

„Potentialanalyse und Nachnutzungsansätze für Backnang Innenstadt“

Eine Expertise

Projektleitung indicatus Dr. Iris Gebauer, Stuttgart
Tel: 0151 – 27 04 9000
iris.gebauer@indicatus.com
www.indicatus.com

Auftraggeber Stadtverwaltung Backnang
Wirtschaftsförderung – Stadtmarketing
Am Rathaus 1
71522 Backnang

Projektabschluss September 2018



Inhalt

1.	Einleitung	5
2.	Atmosphären in der Backnanger Innenstadt	6
2.1.	Der erste Eindruck beim Weg vom Bahnhof in die Innenstadt	7
2.2.	Leerstände oder wie Leerstand wirkend	9
2.3.	Heimelige Atmosphäre historischer Kulissen in Verbindung mit Möbilierung	12
2.4.	Moderne städtische Atmosphäre	14
2.5.	Das „graue Viertel“	15
2.6.	Nicht hochwertig wirkende Fassaden	17
2.7.	Bleichwiese – Gegensätzliche Atmosphären	19
3.	Positivbeispiele aus anderen Städten der Region	21
3.1.	Kurzbeschreibung der Vergleichsstädte	22
3.2.	Gestaltung des öffentlichen Raumes	23
3.2.1.	Wegeführung, Beschilderung und Stadtpläne im öffentlichen Raum	23
3.2.2.	Begrünungen	27
3.2.3.	Kunst im öffentlichen Raum	30
3.2.4.	Fassadenbeschriftungen und -beschilderungen	31
3.2.5.	Fokus auf Werbebeschilderung am Haus	33
3.2.6.	Kundenstopper und Warenpräsentation im Außenbereich im Diskurs	34
3.2.7.	Leerstandsbespielung	40
3.3.	Erfolgsversprechende Sortimente und Angebote	42
3.3.1.	Einzelhandelstrends	42
3.3.2.	Aspekte hinsichtlich der Gastronomie	50
3.3.3.	Sonstiges Aufgefallenes	54

4.	Zusammenfassung der Ergebnisse zu Einzelhandel und Gastronomie	55
4.1.	Einzelhandelsthematik	55
4.2.	Gastronomie	58
4.3.	Weiter führende Handlungsempfehlungen	60
	Anhang	61
	indicatus – das Unternehmensportrait	63

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Der erste Eindruck	8
Abbildung 2	Übersicht Leerstände /als Leerstand wirkende Ladenzeilen	10
Abbildung 3	Leerstände oder als Leerstand wirkende Ladenzeilen	11
Abbildung 4	Ausstrahlende Gemütlichkeit mittelalterlicher Stadtstrukturen	13
Abbildung 5	Modern städtische Atmosphäre	14
Abbildung 6	Das graue Viertel	16
Abbildung 7	Fasadengestaltungen	18
Abbildung 8	Bleichwiese – gegensätzliche Atmosphären	20
Abbildung 9	Wegeführung anhand von Wegesystemen	24
Abbildung 10	Hinweise auf Handel und Dienstleistungen in Nebenstraßen	25
Abbildung 11	Stadtpläne im Stadtraum	26
Abbildung 12	Begrünungen	28
Abbildung 13	Begrenzung von Terrassenflächen anhand von Begrünungen	29
Abbildung 14	Kunst im öffentlichen Raum	30
Abbildung 15	Gestaltung der Filialnamen in harmonischer Farbgebung mit den Fassaden	32
Abbildung 16	Schmiedeeiserne Werbeschilder	33
Abbildung 17	Keine Kundenstopper und keine Warenauslage	36
Abbildung 18	Kundenstopper ohne Warenauslage	37
Abbildung 19	Warenauslagen	38
Abbildung 20	Kundenstopper & Warenauslage	39
Abbildung 21	Leerstandsflächen als Marketingflächen	40
Abbildung 22	Leerstände	41
Abbildung 23	Geschäfte aus dem Bereich Wohnambiente	44
Abbildung 24	Bäcker und Käseladen in einer Einheit	47
Abbildung 25	Wir sind 2 Firmen – 1 Team	49
Abbildung 26	Außenterrassen	53
Abbildung 27	Einkaufscenter	61