

STADT MAINBURG

Einzelhandelskonzept Mainburg

Vorstellung Werbegemeinschaft Mainburg e.V.
26.03.2026

Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen
STÄDTEBAU-FÖRDERUNG von Bund, Ländern und Gemeinden
Bayerisches Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr

Einzelhandelskonzept Mainburg

- Positionsbestimmung des Einzelhandelsstandortes Mainburg
- vorausschauende Planung für den Einzelhandel, die den Zielen der Stadtentwicklung und den Anforderungen der Städtebauförderung entspricht
- Instrument zur Ausrichtung der Einzelhandelsentwicklung an städtebaulichen Zielen
- Definition bauplanungsrechtlicher Grundlagen (insbes. Festlegung zentraler Versorgungsbereiche - § 1 Abs. 6 Nr. 4 und § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO)
- Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben - als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne § 1 Abs. 6 Nr. 11 bei der Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen
- Fachgrundlage im Einzelhandel für andere Planungen und die Standort- / Stadtentwicklung
- Stand: Beschluss Stadtrat 29. Juli 2025

Ziele Einzelhandelskonzept Mainburg

- Sicherung und Entwicklung Einzelhandels-/Versorgungsstandort Mainburg
- ‚wo'? ‚in welchen Sortimenten?' und ‚mit welchen Inhalten' soll eine den Zielen der Stadtentwicklung entsprechende Einzelhandelsentwicklung stattfinden?
- wie können die aus städtebaulichen Gründen besonders wichtigen Einzelhandelsstandorte und Funktionen
  - zentraler Versorgungsbereich Innenstadt
  - wohnortnahe Versorgung

  gestärkt werden?

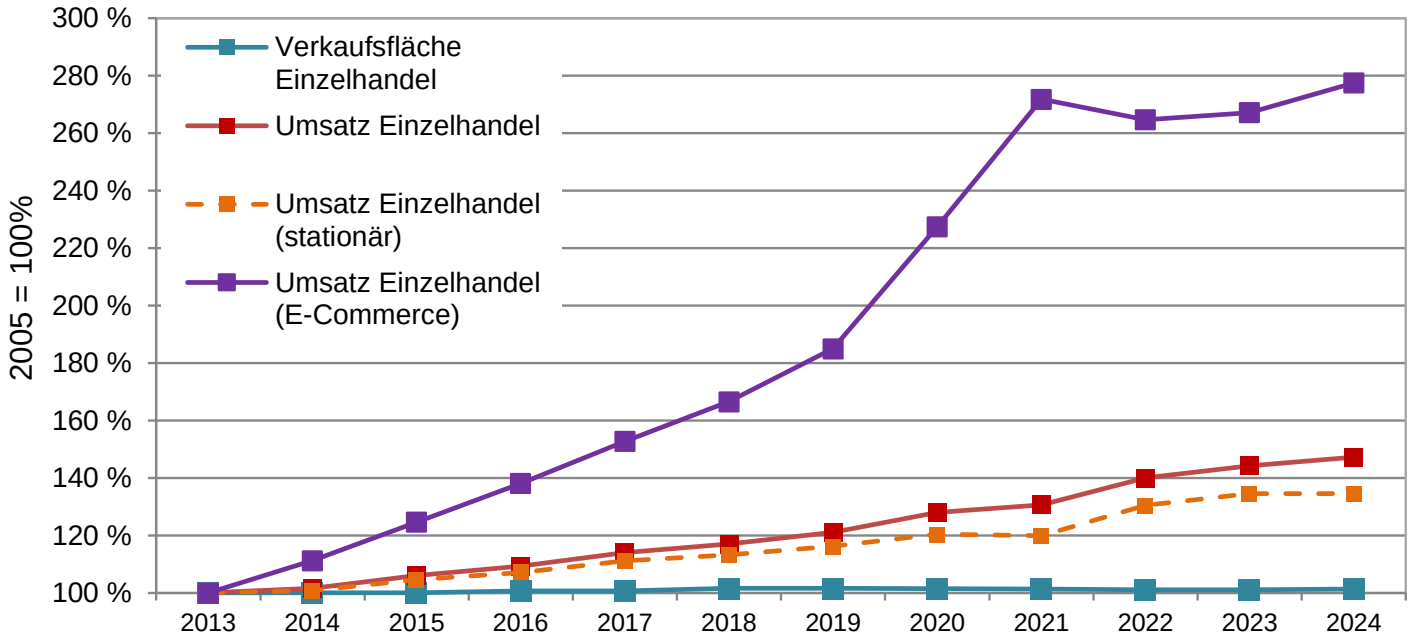
Vorgehensweise und Konzeptaufbau

- Erhebungen vor Ort
- Struktur-, Markt-, Standort-, Potenzialanalysen
- städtebaulich-funktionale Betrachtungen
- Durchführung einer Kundenherkunftserfassung in Einzelhandelsbetrieben
- Online-Befragungen der Haushalte und von Einzelhandel und Innenstadtgewerbe
- Entwicklungskonzept
  - Leitlinien der künftigen Einzelhandelsentwicklung
  - Sortimentskonzept
  - Zentren- und Nahversorgungskonzept
  - Stärkungskonzept Innenstadt

Strukturveränderungen und Herausforderungen

- Onlinehandel mit erheblichen Zuwächsen
  - viele Branchen verzeichnen Umsatzrückgänge im stationären Einzelhandel (Marktanteil Onlinehandel z.B. im Mode- und Elektrobereich über 40 %)

Einzelhandelsentwicklung Deutschland nach Umsätzen und Verkaufsflächen 2013 bis 2024



Quellen: HDE Handelsverband Deutschland e.V.: Zahlenspiegel 2025, eigene Berechnungen, Dr. Heider 2025

Strukturveränderungen und Herausforderungen

- generelle Strukturveränderungen im stationären Einzelhandel
  - deutlich rückläufige Bedeutung des Fachhandels
  - Rückgang inhabergeführter Betriebe
  - Trend zu größerer Verkaufsfläche pro Betrieb
  - Leerstandszunahmen

- Handelsverband Deutschland (HDE) Prognose 2026 unter 300.000 Einzelhandelsgeschäfte in Deutschland, (2015: 372.000)

- intensiver regionaler Wettbewerb mit leistungsstarken umliegenden Einzelhandelsstandorten in der Region

- aktive Gestaltung durch städtebauliche Aufwertungen und innenstadtbezogene Marketing- und Managementmaßnahmen ist für die Zukunftsfähigkeit der Innenstädte unverzichtbar!

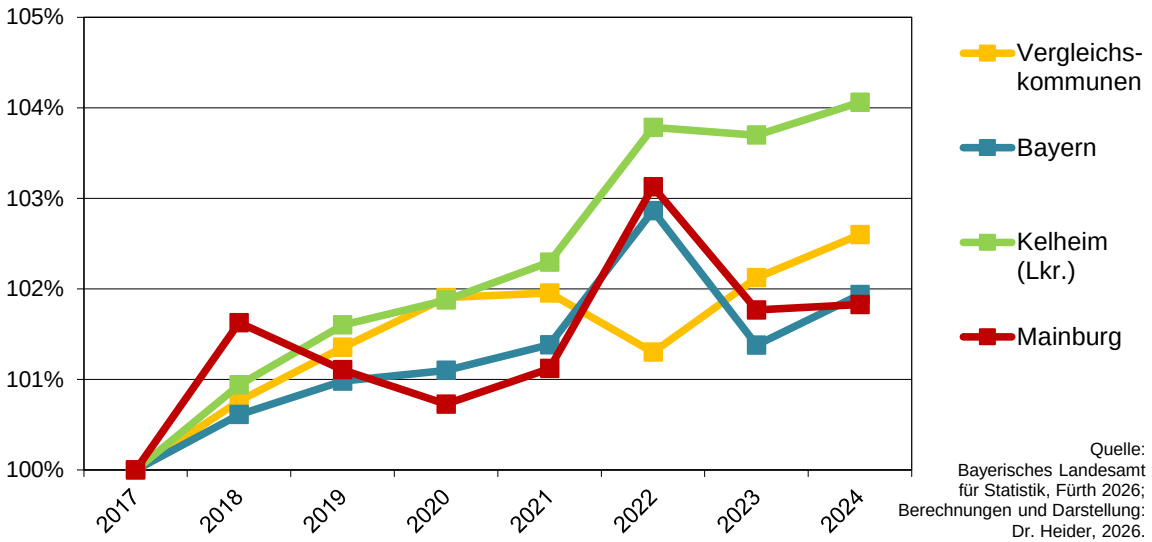
Einzelhandelsstandort Mainburg - Rahmenbedingungen

- positive Rahmenbedingungen für den Einzelhandelsstandort

  - lt. Landesentwicklungsprogramm Bayern Mittelzentrum, d.h. Mainburg hat eine überörtliche Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs zu erfüllen
  - günstige wirtschaftliche Standortrahmenbedingungen durch Lage in wirtschaftlich prosperierender Metropolregion München
  - rund 15.300 Einwohner mit wieder positiver Bevölkerungsentwicklung
  - hohe Qualität als Wohnort
  - starker Gewerbestandort mit hoher Beschäftigungsbedeutung

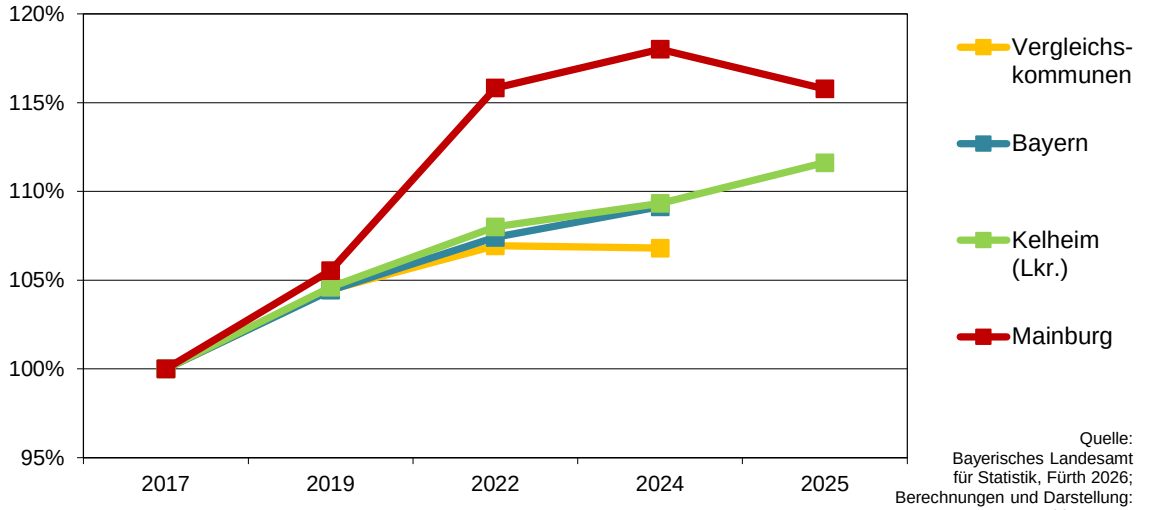
Einzelhandelsstandort Mainburg - Rahmenbedingungen

Entwicklung der Einwohner 2017 bis 2024
(2017=100%)



Quelle:
Bayerisches Landesamt für Statistik, Fürth 2026;
Berechnungen und Darstellung:
Dr. Heider, 2026.

Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten 2017 bis 2025 (2017=100%)

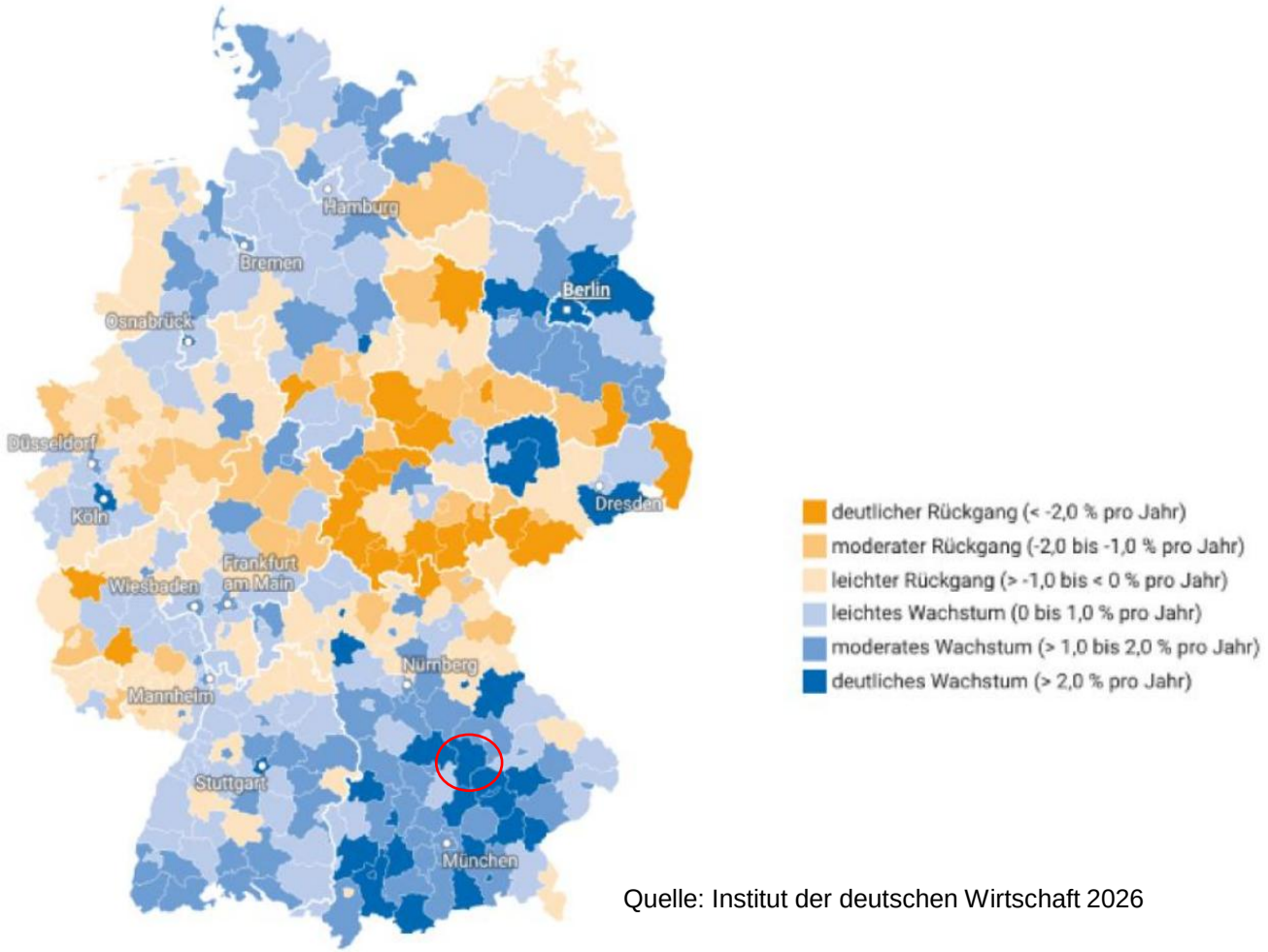


Quelle:
Bayerisches Landesamt für Statistik, Fürth 2026;
Berechnungen und Darstellung:
Dr. Heider, 2026.

Einzelhandelsstandort Mainburg - Rahmenbedingungen

So ändern sich die Preise für Wohnimmobilien bis 2035

Reale Preisänderung pro Jahr im Zeitraum 2025 bis 2035



Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft 2026

Wesentliche Faktoren Immobilienpreisentwicklung:

- Bevölkerungsentwicklung
- Lage und Einbindung in starke Wirtschaftsräume
- Wirtschaftsstruktur und -dynamik

Einzelhandelsstandort Mainburg

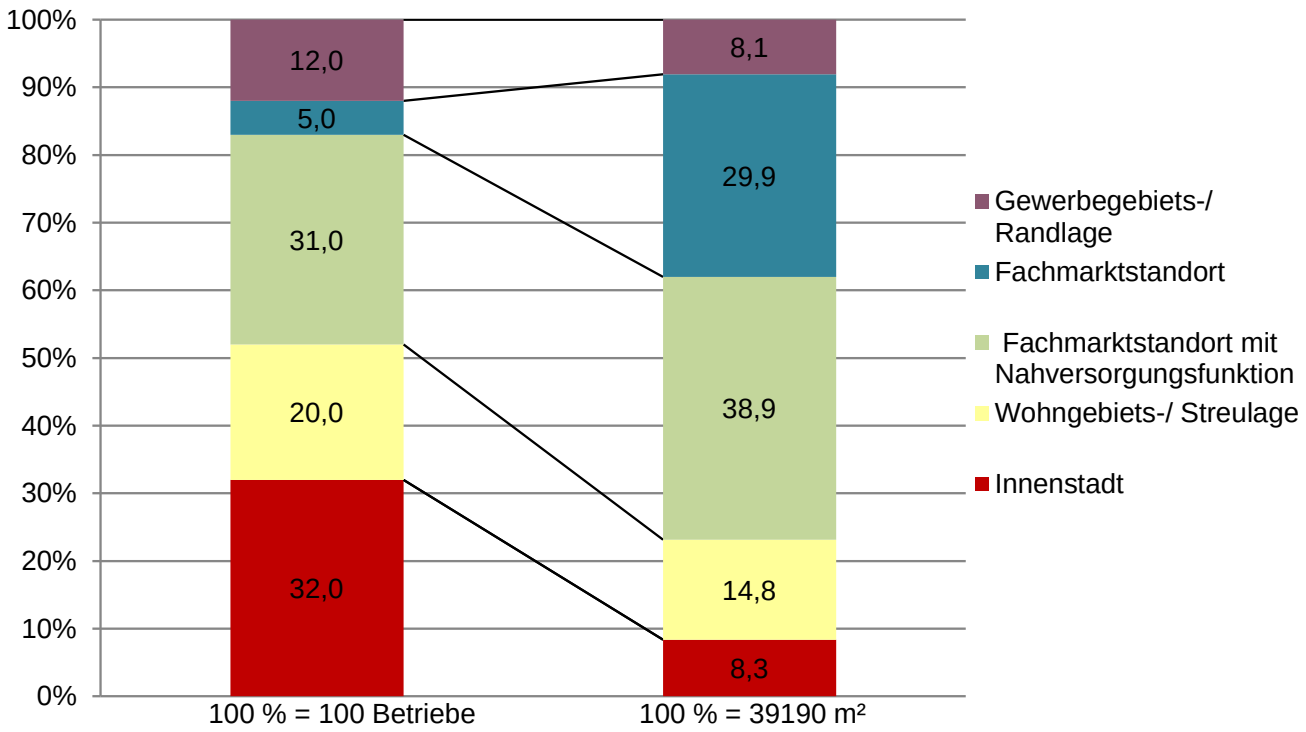
- gesamtstädtisch leistungsfähiger Einzelhandelsstandort
  - Einzugsgebiet des Einzelhandels mit ca. 47.600 Einwohnern
  - 100 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 39.100 m² Verkaufsfläche
  - hohe Kaufkraftbindung und überörtliche Ausstrahlung sowohl bei Lebensmittel-/Grundversorgung als auch (niedriger) beim mittel- und längerfristigen Bedarf
  - der Stadtgröße und Marktsituation entsprechendes Verkaufsflächenangebot
  - alle Hauptsortimentsbereiche des Einzelhandels besetzt
  - Stadtmarketing- / Stadtmanagement und Werbegemeinschaft leisten Image- und Standortpositionierung
  - digitale Sichtbarkeit und ansprechende, informative Präsentation im Stadtportal ‚Mai Homat‘

- leicht unterdurchschnittliche Pro-Kopf-Kaufkraft im Einzelhandel
  Kaufkraftkennziffer = 98 (Deutschland = 100)

Einzelhandelsstandort Mainburg

- gute Nahversorgungssituation
  - umfassendes Angebot Lebensmitteleinzelhandel
  - räumlich verteilte Situierung der Anbieter
- hoher Ausbaustand des Einzelhandels in Fachmarkt- und Gewerbelagen (76 % der Verkaufsfläche)
- Entwicklungspotenziale im Einzelhandel gering

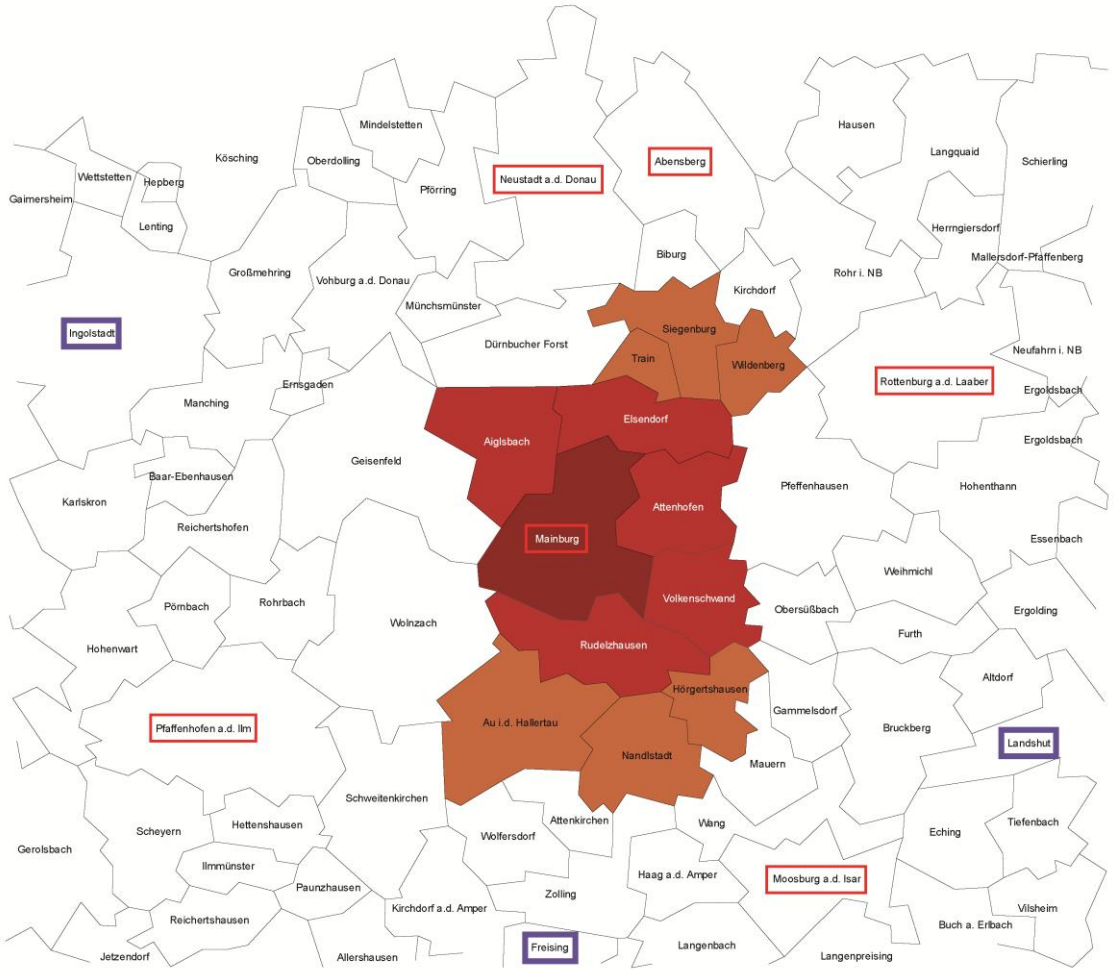
Die räumliche Verteilung des Einzelhandels



Quelle:
Einzelhandelserhebung Stand: 02.2023
Dr. Heider 2024

Einzelhandelsstandort Mainburg

Das Marktgebiet und die Kaufkraftbindung aus dem Marktgebiet von Mainburg



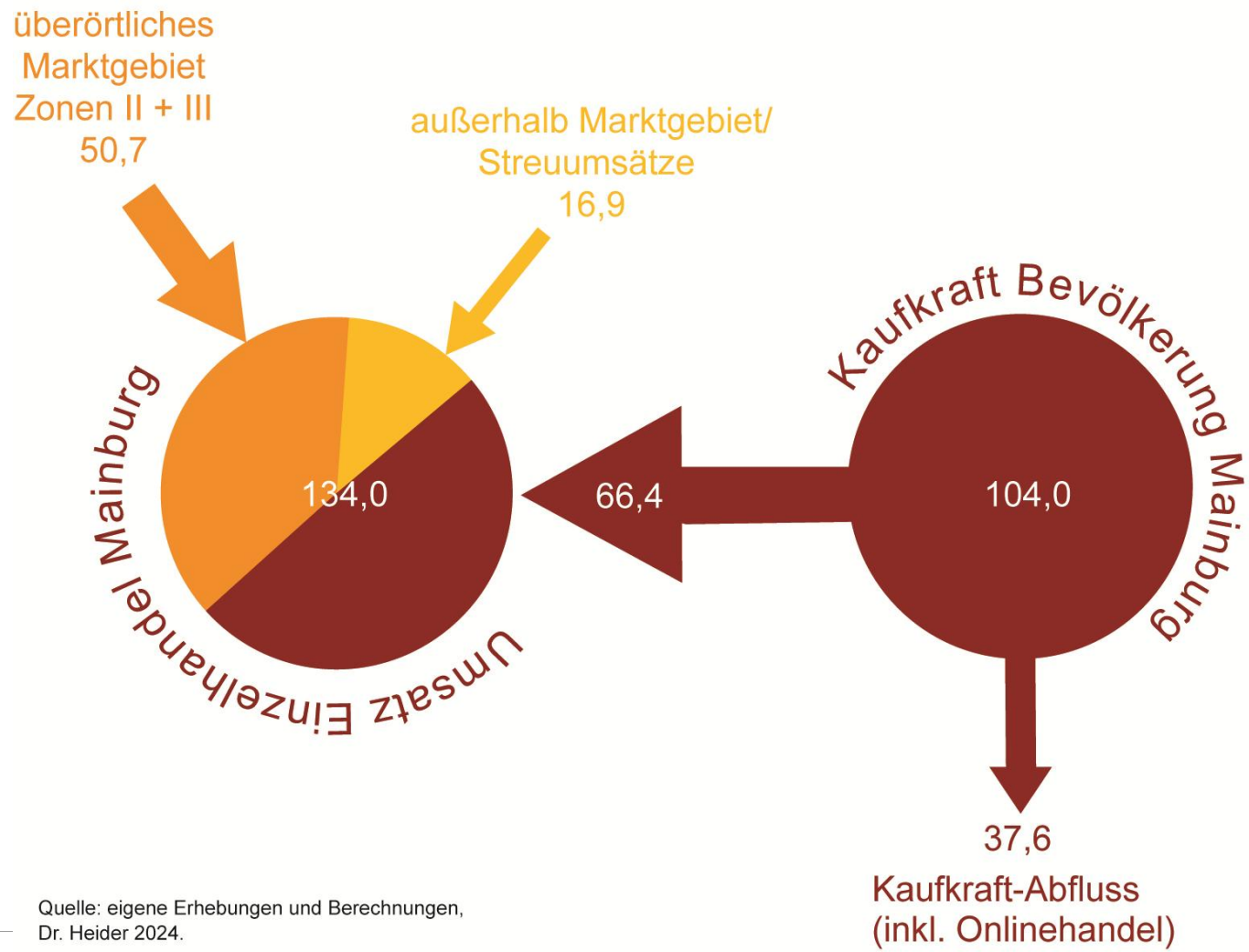
Kaufkraftbindung aus dem Marktgebiet

(Anteil der in den Gemeinden vorhandenen Kaufkraft, die im Einzelhandel von Mainburg als Umsatz erzielt wird)

- Zone I (Kaufkraftbindung über 50%)
- Zone II (Kaufkraftbindung 25 bis unter 50%)
- Zone III (Kaufkraftbindung 10 bis unter 25%)

Einzelhandelsstandort Mainburg

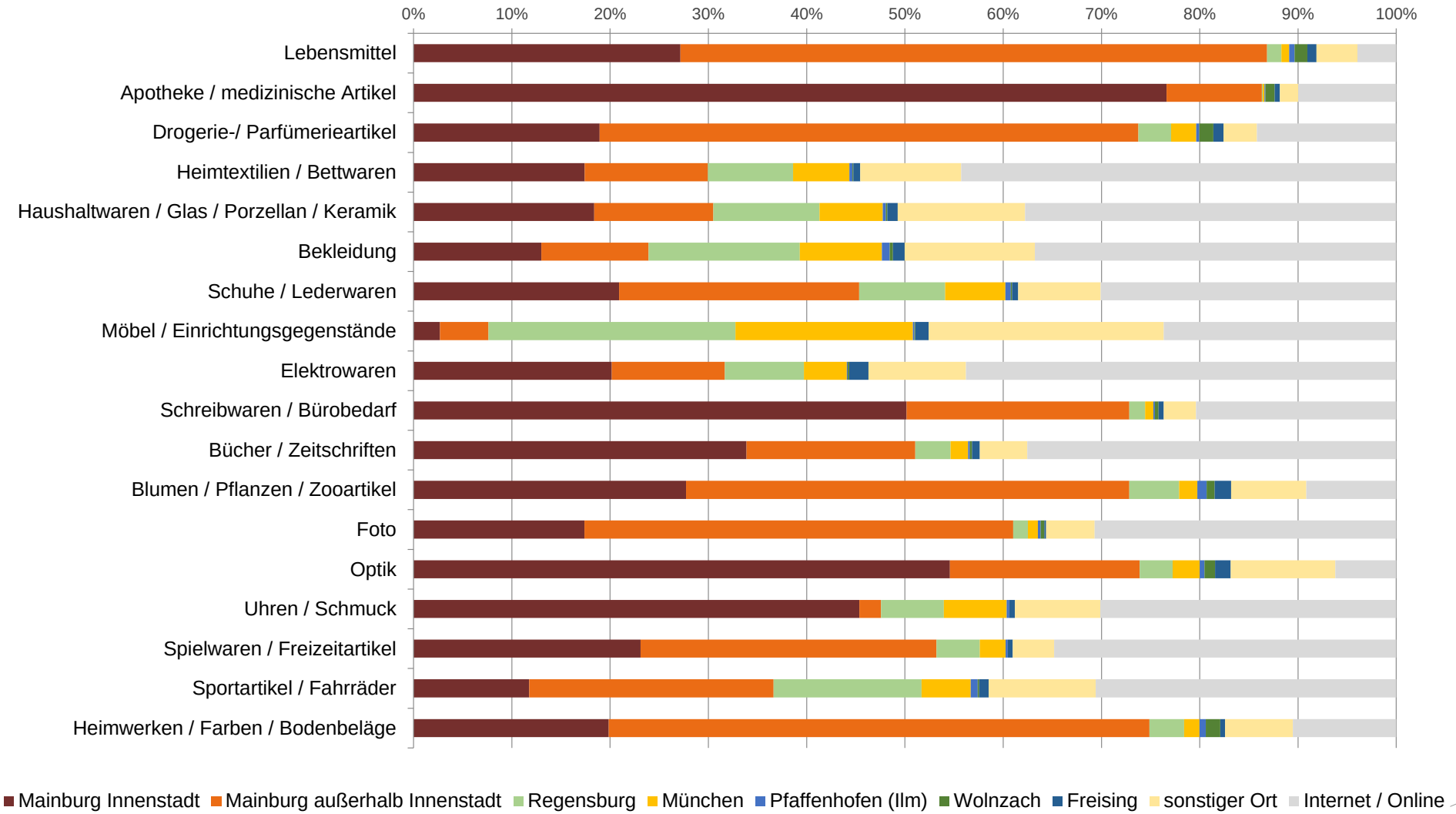
Kaufkraftorientierung und Zusammensetzung der Einzelhandelsumsätze in Mainburg (in Mio. €)



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen, Dr. Heider 2024.

Einzelhandelsstandort Mainburg

Haupteinkaufsort für...

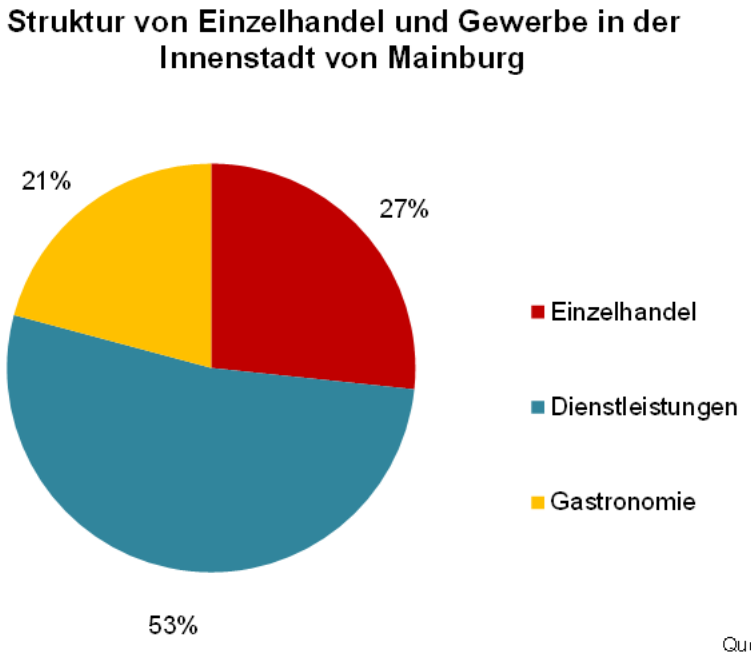


964 Teilnehmer mit 22.974 Nenungen (max. 2 Nennungen pro Warengruppe möglich)
Haushaltsbefragung Stadt Mainburg vom 14.12.2023 bis 08.01.2024 Dr. Heider 2024

Einzelhandelsstandort Innenstadt

- 32 % der Einzelhandelsbetriebe bei niedrigem Verkaufsflächenanteil (rd. 8 %) in der Innenstadt
- keine größeren Magnetbetriebe / Frequenzbringer in der Innenstadt
- Kleinstrukturierung des Einzelhandels in der Innenstadt Grundlage vielfältigen Angebotes bei gleichzeitig erhöhtem Veränderungsdruck
- 15 gewerbliche Leerstände im Innenstadtkern - teils nur bedingt marktgerecht
- einzelhandelsergänzende Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe tragen erheblich zur Anziehungskraft und Funktion der Innenstadt bei
- attraktives Altstadtensemble, Attraktivität Salvatorberg
- Brauereiimmobilien als Flächen- und Positionierungspotenziale
- Defizite bei Aufenthaltsqualität
- Beeinträchtigung des Standorts Innenstadt durch Verkehrsbelastung und resultierende Attraktivitätseinschränkungen
- Parkmöglichkeiten in der Innenstadt

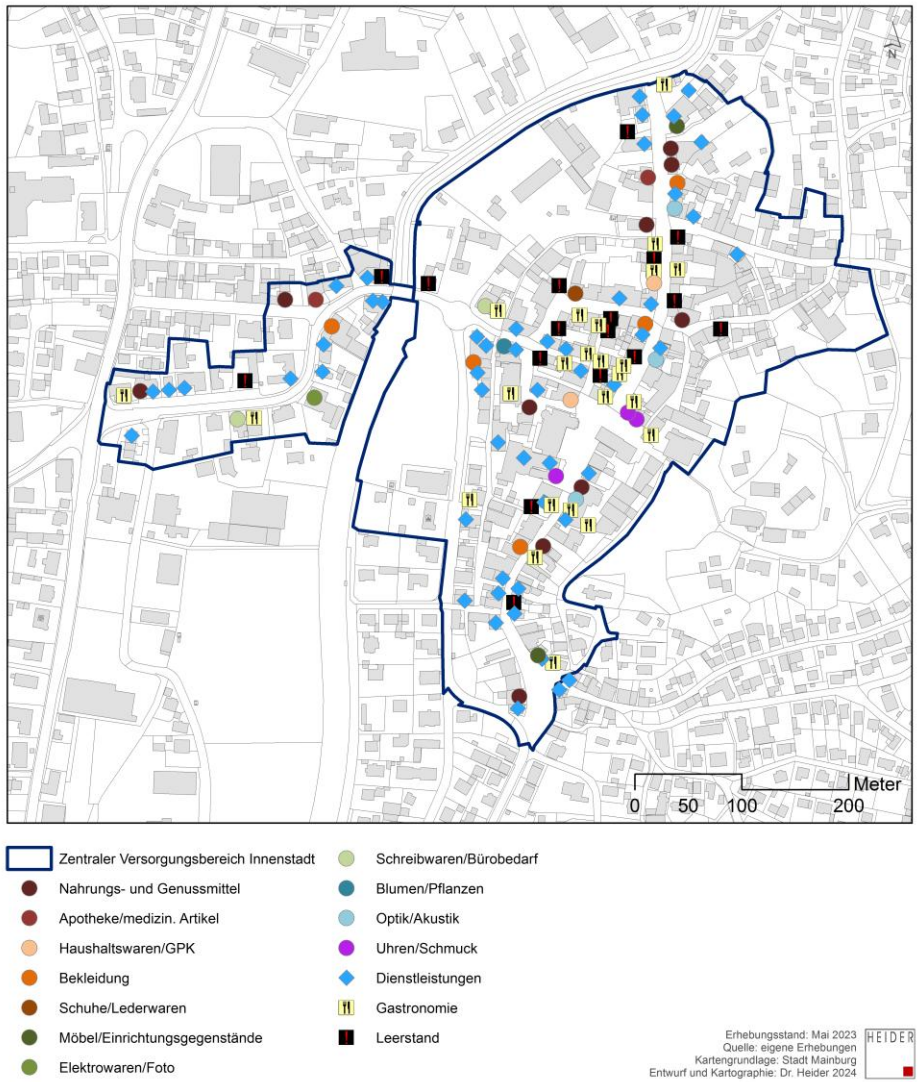
Einzelhandelsstandort Innenstadt



Quelle:
Einzelhandelserhebung Stand: Mai 2023
Dr. Heider 2024

Gewerbliche Nutzungen und Leerstände in der Innenstadt (Erdgeschoss)

Stadt Mainburg - Einzelhandelskonzept



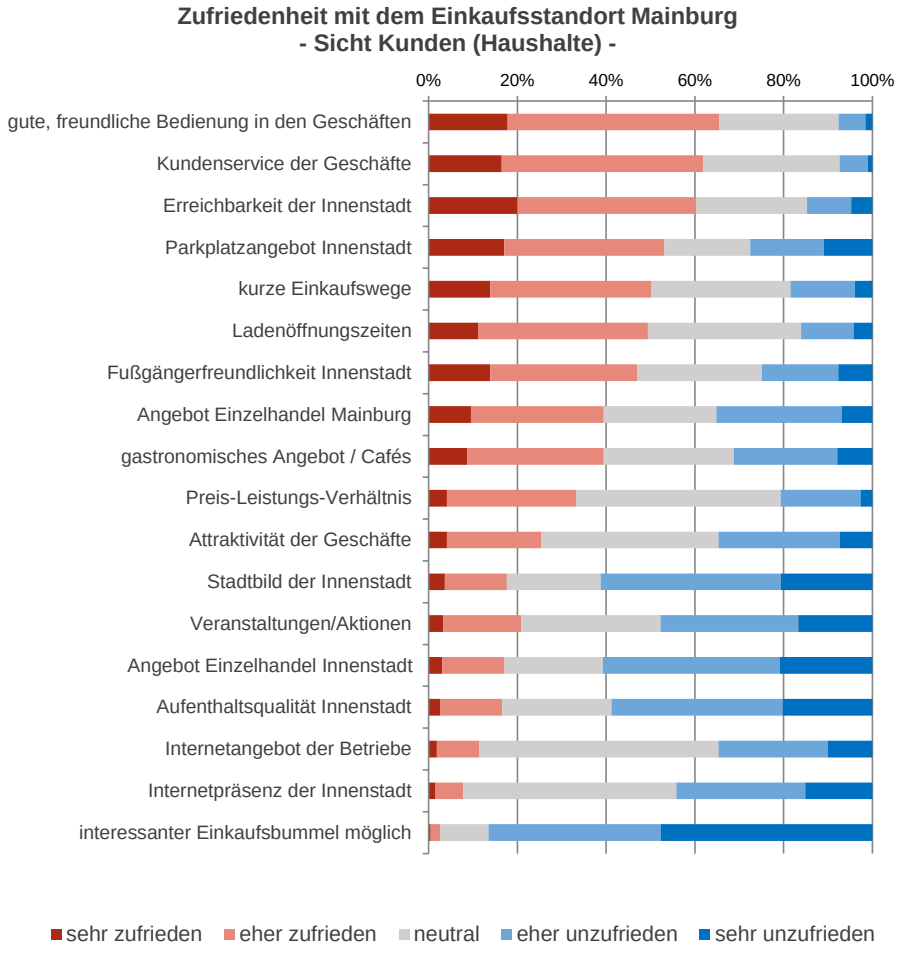
Einzelhandelsstandort Mainburg aus Kunden- und Gewerbesicht

- Online-Befragungen vom 14. Dezember 2023 bis 08. Januar 2024

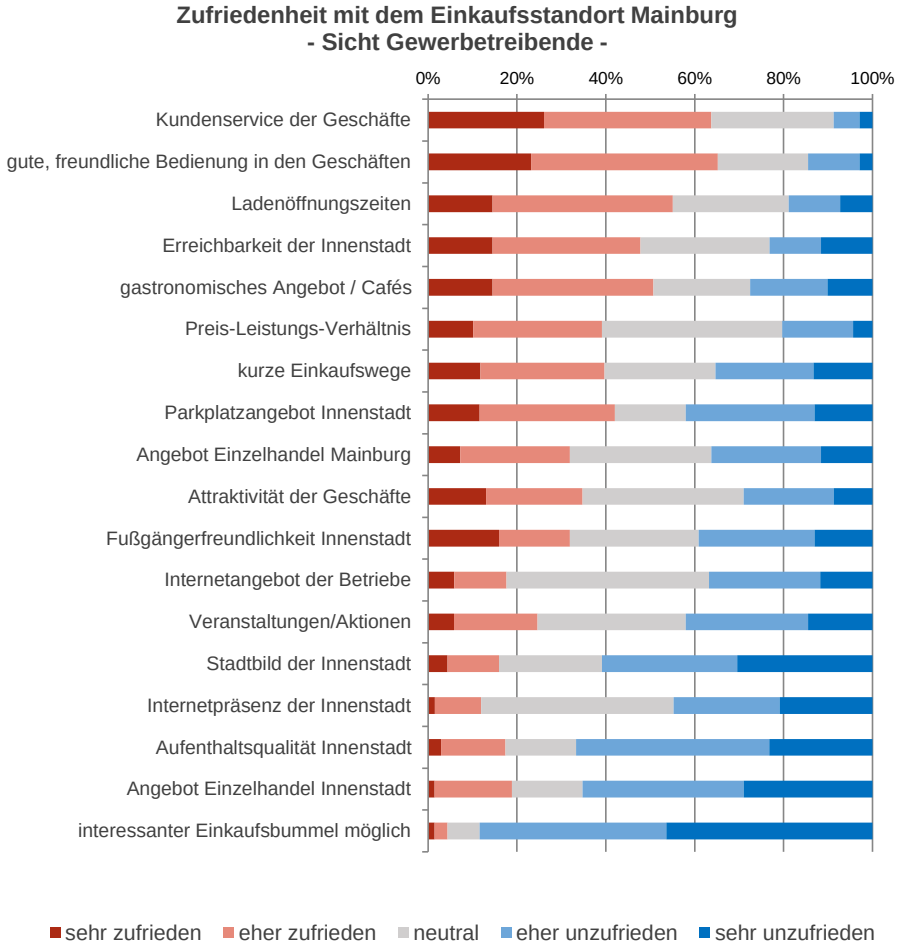
- Haushaltsbefragung
  - 964 Teilnehmer
  - dav. 84 % aus Mainburg

- Einzelhandels- und Innenstadtgewerbebefragung
  - 74 Teilnehmer
  - dav. 48 % Innenstadtbetriebe
  - dav. 50 % Einzelhandel
  - dav. 46 % Betriebsflächen im Eigentum
  - dav. 84 % selbständige Unternehmen / inhabergeführt

Einzelhandelsstandort Mainburg aus Kunden- und Gewerbesicht - Standortzufriedenheit -



964 Teilnehmer, max. 900 Antwortende
Haushaltsbefragung Stadt Mainburg vom 14.12.2023 bis 08.01.2024 Dr. Heider 2024



74 Teilnehmer, max. 69 Antwortende
Haushaltsbefragung Stadt Mainburg vom 14.12.2023 bis 08.01.2024 Dr. Heider 2024

\+

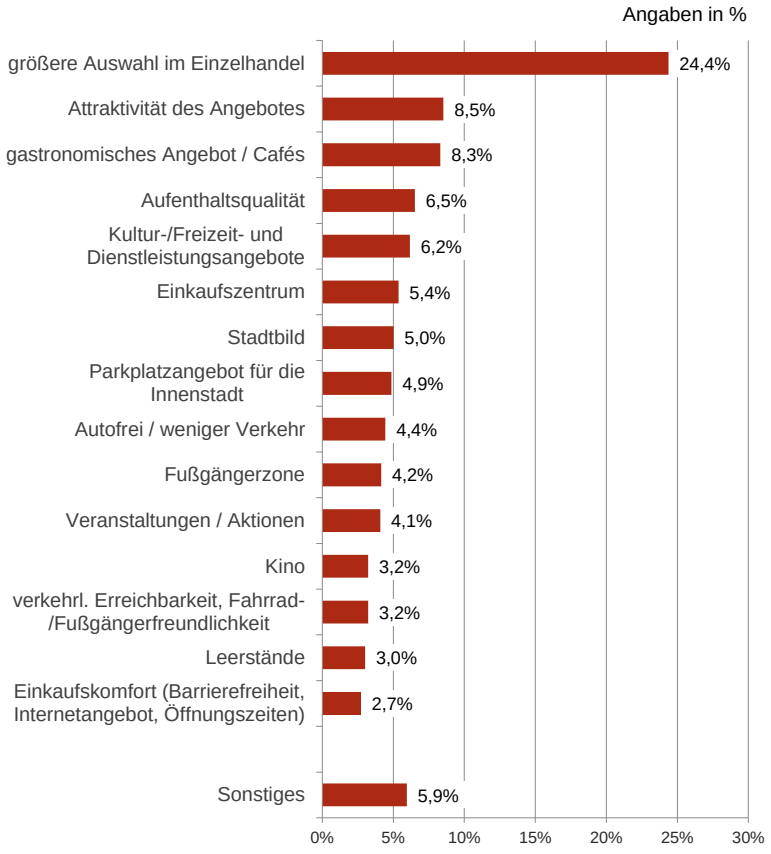
Bedienung und Service
Erreichbarkeit kurze Wege

\-

Einkaufsbummel
Aufenthaltsqualität Innenstadt
Einzelhandels-angebot Innenstadt

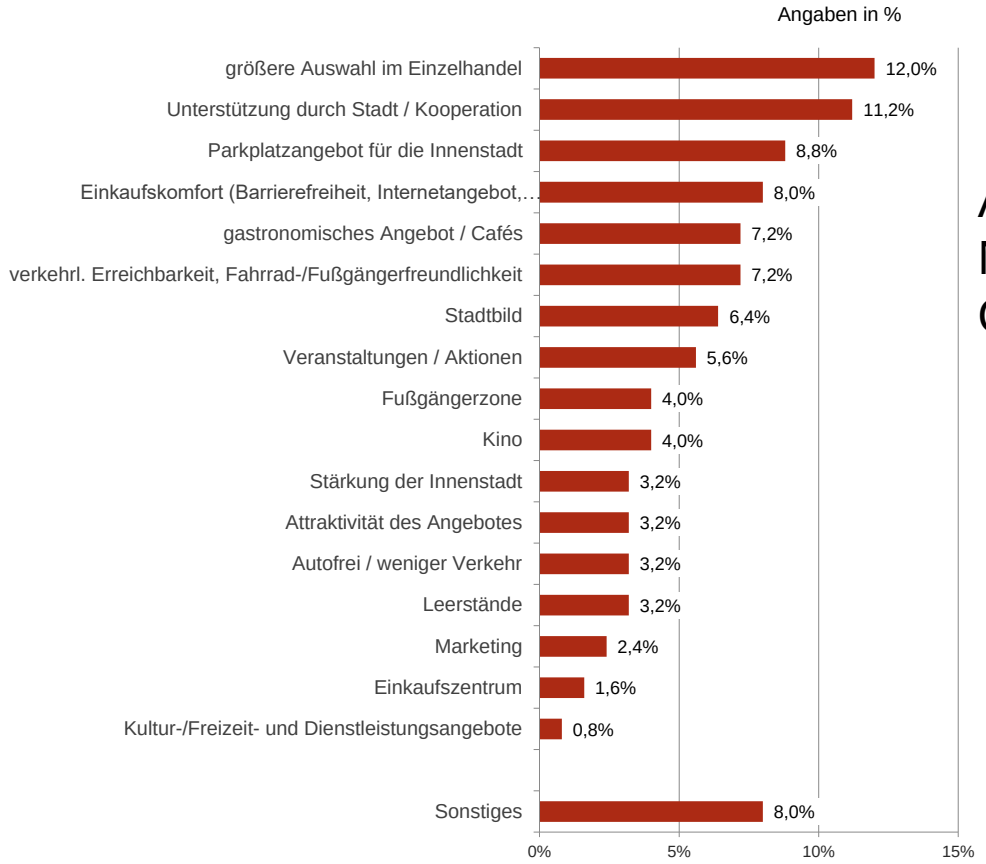
Einzelhandelsstandort Mainburg aus Kunden- und Gewerbesicht - Anregungen -

Verbesserungsvorschläge zur Aufwertung des Einkaufsortes Mainburg
- Sicht Kunden (Haushalte) -



964 Teilnehmer mit 1395 Nennungen (Mehrfachantworten möglich)
Haushaltsbefragung Stadt Mainburg vom 14.12.2023 bis 08.01.2024 Dr. Heider 2024

Verbesserungsvorschläge zur Aufwertung des Einkaufsortes Mainburg
- Sicht Gewerbetreibende -

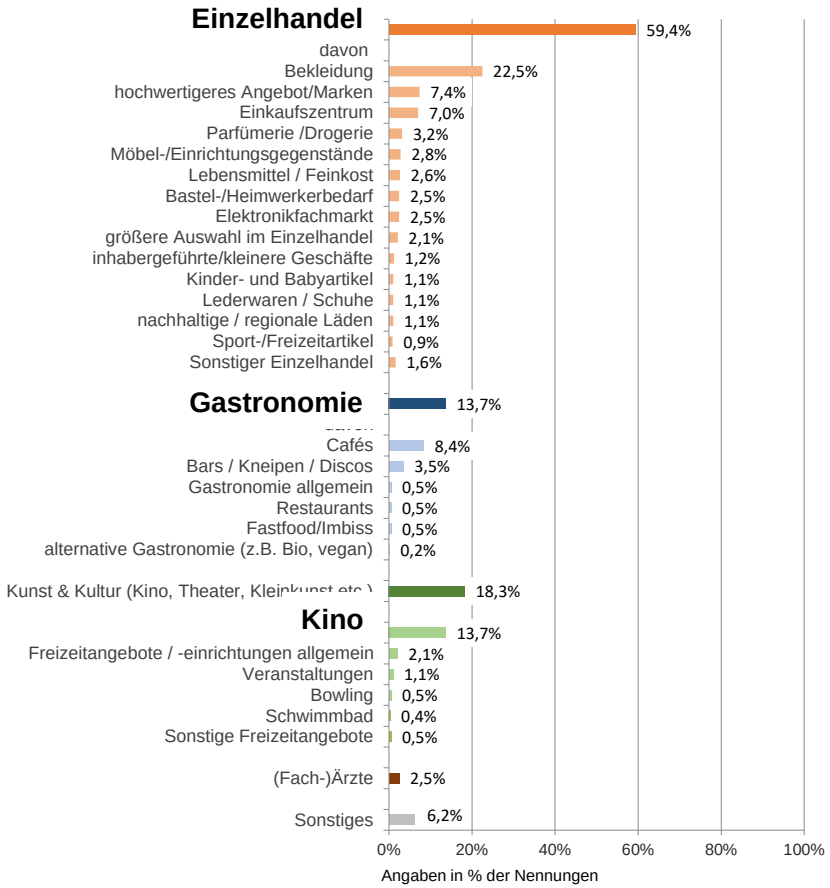


74 Teilnehmer mit 125 Nennungen (Mehrfachantworten möglich)
Gewerbebefragung Stadt Mainburg vom 14.12.2023 bis 08.01.2024 Dr. Heider 2024

Auswahl Einzelhandel
Nutzungsangebot
Qualitätsthemen

Einzelhandelsstandort Mainburg aus Kunden- und Gewerbesicht - zusätzliche Angebote -

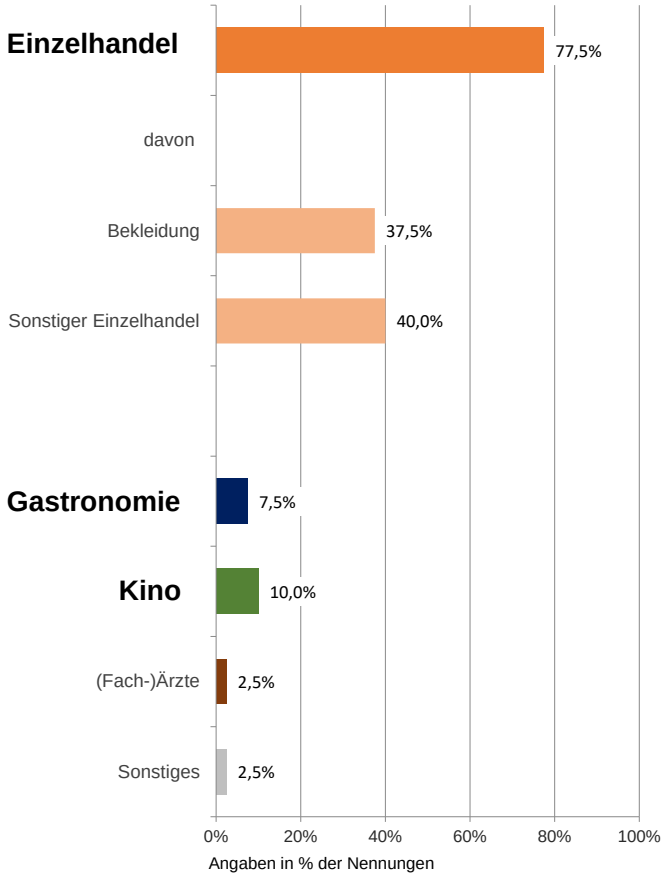
Zusätzlich gewünschte Geschäfte und Einrichtungen in Mainburg
- Sicht Kunden (Haushalte) -



964 Teilnehmer mit 569 Antworten

Haushaltsbefragung Stadt Mainburg vom 14.12.2023 bis 08.01.2024 Dr. Heider 2024

Zusätzlich gewünschte Geschäfte und Einrichtungen in Mainburg
- Sicht Gewerbetreibende -

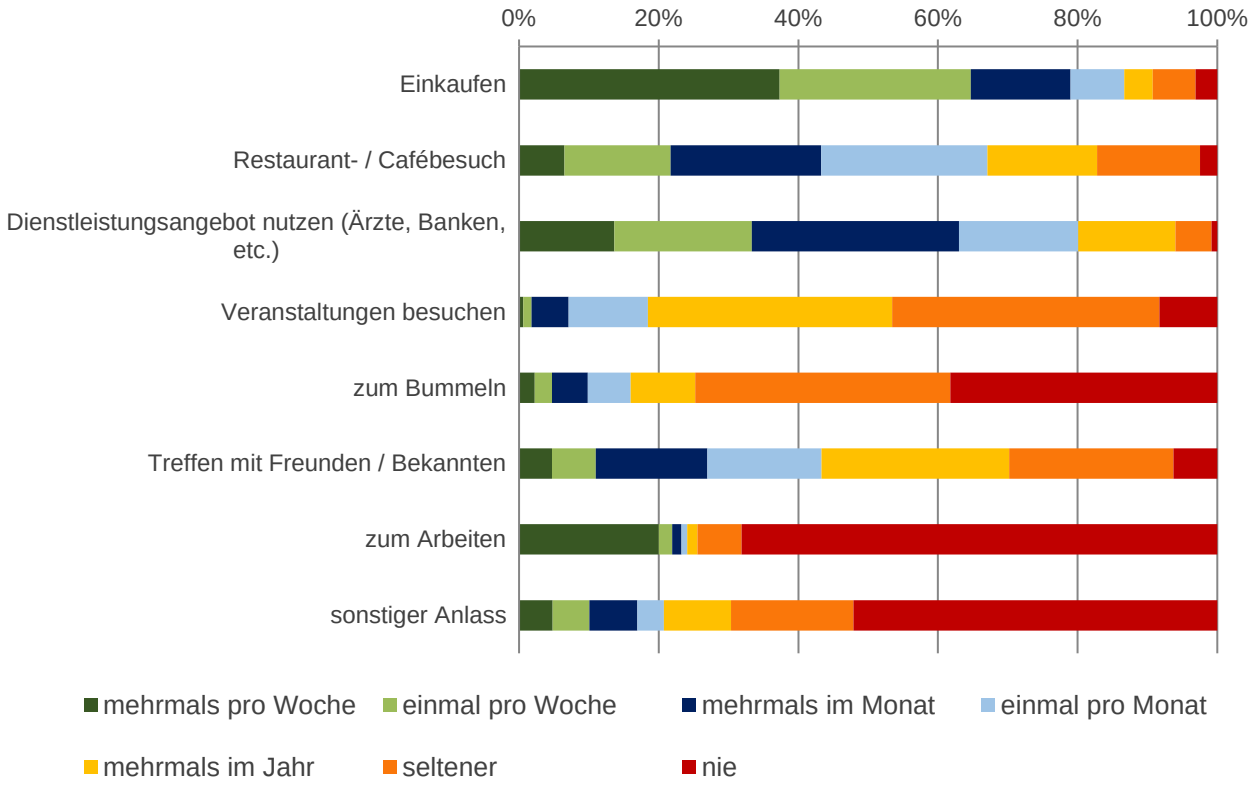


74 Teilnehmer mit 40 Antworten

Gewerbebefragung Stadt Mainburg vom 14.12.2023 bis 08.01.2024 Dr. Heider 2024

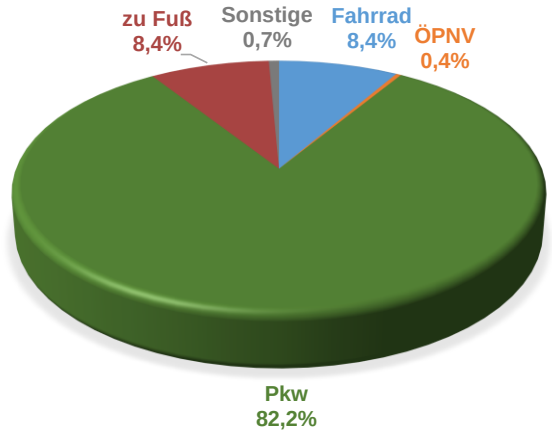
Einzelhandelsstandort Mainburg aus Kunden- und Gewerbesicht
- Besuchsgrund Innenstadt, Verkehrsmittel -

Anlass und Häufigkeit Innenstadtbesuch Mainburg
- Kunden (Haushalte) -



964 Teilnehmer, max. 849 Antwortende
Haushaltsbefragung Stadt Mainburg vom 14.12.2023 bis 08.01.2024 Dr. Heider 2024

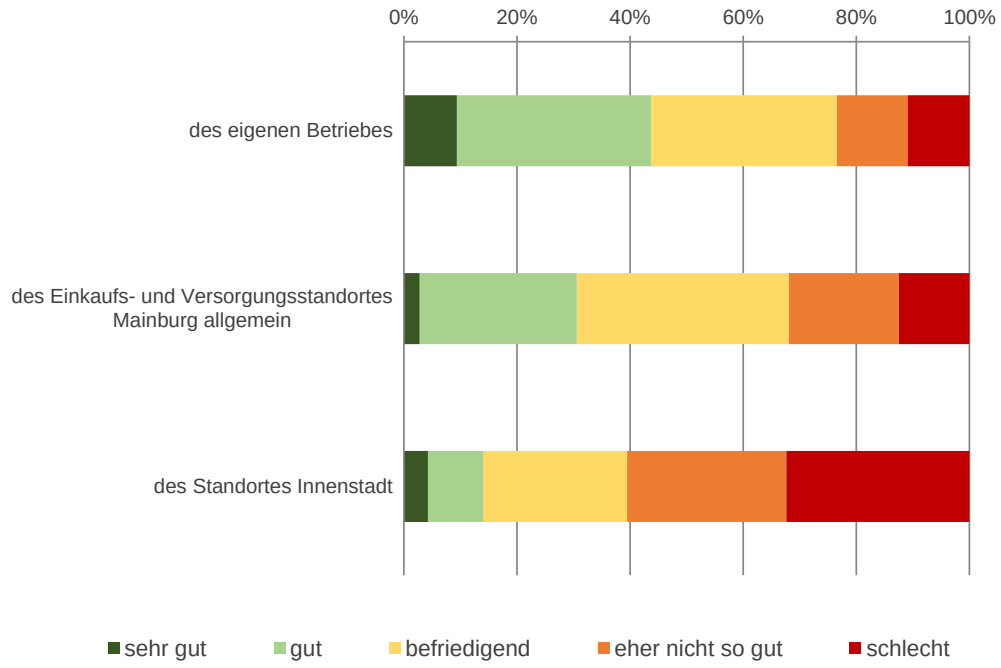
Übliches Verkehrsmittel zum Einkaufen in Mainburg
- Kunden (Haushalte) -



964 Teilnehmer mit 846 Nennungen
Haushaltsbefragung Stadt Mainburg vom 14.12.2023 bis 08.01.2024 Dr. Heider 2024

Einzelhandelsstandort Mainburg aus Kunden- und Gewerbesicht
- Situationseinschätzung Gewerbe -

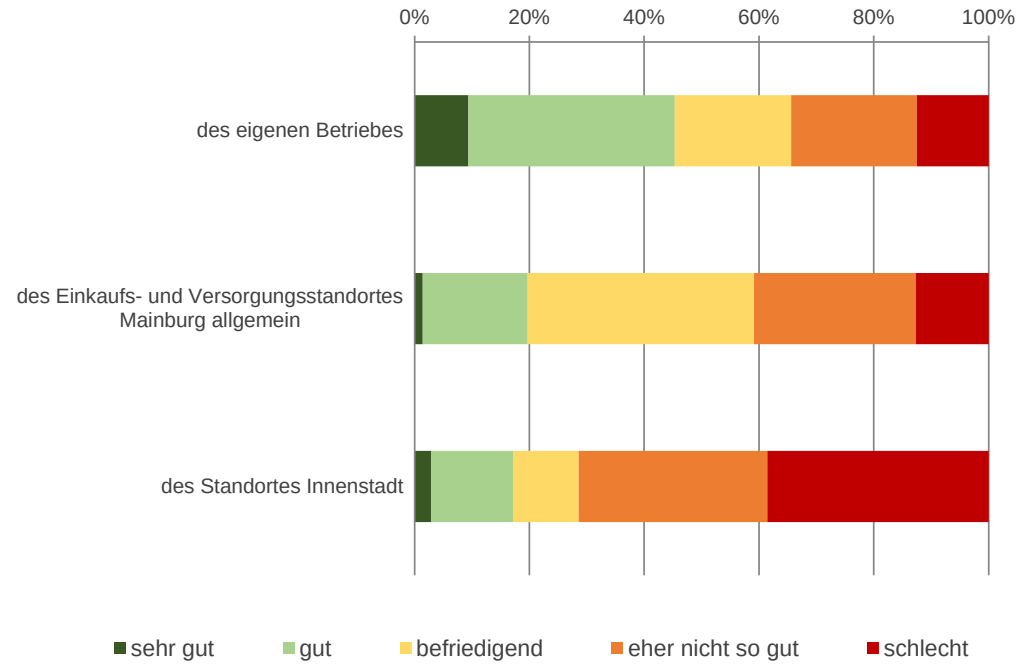
Beurteilung der gegenwärtigen Situation ...
- Sicht Gewerbetreibende -



74 Teilnehmer, max. 72 Antwortende

Gewerbebefragung Stadt Mainburg vom 14.12.2023 bis 08.01.2024 Dr. Heider 2024

Beurteilung der zukünftigen Situation ...
- Sicht Gewerbetreibende -

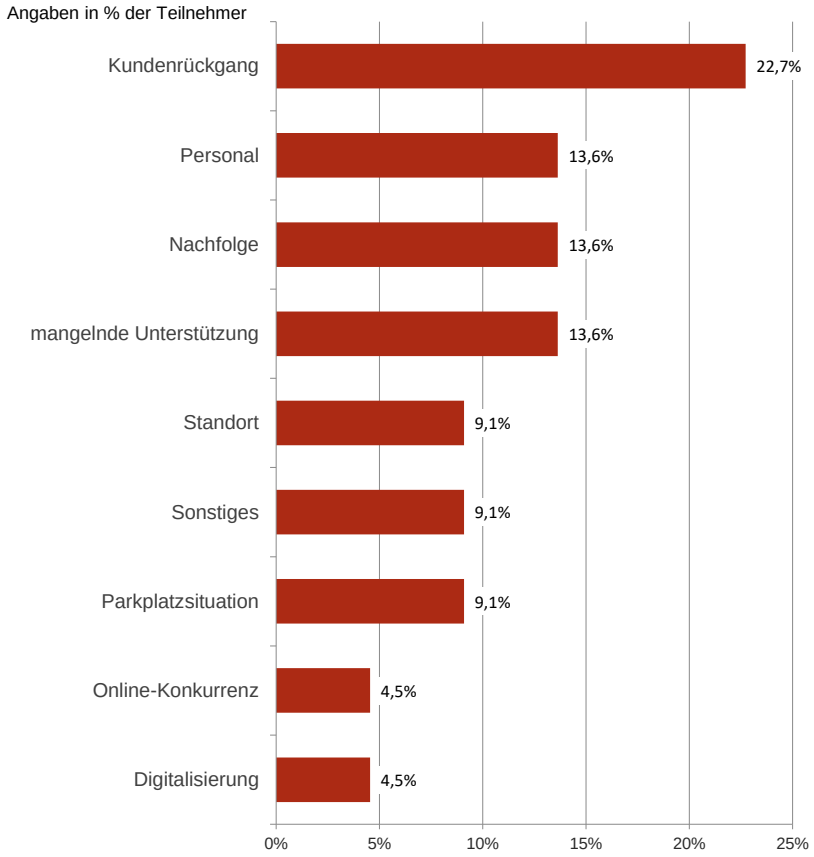


74 Teilnehmer, max. 71 Antwortende

Gewerbebefragung Stadt Mainburg vom 14.12.2023 bis 08.01.2024 Dr. Heider 2024

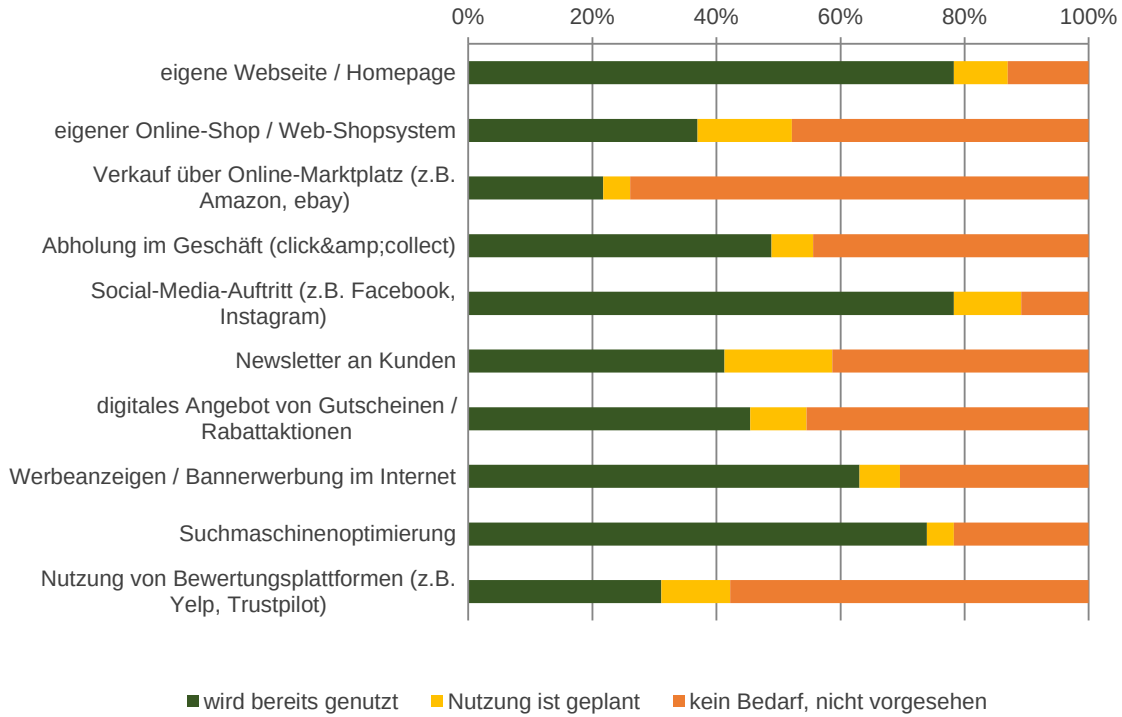
Einzelhandelsstandort Mainburg aus Kunden- und Gewerbesicht
- Situationseinschätzung Gewerbe -

Hauptprobleme für den bestehenden Betrieb
- Sicht Gewerbetreibende -



74 Teilnehmer mit 22 Nennungen
Gewerbebefragung Stadt Mainburg vom 14.12.2023 bis 08.01.2024 Dr. Heider 2024

Digitalisierung des eigenen Betriebs
- Sicht Gewerbetreibende -



74 Teilnehmer, max. 69 Antwortende pro Kategorie
Gewerbebefragung Stadt Mainburg vom 14.12.2023 bis 08.01.2024 Dr. Heider 2024

Fazit Analyse

- sehr gute Ausstattung bei Waren des kurzfristigen Bedarfs (Lebensmittel, Drogeriewaren, Apotheken) - Waren des mittel- und längerfristigen Bedarfs standortgemäß ausgebaut
- kein wesentliches quantitatives Ausbaupotenzial im Einzelhandel und keine größeren Angebotslücken, die realistisch geschlossen werden können
- Innenstadteinzelhandel ist vielfältig aber gesamtstädtisch nur mit nachgeordneter Einzelhandelskapazität
- die Innenstadt weist deutlichen Sicherungs- und Stärkungsbedarf auf (Leerstände, Einschränkungen Aufenthaltsqualität, Sanierungs-/Renovierungsbedarfe beeinträchtigen das positive Altstadtbild)
- Kleinstrukturierung und Schwierigkeiten bei Betriebsnachfolgen im Mittelstand lassen tendenziell eher weniger Einzelhandelsbetriebe als Einzelhandelsnachnutzungen der Leerstände erwarten
- Fachmarktzone nördlich der Abens stark ausgebauter Einzelhandelsraum in Zuordnung zur Innenstadt

Fazit Analyse

- Flächenpotenziale in der Innenstadt, insbesondere Brauereiimmobilien, geeignet Zusatzimpulse für die Innenstadt zu geben
- nicht die Schließung von Angebotslücken im Einzelhandel sondern die Stärkung der Innenstadt mit Nutzungen über den Einzelhandel hinaus (Kultur, Kino, Innenstadtwohnen) bietet Chancen
- kontinuierliche qualitative Entwicklung - Immobilienbestand, Betriebe, Aufenthaltsqualität, Stadtbild - erforderlich
- Marketing, Aktionen und Imageprofilierung unverzichtbar für die Innenstadt
- Weiterentwicklung der digitalen Präsenz von Einzelhandel und Innenstadt
- Einbindung aller Akteure zur Standortstärkung unverzichtbar
- Innenstadtmanagement als umfassenden Stärkungsprozess für die Innenstadt ausbauen

Einzelhandelskonzept Mainburg
Leitlinien der Einzelhandelsentwicklung

- An städtebaulichen Zielen ausgerichtete Einzelhandels- und Standortentwicklung
- Priorisierung der Innenstadt für deren Erhalt als attraktiver und funktionsfähiger Zentrums- und Identifikationsraum der Stadt
- Stärkung der Position der Innenstadt durch Konzentration standortstärkender Nutzungen, Inwertsetzung von Flächenpotenzialen, Erhöhung der Anziehungskraft
- Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion und Positionierung als regional bedeutsames Einkaufs- und Versorgungsziel
- Entwicklung eines resilienten Einzelhandels- und Wirtschaftsstandortes Innenstadt durch städtebauliche Aufwertungen und ein Innenstadtmanagement
- Sicherung und bedarfsorientierte Weiterentwicklung der Nahversorgung
- Weiterführung der Digitalisierung

Einzelhandelskonzept Mainburg - Sortimentskonzept

Lenkung der Sortimente, um die für die Innenstadt wichtigen und zu deren Sicherung und Stärkung besonders geeigneten Warenangebote dort zu konzentrieren und anderenorts entsprechend zu vermeiden

Innenstadtrelevante Sortimente

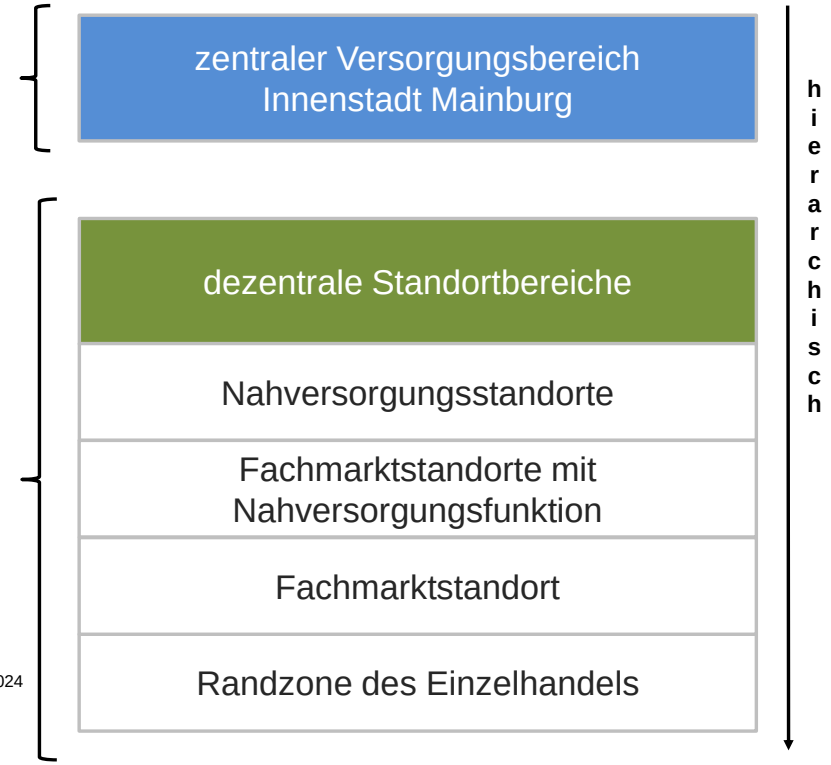
- ziehen üblicherweise viele Besucher / Kunden an
- tragen in hohem Maße zur Attraktivität und Anziehungskraft eines Einzelhandelsstandortes bei
- werden häufig mit anderen Nutzungen in Innenstädten nachgefragt
- können überwiegend ohne Pkw transportiert werden
- haben einen eher geringen Flächenanspruch und können somit auch auf kleinteiligen Handelsflächen der zentralen Handelslagen wirtschaftlich angeboten werden
- führen bei Etablierung in peripheren/dezentralen Lagen durch Umsatzumlenkungen und Verdrängungseffekte zu relevanten funktionalen Beeinträchtigungen in zentralen Lagen

Innenstadtrelevante Sortimente	Nicht-innenstadtrelevante Sortimente
Arzneimittel, medizinische und orthopädische Produkte	Autoteile und Autozubehör
Baby- und Kinderartikel	Badeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse
Bekleidung	Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren
Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse, Hörgeräte, Akustik	Boote und Zubehör
Bücher, Zeitungen, Zeitschriften	Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge
Glas/Porzellan/Keramik (GPK), Geschenkartikel, Haushaltswaren	Fahrräder und Zubehör
Elektronikartikel ('braune und weiße Ware', Computer und Zubehör, Foto/Film)	Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	Leuchten und Zubehör
Lederwaren	Möbel, Küchen
Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf	Sport- und Campingartikel
Schuhe	Zooartikel, Tiere
Spielwaren	
Uhren und Schmuck	
Nahversorgungsrelevante Sortimente	
Drogerie- und Parfümeriewaren	
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	

Einzelhandelskonzept Mainburg - Zentrenkonzept

schützenswerter zentraler Versorgungsbereich i.S.v. § 34 Abs. 3; § 9 Abs. 2a; § 2 Abs. 2 BauGB; § 11 Abs. 3 BauNVO

wichtige steuernde Funktion, aber keine zentralen Versorgungsbereiche i.S.v. § 34 Abs. 3; § 9 Abs. 2a; § 2 Abs. 2 BauGB; § 11 Abs. 3 BauNVO



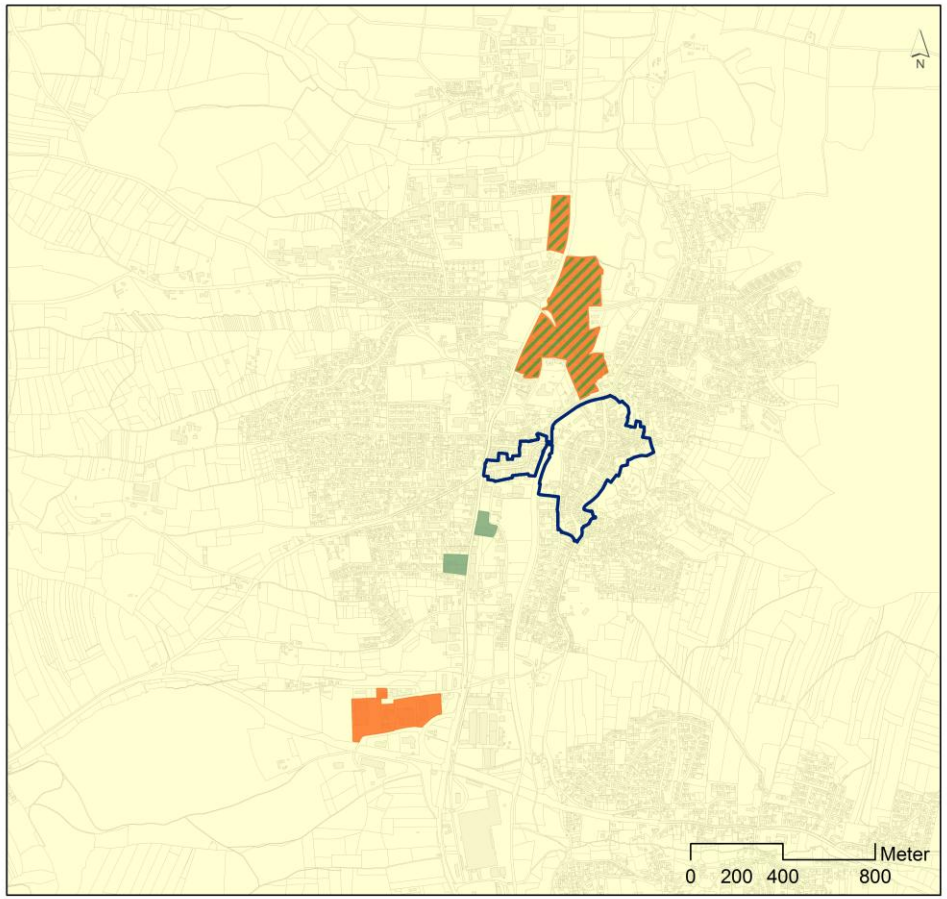
Dr. Heider, 2024

Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Areale einer Gemeinde mit einer Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus, die sich aus Einzelhandelsnutzungen ergibt – oft ergänzt durch Dienstleistungen und Gastronomie. Sie müssen städtebaulich integriert sein.

Einzelhandelskonzept Mainburg - Zentrenkonzept

Zentrenkonzept des Einzelhandels

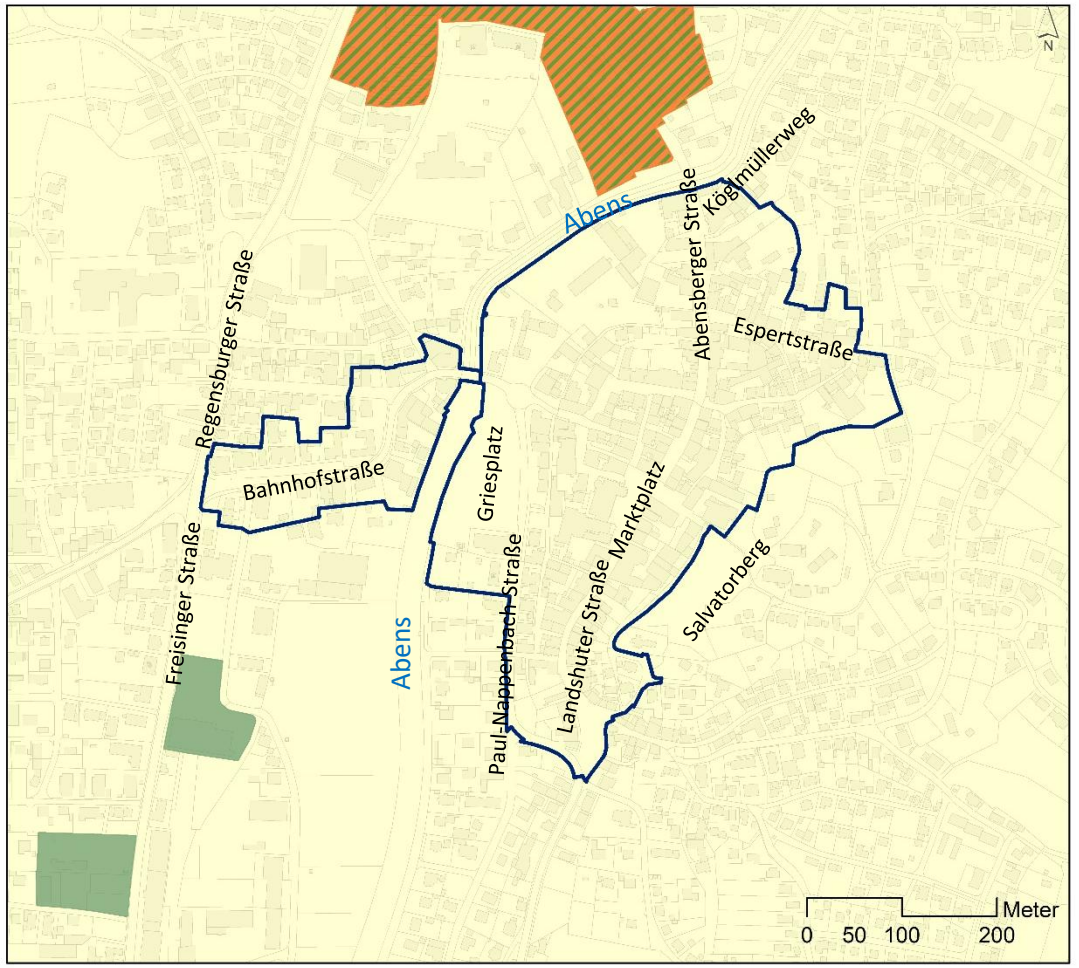
Stadt Mainburg - Einzelhandelskonzept



Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt
Nahversorgungsstandorte
Fachmarktstandort mit Nahversorgungsfunktion
Fachmarktstandort
Randzone des Einzelhandels

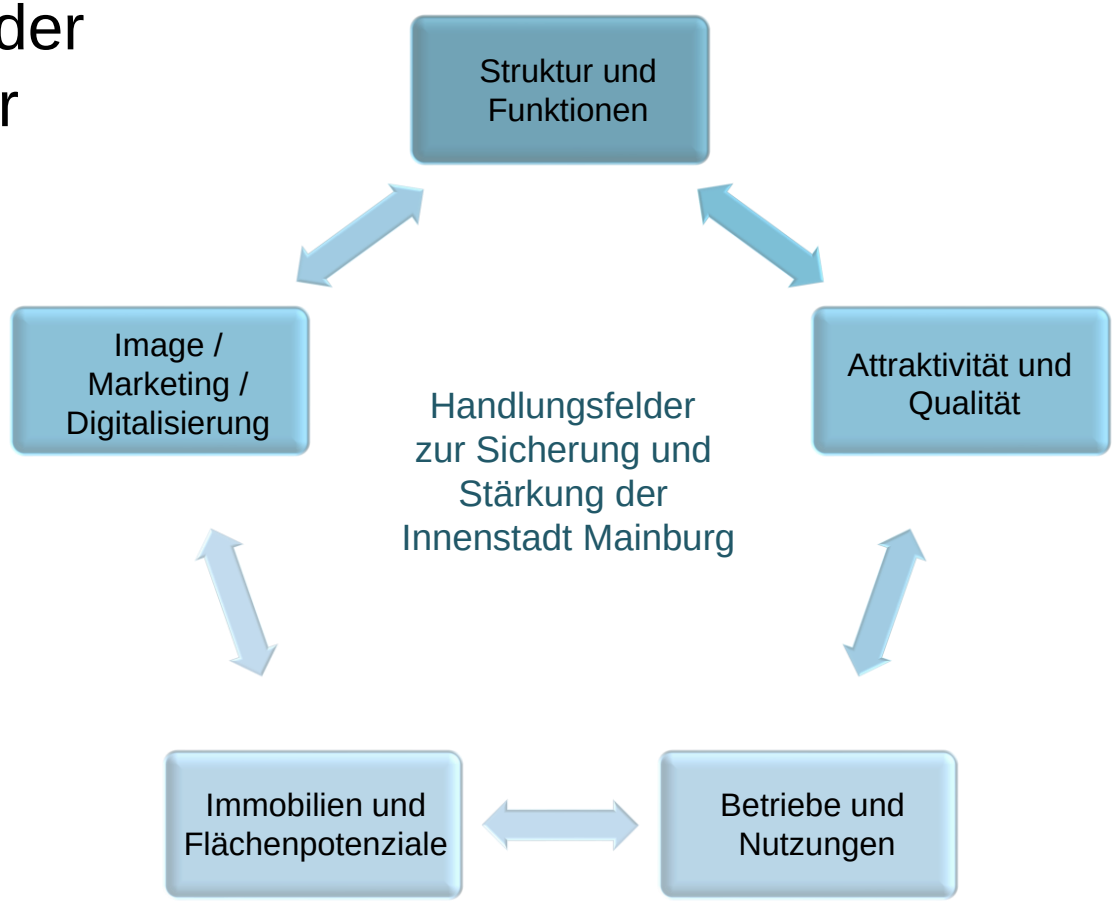
Erhebungsstand: Mai 2023
Quelle: eigene Erhebungen
Kartengrundlage: Stadt Mainburg
Entwurf und Kartographie: Dr. Heider 2024

Ausschnitt: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Einzelhandelskonzept Mainburg – Stärkungskonzept Innenstadt

Die Sicherung und Entwicklung der Innenstadt ist ein kontinuierlicher Prozess im Rahmen eines umfassenden **Innenstadtmanagements**



Dr. Heider 2024

Einzelhandelskonzept Mainburg – Stärkungskonzept Innenstadt

Handlungsfeld:
Struktur und Funktionen

Ziele:
Sicherung und Stärkung der Innenstadt als lebendiges Einkaufs- und Versorgungsziel des Mittelzentrums Mainburg

- Ausrichtung von Einzelhandelsvorhaben und Bauleitplanung an den Erfordernissen der Innenstadt gemäß Einzelhandelskonzept
- Konzentration des Einzelhandels in der Innenstadt auf den zentralen Versorgungsbereich um dessen Funktionsfähigkeit angesichts beschränkter Potenziale und tendenziell rückläufiger Einzelhandelsbetriebe zu erhalten, keine Etablierung weiterer außerhalb der Innenstadt gelegener innenstadtergänzender Einzelhandelslagen mit innenstadtrelevanten Sortimenten
- Nutzungsverdichtung durch Aktivierung Leerstände bzw. mindergenutzter Immobilien für zusätzliche Angebote aus Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie, Freizeit/Kultur, Soziales und Wohnen

Einzelhandelskonzept Mainburg – Stärkungskonzept Innenstadt

Handlungsfeld:
Attraktivität und Qualität I

Ziele:
Innenstadt als attraktiver Einkaufs-, Aufenthalts- und Erlebnisraum für Besucher und mit hoher Standortqualität im Umfeld der Betriebe bei bestmöglicher Erreichbarkeit

- Erhalt des historischen Stadtbildes durch Sicherung und Sanierung prägender Strukturen und Gestaltung (Sanierungen öffentlicher und privater historisch-stadtbildprägender Gebäude und Fassaden, Gestaltungsleitlinien)
- Verbesserung der Aufenthaltsqualität und Stadtraumgestaltung durch Neuausbau und Erhalt der Begrünung in den Innenstadtstraßenräumen, Neuordnung und einheitliche Neugestaltung im öffentlichen Raum sowie von Platz- und Freiflächen in der Innenstadt, Schaffung zusätzlicher gastronomischer und konsumfreier Verweilzonen zur Verlängerung der Aufenthaltszeiten und zur Erhöhung des Erlebniswertes
- Anlaufstelle / Qualitätsbeauftragten für alle Themen der Innenstadt im Rahmen des Innenstadtmanagements etablieren, bzw. vorliegende Organisationsstrukturen des Stadtmarketings und der Werbegemeinschaft hierfür einbinden

Einzelhandelskonzept Mainburg – Stärkungskonzept Innenstadt

Handlungsfeld:
Attraktivität und Qualität II

Ziele:
Innenstadt als attraktiver Einkaufs-, Aufenthalts- und Erlebnisraum für Besucher und mit hoher Standortqualität im Umfeld der Betriebe bei bestmöglicher Erreichbarkeit

- Fortführung ggf. Aktualisierung des Verkehrskonzeptes Innenstadt zur Sicherung der Erreichbarkeit mit Pkw und Fahrrad und Verbesserung der Fußgängerfreundlichkeit – Entlastung von Durchgangs- und Parksuchverkehr in der Altstadt als Voraussetzung zur weiteren gestalterischen Aufwertung des Straßenraumes, mit Neubewertung bzw. -planung des ruhenden Verkehrs und einer möglichen Entlastung der Altstadt durch eine Nordumfahrung
- Sicherstellung einer bequemen Erreichbarkeit der Innenstadt mit ausreichenden Pkw-Abstellmöglichkeiten (Prüfung Parkdecks Griesplatz und Kreuzung Paul-Nappenbach-Straße / Landshuter Straße, Entlastungsparkplatz in Altstadtnähe, evtl. im Übergangsbereich zu dem Fachmarktstandortbereich der Abensberger Straße), kostenlosem Kurzzeitparken und Lademöglichkeiten im Umfeld der Innenstadtbetriebe
- sichere Wegeführung mit dem Fahrrad in die Innenstadt und geschäftsnahe Fahrradabstellmöglichkeiten

Einzelhandelskonzept Mainburg – Stärkungskonzept Innenstadt

Handlungsfeld:
Betriebe und Nutzungen

Ziele:
Betriebe als Träger der Innenstadtfunktion sichern sowie den Betriebsbesatz in der Innenstadt kontinuierlich weiterentwickeln

- Angebote für die Betriebe zur Qualitätssteigerung durch Organisation und Bereitstellung von Informationsangeboten/-veranstaltungen, Beratungs- und Serviceleistungen (Bau, Gestaltung, Betriebswirtschaft, Ladeneindruck, Warenpräsentation, Marketing, nachhaltige Betriebsführung) in Kooperation mit Wirtschaftsinstitutionen und -vereinigungen – z.B. IHK, Bayerischer Gewerbeverband
- Einführung eines 'Mainburger Qualitätslabels' auf Basis einer Zertifizierung der Betriebe nach Qualitäts-, Service- und Nachhaltigkeitskriterien
- Gründerwettbewerb Innenstadt zur Förderung von Startups um die Zahl der ansässigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe zu erhöhen, inkl. von Betreuungs- und Coachingsangeboten in der Anfangsphase
- Sensibilisierung und Unterstützung in Nachfolgefragen mittels Informationsveranstaltungen und Einzelansprachen

Einzelhandelskonzept Mainburg – Stärkungskonzept Innenstadt

Handlungsfeld:
Immobilien und Flächenpotenziale

Ziele:
Inwertsetzung Flächenpotenziale, Abbau und Vermeidung von Leerständen, Attraktivierung des Gebäudebestandes

- Flächen- und Leerstandsmanagement in der Innenstadt als eigenständige Aufgabe der Innenstadtentwicklung organisatorisch und kapazitätsmäßig geeignet weiterentwickeln (aktive Rolle, Ansprechpartner- und Beratungsfunktion, Fortschreibung Leerstandsflächenkataster, einzelimmobilienbezogene Konzepte und Projektentwicklungen (insbes. Brauereiimmobilien), Begleitung der Eigentümer zur Leerstandsreaktivierung)
- Förderung zukunftsfähiger Gewerbeflächen in der Innenstadt (Beratung Eigentümer und Betriebe, Umsetzungsbegleitung, Auflegen eines kommunalen Gewerbeflächenförderprogrammes als Anreiz für die Eigentümer Geschäftsräume marktgerecht zu sanieren)

Einzelhandelskonzept Mainburg – Stärkungskonzept Innenstadt

Handlungsfeld:
Kommunikation / Marketing / Digitalisierung I

Ziele:
Entwicklung und Positionierung der Innenstadt als besuchenswerter Versorgungs- und Erlebnisraum mit digitaler Präsenz

- Innenstadtentwicklung und -marketing als Kern eines ganzheitlichen Stadtmarketing- und Stadtmanagementprozesses zur Standortstärkung und Profilierung der Stadt Mainburg
- Fortführung der Aktivitäten (z.B. Kundenbindungsinstrumente, Märkte / Gemeinschaftsaktionen) von Stadt und lokalem Gewerbe zur Standortprofilierung
- Innenstadtentwicklung als dialoggestützter Prozess mit gemeinsam getragenen Aktivitäten und Kooperation zwischen Stadt Mainburg und den Innenstadtakteuren – regelmäßiger Informationsaustausch Einzelhandel / Gewerbe mit Bürgermeisterin / Verwaltungsspitze
- Bewerbung der Innenstadt Mainburg in der Region

Einzelhandelskonzept Mainburg – Stärkungskonzept Innenstadt

Handlungsfeld:
Kommunikation / Marketing / Digitalisierung II

Ziele:
Entwicklung und Positionierung der Innenstadt als besuchenswerter Versorgungs- und Erlebnisraum mit digitaler Präsenz

- Digitalisierung Innenstadt – die 'digitale Innenstadt Mainburg' soll unter dem vorliegenden und bereits ansprechend gestalteten Stadtportal 'mai-homat.de' die aus Kunden- und Bürgersicht relevanten Informationen zur Einkaufsstadt und zur Innenstadt und den bestehenden Angeboten weiterhin gebündelt bereitstellen, um eine intensivere Bindung und häufigere Orientierung zu erreichen; smartphone-gerechte App mit News- und Push-Funktionen sowie dem Zugang zu Dienstleistungen und Angeboten der Verwaltung und Unternehmen können die Bindung an Mainburg fördern
- Stärkung / ggf. Erweiterung des Stadtmanagements durch Bereitstellung erforderlicher Kapazitäten als Innenstadtmanager / -kümmerer mit Verantwortung und Betreuung der Aktivitäten zur Stärkung der Innenstadt bei Stadtmarketing, Aktionen / Aktivitäten, Betriebs- und Eigentümerunterstützung sowie der kommunalen Digital-Agenda

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

HEIDER