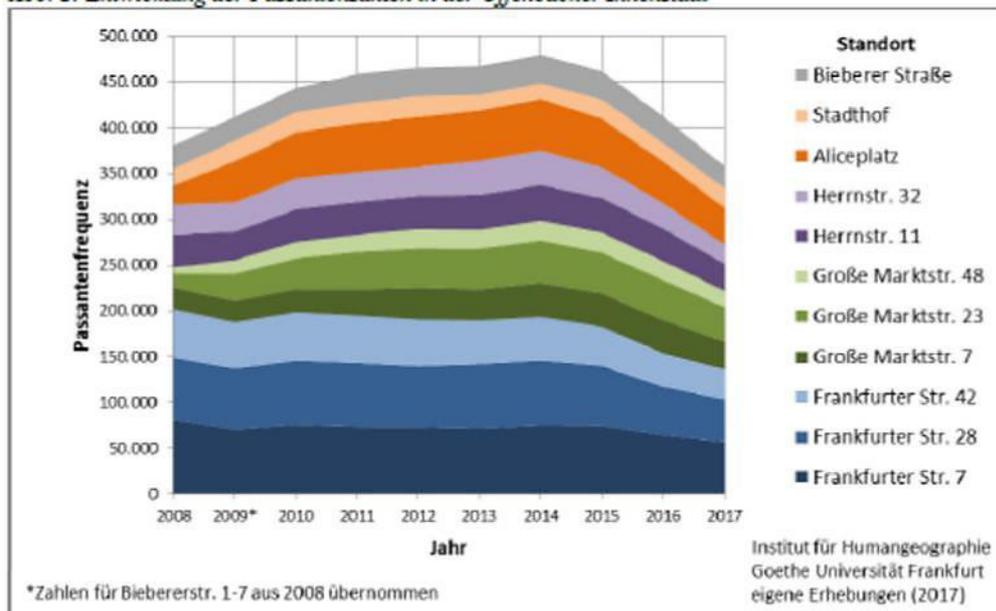
Abb. 1: Veränderung der Besucherfrequenz von 2008 bis 2017



Vgl. Passantenzählung Offenbach, November 2017, Universität Frankfurt am Main, Prof. Dr. Robert Pütz

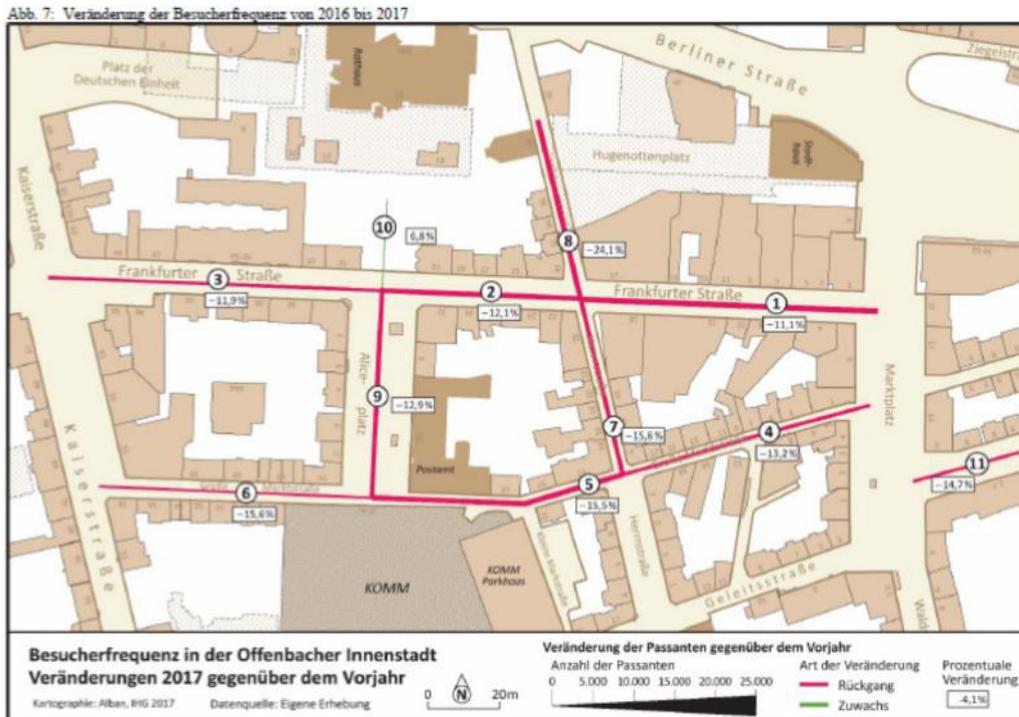
Ergänzend hierzu, werden in Abb. 2 vor allem die Trendwende 2014 sowie die Bedeutungsveränderungen der einzelnen Straßenabschnitte deutlich:

Abb. 2: Entwicklung der Passantenzahlen in der Offenbacher Innenstadt



Passantenzählung Offenbach, November 2017, Universität Frankfurt am Main, Prof. Dr. Robert Pütz.

Die Veränderung der Besucherfrequenzen von 2015 bis 2017 verlief recht drastisch, es kam zu einem Einbruch der Passantenfrequenzen in der gesamten Fußgängerzone sowie in der Bieberer Straße. Dies könnte u.a. auf die Entmietung der City-Passage, der Schließung wichtiger Magnetbetriebe wie Saturn, dm-Drogeriemarkt und der Ansiedlung qualitativ niederrangiger Angebote zurückzuführen sein.



Veränderung der Besucherfrequenz von 2016 bis 2017, vgl. Passantenzählung Offenbach, November 2017, Universität Frankfurt am Main, Prof. Dr. Robert Pütz.

Auch aus weiter zurückliegenden Entwicklungen lassen sich Rückschlüsse auf die aktuelle Situation in der Innenstadt ableiten. Parallel mit dem Wegzug regionaler Verwaltungseinrichtungen in den 1990er Jahren erfolgte die Schließung von Sport- und Kulturangeboten in der Innenstadt sowie die Umstellung des regionalen Verkehrssystems auf die S-Bahn mit der Verbesserung der Erreichbarkeit der Frankfurter Innenstadt. Die Linie 16 wurde im Zuge der baulichen Aufwertung der Offenbacher Innenstadt aus der Fußgängerzone verbannt und damit die Erreichbarkeit aus Oberrad erschwert. Die Änderung des Einzelhandelsgeschäfts weg von großen Ketten zu kleineren Markenshops bei gleichzeitig steigenden Renditeerwartungen hat in Offenbach mit den Abgängen von Karstadt und Ansons voll durchgeschlagen. Die Revolution des Handelsgeschäfts durch das Internet belastet Offenbach so wie viele vergleichbare Städte ebenfalls. All das hat für die Einkaufsstadt Offenbach zu deutlichen Funktionsverlusten geführt.

Gleichzeitig erfolgte in der Stadt ein tiefgreifender Strukturwandel vom Industrie- zum Dienstleistungsstandort. So verlor die Stadt Ende des 20. Jh. und noch bis in die jüngste Vergangenheit 15.000 ihrer 50.000 Arbeitsplätze und verzeichnet seither eine überdurchschnittlich hohe Arbeitslosenquote. Zwar ist der Wandel zum modernen Dienstleistungsstandort zwischenzeitlich vollzogen, mehr als 10.000 neue Arbeitsplätze sind entstanden, doch werden die dort neu geschaffenen Arbeitsplätze in starkem Maße von Arbeitspendlern aus der Region besetzt. Dies ist u.a. darin begründet, dass Offenbach im Herzen des Rhein-Main-Gebietes als „arrival city“ Ankunftsort von Migranten aus aller Welt ist in starkem Maße auch von Menschen mit geringem Bildungsniveau, die keinen Zugang zu den neuen hochqualifizierten Arbeitsplätzen in der Stadt finden können.

Das Zusammenwirken der hier skizzierten Entwicklungen begründet, dass Offenbach eine vergleichsweise geringe Kaufkraft aufweist. Dies wirkt sich seit Jahren auf den Einzelhandelsbesatz der Innenstadt und den Charakter, respektive die Anmutung der Warenpräsentation der Gewerbebetriebe aus: Angebote im Niedrigpreissegment dominieren gegenüber hochwertigen Angeboten für bürgerliche Zielgruppen.

In einem breiten Beteiligungsprozess wurde 2009, nach Aufnahme in das Städtebauförderungsprogramm „Aktive Kernbereiche“ und Erarbeitung eines Integrierten Stadtentwicklungskonzepts ein Zukunftsbild für die Innenstadt skizziert, das im Wesentlichen auf eine Stärkung des Einzelhandels als auch künftig tragender Funktion (v.a. in der Fußgängerzone) ausgerichtet war. Ein Bündel städtebaulicher und anderer Maßnahmen sollte mehr Gestalt- und Aufenthaltsqualität schaffen und die Ansiedelung neuer innovativer Gewerbekonzepte ermöglichen. Gleichzeitig wurde erkannt, dass den Einzelhandel ergänzende Funktionen wie kulturelle Einrichtungen, Außengastronomie und eine Intensivierung der Wohnnutzung sowie besondere Veranstaltungen Chancen zur Belebung der Innenstadt darstellen und gefördert werden sollten.

Die Umsetzungsphase des Städtebauförderungsprogramms nähert sich inzwischen dem Ende. Die im Integrierten Handlungskonzept aufgezeigten kommunalen Maßnahmen wurden in weiten Teilen umgesetzt bzw. sind noch in Arbeit:

- Fassadenprogramm
(laufend, neue Haushaltsmittel wurden beschlossen),
- B-Plan Innenstadt
(Abstimmung Entwurf Vorbereitung der Offenlage B-Plan steht noch aus),
- VU Sanierungsgebiet Innenstadt
(Zeitziel für den Beschluss Sanierungssatzung, Sommer 2018),
- Entwurf Gestalthandbuch, ggf. auch als Grundlage weiterer Änderungen der Sondernutzungssatzung
(Beschlussfassung in 2018 geplant),
- Entwurf Werbeanlagensatzung
(Beschlussfassung für Sommer 2018 geplant),
- Projekte City Center, ToysRus und „Bumiller/Stadtkirche“
(private Investoren),
- Parkleitsystem und Parkraumerhebung
(Untersuchungsbericht Parkraumerhebung Sommer 2018),
- Verkehrsmanagementplan
(wird in den folgenden Jahren fortgeschrieben),
- Planungsvereinbarung Hauptbahnhof mit der DB
(Hegiss 2, DB soll bis Ostern 2018 Entwurf liefern. Zeitziel Umbau HBF für 2022),
- Förderantrag EFRE mit Maindeich, Schlossbrücke, Umnutzung HfG
(Förderantrag wurde gestellt, zumindest Umbau Maindeich soll kurzfristig erfolgen),
- Parkplatz Hospitalstraße
(Hegiss 2, Beauftragung einer Parkraumanalyse für Sommer 2018 geplant).

Weiter werden derzeit vorbereitende Untersuchungen zum Erlass einer Sanierungssatzung durchgeführt, die einen zusätzlichen Investitionsschub in die Bausubstanz anstoßen soll. Insgesamt hat sich in den vergangenen knapp 10 Jahren das Stadtbild zwar verbessert und waren die Passantenzahlen gestiegen, auch die Angebotsfläche hat z.B. mit dem KOMM eine starke Modernisierung erfahren, doch der erhoffte durchgreifende Aufschwung für den Einzelhandel blieb aus. Entsprechend hat sich die Aufbruchstimmung bei vielen Akteuren verbraucht und es bedarf neuer Impulse zur Belebung der Innenstadt und zur Wiederbelebung des Aktionsbündnisses. Dabei ist erneut die Frage nach der Bedeutung und Zukunft des Einzelhandels aufzugreifen, die durch die Entwicklung des Internethandels nun auch bundesweit immer mehr an Brisanz gewinnt. Es gilt, die räumliche Ausdehnung und das Gefüge der Innenstadt zu reflektieren und eventuell neu zu bewerten und nach Schlüsselakteuren und Organisationsstrukturen für eine zukunftsfähige Entwicklung der Innenstadt zu suchen. Vor dem Hintergrund der angespannten Haushaltslage der Stadt und aktuell anstehender Entwicklungen, die weitere Handelsflächen in die Stadt bringen werden, ist ein zügiger Erarbeitungsprozess geboten. Gleichzeitig bietet der Zuzug von rund 5.000 Menschen mit durchschnittlichem und überdurchschnittlichem Arbeitseinkommen in den vergangenen vier Jahren eine einmalige historische Chance zur Revitalisierung der Innenstadt.

These und Ziel

Das neue Zukunftskonzept Innenstadt soll auf der These aufbauen, dass eine Innenstadt in Zukunft nicht mehr alleine durch den Handel funktioniert und geprägt ist.

Daher soll im Konzept erarbeitet werden, welche Rolle die Innenstadt in der Gesamtstadt Offenbach spielen kann und soll und welche Funktionen sie in Ergänzung zum Handel prägen können, um Besucherfrequenz, Aufenthaltsqualität und Verweildauer zu stärken.

Ziel ist es, eine lebendige Offenbacher Innenstadt zu erhalten, die als Kern einer gut erreichbaren Stadt der kurzen Wege, sich zu einem attraktiven Wirtschafts- und Einzelhandelsstandort sowie ansprechendem Wohnort entwickelt, Erlebnis- und Treffpunkt ist und als Identifikations- und Erholungsort dient. Das Zukunftskonzept soll den Weg hierzu aufzeigen.

Am Ende des Prozesses soll ein gemeinsam entwickeltes, inspirierendes und innovatives Zukunftsbild der Offenbacher Innenstadt stehen, das alle relevanten Teilbereiche integriert. Das Konzept soll konkrete Maßnahmen ableiten und vorschlagen. Diese bilden den strategischen und verbindlichen Rahmen zur Entwicklung der Innenstadt als Orientierung für alle an der Umsetzung beteiligten Akteure. Um zügig in die Umsetzung von Maßnahmen zu gehen, ist eine Erarbeitung bis 8 Monate nach Auftragsvergabe vorgesehen.

Was uns wichtig ist: Es geht uns um eine interdisziplinäre Betrachtung – nicht um ein klassisches Einzelhandelsgutachten. Alle Akteure, die an der Umsetzung des Zukunftskonzepts beteiligt sind, sollen in die Erarbeitung eingebunden werden. Wir sind auf der Suche nach einem Büro, welches uns als kreativer Ideengeber und mit starker fachlicher Expertise unterstützt und diese Aufgabe gemeinsam mit uns auf innovative Weise angeht. Der Fokus liegt dabei auf der Gestaltung des Prozesses, dem Zusammenfassen der Meinungen und der Herausarbeitung gemeinsamer und zukunftsorientierter Ziele und konkreter Maßnahmen. Eine fundierte und detaillierte Analyse der Ausgangslage ist für uns dazu unabdingbar.

Organisation

Der Prozess wird gemeinsam und gleichberechtigt von der Stadt Offenbach am Main und „Offenbach offensiv e.V. – Gemeinsam für einen starken Standort“ beauftragt, gesteuert und finanziert. Offenbach offensiv e.V. ist ein Zusammenschluss von Vertretern von Unternehmen, Institutionen und der Bürgerschaft und wurde eigens für die Durchführung und Verstetigung des Masterplanprozesses gegründet.

Eine Lenkungsgruppe unter Federführung des Amts für Wirtschaftsförderung begleitet das Zukunftskonzept:

- Jürgen Amberger (Leiter Amt für Wirtschaftsförderung und Liegenschaften),
- Birgitt Möbus (Citymanagerin, Amt für Wirtschaftsförderung und Liegenschaften,
- Simon Valerius (Leiter Amt für Stadtplanung, Verkehrs- und Baumanagement),
- Marion Rüber-Steins (Referatskoordinatorin Stadtentwicklung, Amt für Stadtplanung, Verkehrs- und Baumanagement,
- Frank Achenbach (Geschäftsführer Offenbach offensiv e.V. und Geschäftsführer Standortpolitik der IHK Offenbach am Main),
- Laura Becker (Referentin, IHK Offenbach am Main),
- Daniela Matha (Vorstandsmitglied Offenbach offensiv e.V.).

Weitere Gremien (Masterplanbeirat, Vereinsvorstand, politische Gremien) werden nach Abstimmung in der Lenkungsgruppe über den Prozess informiert und an wichtigen Entscheidungen beteiligt.

Aufgaben

- Analyse der Ist-Situation und Prognose der weiteren Entwicklung (u.a. bezüglich Einwohnerzahl, Kaufkraft, Kaufkraftbindung, Nutzungs- und Sortimentsstruktur, Mietpreise, räumlicher Ausdehnung der Hauptlagen, Zielgruppen, etc.).
- Analyse der Erreichbarkeit der Innenstadt (Fahrrad, Bus, Auto, S-Bahn, zu Fuß, Straßenbahn, Schiff) vorwiegend auf Grundlage bereits vorhandener Analysen und Erhebungen (siehe zu berücksichtigende Planungen, Konzepte und Rahmenbedingungen S. 7 f) und wo notwendig, ergänzende Analysen sowie Betrachtung der Wegebeziehungen hinsichtlich Optimierungspotenzial.
- Betrachtung bereits in Umsetzung befindlicher und geplanter Projekte im Bereich der Innenstadt und Bewertung hinsichtlich ihrer Wirkung auf die Innenstadt.
- Betrachtung der aktuellen Wettbewerbssituation in der Stadt/Region und Herausarbeitung möglicher Alleinstellungsmerkmale.
- Einholen der Kunden- und Bürgersicht auf die Innenstadt (Sicherheit, Sortiment, etc.) sowie der Bedürfnisse an den Aufenthalt in der Innenstadt.
- Berücksichtigung von aktuellen Entwicklungen, z.B. bezüglich Einzelhandel und Ableitung der Bedeutung für die Zukunft der Innenstadt.

- Erarbeitung von konkreten Maßnahmen auf einer Zeitachse (kurz-, mittelfristige Perspektive) zur Stärkung der Aufenthalts- und Erlebnisqualität, der Nutzungs- und Sortimentsvielfalt und Gestaltung einschließlich vertiefender Überlegungen zur Umsetzung und Finanzierung.
- Verständigung auf gemeinsame, abgestimmte Ziele in einem die Akteure der Stadt beteiligenden Prozess in mindestens 3 Beteiligungsformaten.
- Vorschlag zur Ausgestaltung eines Retail-Awards der Stadt (ggf. gemeinsam mit weiteren Akteuren) für realisierte, innovative Geschäftsmodelle.
- Erstellen eines Abschlussberichts und Maßnahmenkatalogs.

Dabei sind Ziel (S. 5) und die im Anhang aufgeführten Fragen zu berücksichtigen.

Neben aktuellen Entwicklungstrends zu berücksichtigende Planungen, Konzepte und Rahmenbedingungen:

- Masterplan Offenbach 2030
- Integriertes Handlungskonzept „Aktive Innenstadt Offenbach“
- Passantenzählungen, Befragungen und Nutzungskartierungen der AIO
- Fassadenprogramm
- Vergnügungsstättenkonzept
- Stadthofkonzept
- Vorentwurf des B-Plan Innenstadt
- Rechtskräftige B-Pläne
- Lichtmasterplan
- Entwurf des Gestaltungshandbuchs
- Entwurf der Werbeanlagensatzung, Sondernutzungssatzung
- Nahmobilitätsplan
- Luftreinhalteplan
- Konzept Mensch+Natur
- Entwurf der VU Sanierungsgebiet Innenstadt, Wettbewerb Walter-Passage
- ExWoSt „WohnBüro“ und „Umnutzung von nicht-Wohnimmobilien...“
- Handlungskonzepte 1 und 2 des Karree Offenbach
- Konzepte Kulturkarree/Maingärten
- Parkleitsystem und aktuelle Parkraumerhebung
- Nahverkehrsplan 2018 – 2022
- Klimaanpassungskonzept
- vhw-Studie zu Milieus in Offenbach
- Ergebnisse der Markenkernanalyse für die Stadt Offenbach
- Verkehrsmanagementplan inkl. Radverkehrskonzept und aktuellen Planungen
- Integriertes Entwicklungskonzept „Hegiss 2 – Südliche Innenstadt“ - Sachstand und Zukunftsszenarien Hauptbahnhof
- überarbeitetes Festekonzept der Stadt Offenbach

sowie Einzelprojekte:

- Umbau Kaiserstraße inkl. vorgeschalteter Bürgerbeteiligung
- Umbau Marktplatz inkl. Beteiligungsverfahren
- Ertüchtigung Maindeich

- Schlossbrücke
- Umsiedlung HfG
- Lfd. private Bauprojekte: Rathaus-Center, City Center, ToysRus etc.

Zu beteiligende Akteure:

- IHK Offenbach am Main
- Offenbach Offensiv e.V.
- Amt für Stadtplanung, Verkehrs- und Baumanagement
- Amt für Wirtschaftsförderung und Liegenschaften
- Amt für Öffentlichkeitsarbeit
- Kämmerei mit Kassen- und Steueramt
- Ordnungsamt
- Umweltamt
- Kulturbüro
- Ausländerbeirat mit dort vertretenen Kulturvereinen
- Hauseigentümer
- wo vorhanden: Ankermieter
- Einzelhändler
- Initiative „Besser Leben in Offenbach“
- Quartiersmanagement
- Einzelhandelsverband bzw. Handelsverband Hessen-Süd
- Gewerbeverein Treffpunkt Offenbach e.V.
- BID Karree Offenbach
- Marktbeschicker
- Lokale Agenda 21
- HfG
- Stadtwerke Offenbach Holding mit allen Töchtern
- OSG Offenbacher Stadtinformation Gesellschaft mbH
- Potenzielle Zielgruppen
- Polizeipräsidium Sparkasse Offenbach
- Sowie weitere relevante Akteure

Auftraggeber

- Stadtverordnetenversammlung
- Offenbach offensiv e.V.

Zielgruppen für das Konzept

Akteure aus Offenbach am Main

- zukünftige und aktuelle Kundinnen und Kunden der Innenstadt
- zukünftige und aktuelle Besucherinnen und Besucher der Innenstadt
- Innenstadtakteure – Gewerbetreibende wie Einzelhändler, Gastronomen, Dienstleister, Kulturtreibende, Hotelbetreiber, Akteure aus der Freizeitwirtschaft
- Einwohner, insbesondere auch Neubürger der Stadt Offenbach
- Makler
- Hauseigentümer

- Multiplikatoren, die als Botschafter dienen sollen (Stadtverordnete, Mitglieder von Offenbach offensiv e.V., Unternehmer und Einwohner)
- Institutionen
- ...

Akteure regional/national/international

- zukünftige und aktuelle Kundinnen und Kunden der Innenstadt
- Ansiedlungsinteressierte Nutzer, z.B. Einzelhändler aus dem In- und Ausland, Dienstleister
- Projektentwickler, Investoren
- Expertengruppen

Anhang

Beispielhafte Fragestellungen und Konkretisierungsebenen

- Ein verbindliches Innenstadtentwicklungskonzept entwerfen und Potenziale für Offenbach am Main insgesamt und für konkrete Teilflächen aufzeigen.
- Welche und wie viele Einzelhandelsflächen gibt es aktuell und wie viele werden zukünftig benötigt? Nachhaltige Sicherung des Stadtkerns.
- Wie werden zukünftige Einzelhandelsflächen bespielt (ToysRus-Haus, Buchmann-Haus etc.)?
- Welche anderen Nutzungskonzepte von Ladenflächen werden in Zukunft tragfähig sein? Zukünftige Rolle des Einzelhandels und der Gastronomie, Dienstleister plus neue Innenstadtakteure. Andere Nutzungsmöglichkeiten?
- Wie kann die Innenstadt professionell „gemanagt“ werden?
- Wie schafft man eine höhere Aufenthaltsqualität in der Innenstadt?
- Wie wird die Innenstadt ein positiver Erlebnisraum für alle?
- Wie kann die Innenstadt als multifunktionaler Ort erhalten und ausgebaut werden?
- Wie sieht „Innenstadt“ in Zukunft aus?
- Wie gewährleistet man jederzeit die optimale Erreichbarkeit der Innenstadt?
- Wie sieht eine optimale Verkehrsführung aus?
- Ansiedlung qualitativ hochwertigen Einzelhandels (Fachgeschäfte, Concept Stores, etc.)
- ist Abwerbung aus anderen Städten ein Konzept?
- Welcher Einzugsbereich ist denkbar, wie kann er ggfs. ausgebaut werden?
- Welcher hochwertige Einzelhandel passt in die Innenstadt und ist zukunftsfähig?
- Wo und wie könnte man diesen abwerben?
- Was benötigt man dafür?
- Welche Strategien sind bei der Kaltakquise zielführend?
- Die Stellung der Innenstadt von Offenbach am Main in der Region, die Alleinstellungsmerkmale und das Image schärfen und aufwerten sowie die Eigenständigkeit sichern.
- Flächen nach Zielgruppen und Branchen qualifizieren und profilieren
- Eine positive Investitionsstimmung und wirtschaftsfreundliche Atmosphäre erzeugen, Gewerbeimmobilien eine Perspektive geben und Hauseigentümer motivieren, in ihre Liegenschaften zu investieren.
- Umsetzbare Vorschläge für die Stadtentwicklung erarbeiten und Lösungswege aufzeigen.
- Thematische Synergien zwischen Einzelprojekten bilden
- Welche innovativen Vertriebssysteme kann der stationäre Einzelhandel in Offenbach entwickeln, um vom online-Handel zu profitieren?
- Wie kann eine gebündelte umwelt- und standortverträgliche Citylogistik gestaltet werden?
- Wie können welche Chancen und Alleinstellungsmerkmale aus der Bevölkerungsstruktur und dem kreativen Milieu Offenbachs abgeleitet werden?
- Wie kann strategisch mit Leerständen umgegangen werden? Wie können welche Anreize für Zwischennutzungen mit positiver Strahlkraft (z.B. Kreativszene) geschaffen werden?
- Wie kann innerstädtisches Grün für die Aufwertung der Innenstadt genutzt werden?
- In welcher Rangfolge (im Hinblick auf die Sichtbarkeit und Aufwertung) sollten die bereits laufenden Maßnahmen umgesetzt und ggf. forciert oder ergänzt werden?
- Wie überzeugt man Vermieter, statt kurzfristiger Mietoptimierung eine langfristig an der Wertigkeit des Standortes ausgerichtete, innovative Vermietungspraxis umzusetzen?
- Wie können die Freiraumqualitäten (Parks und Mainufer) der Innenstadt zur Standortaufwertung der City wahrnehmbarer / vermehrt genutzt werden?
- Wie kann die Sauberkeit der Grünanlagen verbessert werden?

- Gibt es und, falls ja, wie können hochwertige Einzelhandelsketten aus den internationalen Herkunftsländern in der Innenstadt angesiedelt werden?
- Wo sollte die Innenstadt im Zuge der Krise des Einzelhandels ggf. räumlich enger gefasst werden / wo kann verstärkt Wohnen (auch im EG-Bereich) nachwachsen / ist das Fußgängerzonennetz in heutiger Ausdehnung noch zukunftsfähig?
- Welche und wie viele Veranstaltungen sind zur Belebung der Innenstadt sinnvoll? Wo und mit welchen qualitativen Mindestanforderungen sollten diese stattfinden? Wie gelingt ein neues Festekonzept unter Einbeziehung der Offenbacher Stadtinformation GmbH (OSG) und dem Amt für Kultur- und Sportmanagement?
- Wie kann die Nähe der S-Bahn für ein besonderes Marketing und besondere Serviceangebote für die Innenstadtbesucher besser in Wert gesetzt werden?
- Wie könnte als mögliches Marketinginstrument ein Einkaufsstadtplan aussehen, der auch auf mobilen Endgeräten zur Verfügung steht?
- Sollte die Innenstadt räumlich in Mikrostandorte mit spezifischen Profilen entwickelt werden, z.B. KOMM als Bündelung bürgerlicher Angebote gegenüber der Frankfurter Straße für jugendliche Angebote, der Kaiserstraße für Nischensegmente, etc.?
- Welche bislang ungenutzten Chancen stecken im Lichtmasterplan? Wie können diese aktiviert werden?
- Wie können die Maßnahmen des Zukunftskonzepts finanziert werden?
- Gibt es regionale Kooperationsmöglichkeiten?
- Welche Rolle kann „Wohnen“ in der Offenbacher Innenstadt zuteilwerden?
- Welche Aktivitäten können zu einer weiteren Belebung der Innenstadt beitragen?
- Wie können frei werdende Einzelhandelsflächen (und nicht wiederzubesetzende) gegebenenfalls anderweitig genutzt werden, um die Innenstadt attraktiver zu machen?
- Welche Zielgruppen (z.B. Kinder, Jugendliche, Bewohner, in der Innenstadt Beschäftigte, Touristen, Gewerbetreibende) haben welche Bedürfnisse an die Innenstadt und welche Funktionen muss die Innenstadt für diese erfüllen?
- Ist ein gezielter Ankauf von Schlüsselimmobilien ein denkbarer Weg? Falls ja, welche innovativen Finanzierungsmodelle stehen zur Verfügung (z.B. Bürgerfonds)?
- Inwieweit können die aktuellen Nahverkehrskonzepte (Fahrradstadt, Nahverkehrsplan, innovative Mobilitäts- und Cargokonzepte) sich positiv auf die Einzelhandelsentwicklung auswirken?
- Wie können Einpendler als Kunden gewonnen und gebunden werden?
- Kann die Nähe zum Drehkreuz Frankfurter Flughafen für den Einzelhandelsstandort Offenbach genutzt werden („Made in Germany“ Produkte)?